



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“Adaptación de la economía colaborativa y las plataformas digitales a la sociedad actual”

Noelia Gómez Torres

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, 20 de junio de 2019**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2018-2019

TRABAJO FIN DE GRADO

**“Adaptación de la economía colaborativa y las
plataformas digitales a la sociedad actual”**

Trabajo presentado por: Noelia Gómez Torres

Firma:

Tutor: Germán Ortega González

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO
Valladolid, 20 de junio de 2019

Tabla de contenido

1. Introducción.....	1
1.1.Objetivos.....	2
1.2.Metodología.....	2
2. Evolución.....	3
3. Uso de las plataformas digitales.....	6
4. Economía colaborativa: conceptos asociados.....	8
5. Consumo colaborativo.....	9
5.1.Perfil del consumidor.....	12
5.2.Principales razones para usar las plataformas.....	13
5.3.Principales problemas que detectan los usuarios al usar las plataformas.....	14
6. Sectores más influenciados.....	16
6.1.Alojamiento.....	16
6.2.Transporte.....	17
6.3.Financiación.....	18
Crowdfunding.....	18
6.4.Educación.....	23
6.5.Alimentación.....	24
Modelos de agricultura urbana.....	25
7. Análisis de crecimiento por sectores.....	28
8. Economía colaborativa para la innovación social y los servicios públicos.....	30
9. Entornos colaborativos.....	32
9.1.Co-working.....	33
9.2.Coworking en Valladolid.....	37
9.3.Estilos de vida: Cohousing y Coliving.....	39
Cohousing: concepto.....	39
Coliving: concepto.....	40

Diferenciación entre ambos términos	40
9.4.La tercera edad: su público.....	42
10. Sostenibilidad	44
10.1.Consumo sostenible	45
10.2.Economía circular	45
11. Economía colaborativa: beneficios y oportunidades	47
11.1.Oportunidades para las empresas	47
11.2.Beneficios para el ciudadano	48
12. Tendencias de futuro	50
13. Conclusión.....	51
14. Bibliografía.....	56

Índice de gráficos

Gráfico 1. Uso de las plataformas colaborativas en la Unión Europea.....	7
Gráfico 2. Uso de plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año.....	14
Gráfico 3. Evolución recaudación crowdfunding últimos años.....	21
Gráfico 4. Porcentaje de recaudación del Crowdfunding en España durante 2018	22
Gráfico 5. Distribución por sectores de la inversión.	28
Gráfico 6. Clasificación por edad de la comunidad coworker a nivel global.	34
Gráfico 7. Previsión de crecimiento del número de espacios de coworking.	36

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución porcentual de los ciudadanos en la Unión Europea.	6
Tabla 2. Principales plataformas de crowdfunding en España	20

Agradecimientos:

Después de cuatro años de esfuerzo, puedo llegar a la última fase del grado en Comercio. Me gustaría agradecer a todos los profesores que he tenido oportunidad de conocer en las aulas y a la institución universitaria de Valladolid por estos años.

También realizar mención especial a mi tutor del trabajo final por brindarme la oportunidad de realizar el trabajo con su apoyo desde el principio y durante estos meses. Me he visto con la suficiente capacidad y he contado con las herramientas necesarias para elaborarlo.

Muchas gracias.

1. Introducción.

Una consecuencia casi directa del desarrollo de las nuevas tecnologías ha sido el crecimiento y evolución de la economía colaborativa. Este concepto, desde el comienzo del siglo XXI, ha ido creciendo de forma considerable, influenciado por una sociedad cada vez más aventajada con la tecnología y los nuevos sistemas de la información. Una sociedad globalizada, que permite que este tipo de economía pueda adentrarse de forma significativa y asentar un cambio de dirección en el panorama económico mundial.

Cuando hablamos del término 'colaboración' en el entorno económico, podemos distinguir varios ámbitos y diferentes modalidades de interacción, desde la compartición de bienes con mero propósito social hasta el intercambio económico de recursos con la búsqueda de un beneficio e interés puramente económico, apoyándose en las plataformas tecnológicas.

Las nuevas generaciones, también denominados millennials, han crecido y convivido con una situación, tanto económica como social, muy diferente en comparación con generaciones pasadas. Es, en la actualidad, cuando surge una nueva forma de consumo influenciada por las plataformas digitales y con ello, surgen nuevos modelos de negocio, tratando de cubrir la necesidad que demanda la nueva mentalidad de los usuarios.

Nos encontramos con un nuevo escenario, que deja a un lado el modelo tradicional centrado en grandes empresas como únicas proveedoras de bienes y servicios, dando una mayor relevancia al intercambio de recursos entre particulares y favoreciendo de forma directa la economía entre iguales. Pero ¿a qué nos referimos con economía entre iguales? Aquí entra en juego el concepto de economía P2P (peer to peer), lo denominamos como economía entre particulares y está basado en las personas (intercambio entre iguales) y no profesionales. Aunque, si bien es cierto que la esencia de la economía colaborativa puede radicar en ello, hoy en día, podemos decir que no se nutre únicamente de este concepto para definirse.

Todos los conceptos serán analizados en los siguientes apartados para dar sentido a lo que actualmente conocemos como economía colaborativa, una tendencia desarrollada durante las últimas dos décadas y, que hasta hace apenas cuatro años no estaba definida cómo la realidad que es hoy. Tampoco podremos analizarlo sin apreciar el

impacto que ha tenido la tecnología en la sociedad durante los últimos años, según un estudio realizado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, tres de cada 10 españoles usan plataformas de economía colaborativa en la actualidad. En términos evolutivos es un cambio hacia el crecimiento económico y social, pero que nos puede plantear varios desafíos.

1.1. Objetivos

El propósito fundamental del trabajo es profundizar en el concepto de economía colaborativa como nueva corriente económica y analizar los cambios que ha supuesto en los ámbitos que la rodean, tanto a nivel social como económico. Todo ello será desarrollado a través de:

- Comprensión de su evolución económica.
- Análisis de los factores intervinientes en su crecimiento.
- Profundización en las nuevas tecnologías y las plataformas digitales.
- Análisis del perfil actual del consumidor.
- Descripción de los sectores más influenciados y su impacto.
- Desarrollo de los beneficios y desafío que supone.

1.2. Metodología

Para poder llevar a cabo el análisis propuesto sobre la economía colaborativa y el contexto que la engloba, he recabado información, principalmente de páginas web en internet, así como artículos e informes generados por instituciones acreditadas. También he podido consultar libros recientemente publicados y revistas del ámbito económico tanto en español como en inglés, que han podido facilitarme la comparación de datos, su contraste y posterior redacción, desde un enfoque personal y profesional.

2. Evolución

Desde siempre hemos sabido que el 'trueque' ha sido la forma más fácil y antigua de comercio, antes de la existencia del dinero. Una acción que se podía realizar en el mercado, cara a cara, entre individuos, lo que un productor no necesitaba lo intercambiaba por lo que otro no necesitaba.

Bajo mi punto de vista, aquí radica uno de los puntos esenciales que nos llevan al surgimiento de la economía colaborativa. Desde luego, existen más causas que luego desarrollaré.

¿Cómo ha podido influenciar una forma de comercio tan antigua en algo tan reciente e innovador como la economía colaborativa? Bien, pues precisamente, es debido a esas innovaciones adheridas al concepto de 'trueque'.

Cuando hablo de innovaciones, me refiero a la tecnología y sus avances. A lo largo de la historia, el ser humano ha presenciado más de un cambio en la sociedad gracias a la tecnología, véase el caso de la revolución industrial (siglo XVIII). Este es solo un ejemplo de cómo lo tradicional no desaparece, sino que mejora en el tiempo. Se trata de un proceso de adaptación, que muchas veces no funciona y no llega a producir ningún cambio hasta el punto de crear nuevos conceptos. Pero, en este caso, ese proceso ha sido efectivo con la intervención de diferentes factores.

Por un lado, la confianza, un factor determinante reforzado por Internet y sus plataformas. Gracias a internet, en la sociedad globalizada actual, podemos estar en contacto con personas al otro lado del mundo. Ciertamente es, que los tiempos de crisis que hemos vivido hacen que podamos desconfiar de todo y, aún más, en internet. No olvidemos que, en caso de usar las plataformas digitales, de quien debemos fiarnos es de personas no conocidas, en su mayoría. Pero, pesar de ello, la seguridad en internet ha mejorado y sus usuarios cada vez lo tienen más en cuenta.

Nos exponemos a través de las plataformas digitales, pero juegan un papel importante de protección frente a personas desconocidas o personas que quieran aprovecharse de forma fraudulenta.

La evolución de la seguridad en internet pasa por controlar al usuario en todos los sentidos, lo que también conlleva a que las personas cada vez estén más informadas de los riesgos y que se pueda traducir en una autoprotección y una navegación con

conocimiento de causa a través de las redes. Por eso, planteo el factor de confianza que nos aporta la era digital, como factor fundamental.

Por otro lado, la situación económica, no del todo buena, que hemos sufrido desde hace algunos años, también ha propiciado el avance de la economía colaborativa. No tanto como un factor esencial pero sí destacable.

La falta de recursos hace posible la aparición de nuevas formas de trabajo, de consumo, e incluso la aparición de nuevos modelos que suceden tanto online gracias a uso de las plataformas digitales como los que suceden offline, donde podemos observar los espacios de trabajo colaborativos (coworking) o el denominado co-housing, puesto en marcha por comunidades de personas.

Desde una perspectiva evolutiva es importante conocer el concepto de propiedad y su percepción por la sociedad actual. En el diccionario se define propiedad como el “hecho o circunstancia de poseer un bien y poder así, disponer de ello”.

En realidad, nuestros padres y abuelos daban especial importancia a los bienes materiales, tanto es así, que ellos tenían siempre en mente el ahorro y la utilización de sus recursos para comprar una casa, un coche, etc, una inversión que podría mejorar su calidad de vida a posteriori y la de sus familias. Pero, ¿cómo perciben los jóvenes ahora ese concepto de propiedad e inversión? ¿Están restando importancia a lo material o es que no consideran rentable la compra de bienes duraderos?

Las nuevas generaciones se plantean un cambio de mentalidad y con ello, un consumo más racional respecto a los bienes y su acumulación que ha dominado en la sociedad de sus antepasados. Entre las causas de ese cambio de mentalidad está la situación económica, no tan favorable, de los últimos años y ya mencionada, que proporciona una visión no tan positiva de cara al futuro y que hace considerar si es rentable o no generar ese tipo de inversión con un porvenir tan impredecible.

Los consumidores analizan ventajas y desventajas de lo que puede producir la compra de un bien y si de verdad es rentable, por ejemplo, la compra de un coche frente al uso que le dará. Cada vez son productos más caros y con el poder adquisitivo de la mayoría de los consumidores, no es sorprendente que prefieran compartir a realizar la inversión.

Esto es una tendencia que las empresas captan, saben lo que el usuario demanda y lo que supone este cambio de mentalidad para sus negocios. Y como dice el refrán, es renovarse o morir.

Así, entra en juego la economía de acceso y bajo demanda, dos modelos que surgen del concepto de economía colaborativa y desde el debate social, político y legal que ha generado la colaboración económica. Es un punto importante a tratar, para así entender cada uno de los proyectos que han aparecido en los últimos años y que desarrollaré más adelante.

Por último, hablamos de la sostenibilidad también como un factor a señalar, puede no estar tan relacionado de forma directa pero se trata de una de sus bases y, será analizado como unos de sus beneficios. La economía colaborativa se apoya en el uso de recursos existentes desaprovechados y optimiza sus capacidades. Se argumenta así, que este reciente modelo sigue en la vía de desarrollo sostenible.

3. Uso de las plataformas digitales.

Como podemos observar, el cambio en nuestros hábitos de consumo es una realidad. Aunque sabemos que la idea de economía colaborativa surgió hace mucho tiempo, sabemos que las nuevas formas de consumo que demandan los usuarios hoy en día no pueden ponerse en práctica si no es gracias a la irrupción a lo largo de este siglo de las TICs y, sobretodo, al avance de internet.

Podemos señalar el uso de las plataformas de economía colaborativa desde una perspectiva internacional y, en este sentido, España se queda por detrás en cuanto al porcentaje de usuarios que tienen conocimiento de este tipo de herramientas tecnológicas en comparación con China y EE.UU, éste último como referente principal tanto de oferta como de demanda. Ya que, tres sedes de las mayores plataformas digitales hoy en día, se encuentran en EE.UU.

Según una encuesta realizada a los ciudadanos de los 28 países de la Unión Europea, donde se muestra la distribución porcentual sobre su nivel de conocimiento y uso, podemos observar que Europa no destaca principalmente en el uso de estas plataformas, son apenas un 4% el número de ciudadanos que las usa regularmente frente a un alto porcentaje (46%) de ciudadanos que no las conoce aún.

Tabla 1. Distribución porcentual de los ciudadanos en la Unión Europea.

USO DE LAS PLATAFORMAS	% DE ECUESTADOS
Regularmente	4%
Ocasionalmente	9%
Ha utilizado una vez sus servicios	4%
Ha escuchado hablar pero nunca las ha utilizado	35%
No las conoce	46%

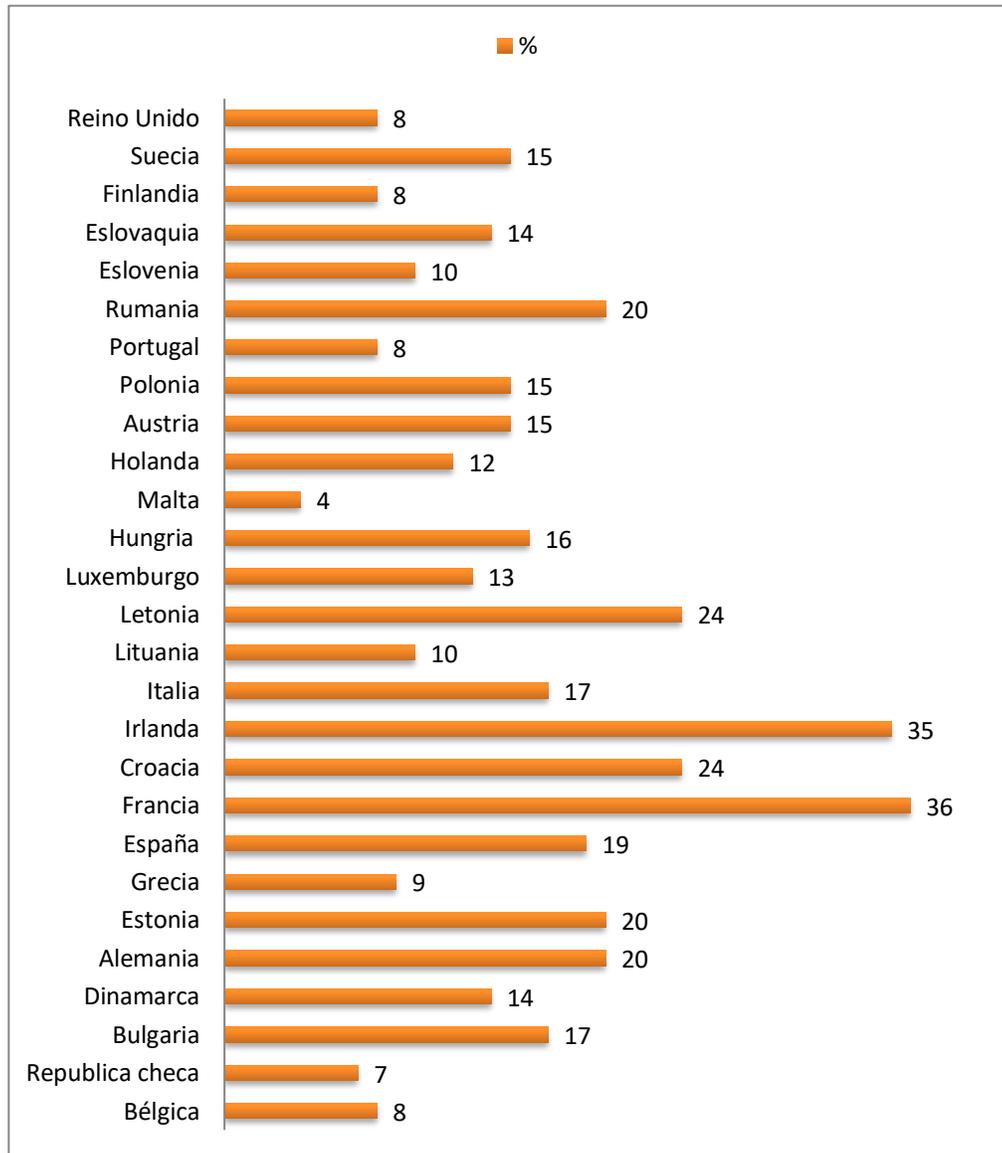
Fuente: Encuesta Statista (2016)¹

Dentro de este porcentaje de personas que disfrutan y hacen uso de las plataformas tecnológicas, la Comisión Europea realizó un estudio para comparar a todos

¹ Encuesta sobre distribución porcentual de los ciudadanos en la Unión Europea: <https://bit.ly/2YD1ZwQ>

los países de la U.E. Descubrimos así, que a nivel europeo, España se sitúa por encima de la media frente al resto de países en porcentaje de personas que utilizan las plataformas. Y los países que registran un mayor uso de este tipo de plataformas son principalmente Francia e Irlanda, ambas por encima del 30% (Gráfico 1).

Gráfico 1. Uso de las plataformas colaborativas en la Unión Europea.



Fuente: Elaboración propia a partir de Comisión Europea (2016)

4. Economía colaborativa: conceptos asociados

El propio concepto de economía colaborativa ha evolucionado hasta el punto de generar confusión sobre su significado y sobre los modelos económicos de nuevas empresas que se asocian a la colaboración pero que en realidad, se basan en una relación comercial y no puramente en la compartición de recursos.

Es importante distinguir entre economía de acceso o bajo demanda frente a la economía colaborativa, propiamente dicha. Son conceptos que a su vez surgen de una base tecnológica y una comunidad, entre los que existe una relación de intermediación.

¿Qué es economía de acceso?

Se trata de cualquier actividad que ponga a disposición de un conjunto de usuarios unos bienes para su uso temporal, se convierte en servicio lo que antes era producción industrial, y prima la experiencia sobre la propiedad.

Bulchand y Melián (2018) la señalan como “iniciativas cuyo modelo de negocio implica la comercialización del acceso a bienes o servicios, no su tenencia. Se trata de un alquiler temporal en vez de una venta definitiva”. (p.53)

¿Qué es economía bajo demanda?

La definimos como una actividad que suponga una relación comercial entre usuarios y profesionales, que presta el servicio de aquello que el usuario no dispone y necesita, ofreciendo una contraprestación económica. Hay, por tanto, ánimo de lucro.

5. Consumo colaborativo

Es curioso y entretenido leer sobre este tema, observar como cada experto tiene su propia definición del concepto 'consumo colaborativo', pero que deja muy claro su razón de ser y sus objetivos sociales.

Voy a hacer referencia a Albert Cañigueral, que en su libro² define el consumo colaborativo como "lo que se ha hecho toda la vida con los familiares y amigos, casos como irnos de fin de semana con el mismo coche, o si tus hermanos o primos tienen hijos, te dan la ropa. Esa colaboración cuando se le añade internet y redes sociales, toma una nueva dimensión".

Una definición, bajo mi punto de vista, de fácil comprensión que hace que puedas tomar conciencia de lo que supone en la actualidad. No es tan fácil de asimilar el hecho de promover la compartición de bienes frente a su posesión, es decir, dejar a un lado la propiedad individual para poder hacer uso y disfrute de los recursos que ya están en circulación. Todo ello supone un cambio de mentalidad y de hábitos que, aunque parezca inimaginable, conlleva muy poco tiempo de adaptación a la sociedad. Con los recursos tecnológicos actuales la sociedad está muy preparada para su evolución y crecimiento, independientemente de la velocidad que pueda alcanzar.

Es importante aclarar que el consumo colaborativo no trata sustituir al consumo tradicional y la propiedad de bienes, como dice Cañigueral "no se trata de que no compres nada, se trata de que no tengas que comprarlo todo". Se trata de hacer una transición a un consumo más inteligente, sostenible y de eficiencia frente al despilfarro.

El consumo que llamamos tradicional es lo que se concibe como hiperconsumo, otro concepto que debemos entender para poder asimilar el consumo colaborativo. De manera más concreta, podemos definirlo como el consumo exagerado de bienes o productos resultantes de los recursos naturales del hombre, por simple deseo. Era tradicionalmente común ver que el ciclo de vida de un producto era muy corto, su obsolescencia era acelerada y hacía que muchos de sus fabricantes generaran mano de obra abusiva en terceros países para así cumplir con el objetivo de maximizar las ventas, no importaba tanto la sostenibilidad o la calidad como las ventas.

² Libro: Vivir mejor con menos (Albert Cañigueral, 2014)

El cambio de mentalidad ha supuesto que ese ciclo de vida de los productos pueda alargarse permitiendo una mayor accesibilidad al producto, aminorando las diferencias económicas entre los consumidores finales, aumentando la sostenibilidad y calidad, reduciendo desperdicios y creando una cultura de concienciación hacia los nieles tan extremos a los que el ser humano puede llegar.

Una empoderada y muy partidaria de este cambio evolutivo hacia el consumo colaborativo es Rachel Botsman. Una escritora inglesa considerada experta en el tema, que así lo deja ver en su publicación³ junto con Roo Rogers.

En su libro, a partir de ejemplos actuales de este modelo de consumo, plantea su clasificación en tres sistemas diferentes:

➤ **Sistemas basados en el producto.**

Aquí podemos incluir todas aquellas ideas o proyectos en los que el consumidor paga por el acceso a utilizar un producto y no para su posesión. Hay un movimiento del consumo al servicio, y deja que el producto pueda aprovecharse al máximo, su uso o practicidad.

➤ **Sistemas de redistribución.**

En este caso, se habla de ceder o donar bienes, que sigan teniendo vida útil y que puedan ser reutilizados por personas que realmente lo necesitan o quieren usarlos. Como la misma palabra indica, se trata de redistribuir bienes entre personas sin coste alguno y así aprovechar sus recursos. Alguna plataforma de este tipo es 'No lo tiro', que pone en contacto a las personas para facilitar el intercambio de forma gratuita.

➤ **Estilos de vida colaborativos.**

En cuanto a los estilos de vida, ya no se refiere a bienes materiales, sino intereses comunes. Se trata de colaboración para compartir espacios, tiempo, proyectos laborales o incluso 'compartir dinero', como es el caso de las plataformas de crowdfunding o los

³ Libro 'What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption' de Rachel Botsman

espacios de 'coworking'. Se puede señalar 'couchsurfing' como un ejemplo de este tipo, donde viajeros de todo el mundo buscan alojamiento a cambio de conocer otras culturas.

Sistemas de clasificación de los modelos de consumo colaborativos

Collaborative Consumption: 3 Systems



Fuente: «What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption» de Rachel Botsman

Un reciente estudio de la OCU⁴ nos define las nuevas economías emergidas de nuestros estilos de vida, donde incluye la economía colaborativa.

Este estudio trata de averiguar que pueden llegar a ofrecer las nuevas economías a los diferentes sectores. De forma general voy a describir su impacto en el consumo diferenciando cada uno de los ámbitos.

Comenzando por el sector alimenticio, estas economías apuestan por una compra de proximidad, que reduzca el impacto del transporte, refuerce la economía de las comunidades locales, no las desabastezca y las haga más fuertes.

En el campo de la movilidad, hace referencia a los desplazamientos dentro de las ciudades pero también abarca las salidas vacacionales. Aquí, se trata de impulsar el modelo de vehículos de uso compartido, cada vez más habitual y que propiciará productos más duraderos, dado que las empresas propietarias de los vehículos tendrán interés en que sean más robustos y reparables, con lo que implícitamente se reducirán las necesidades de recursos y materias primas.

⁴ Estudio OCU <https://bit.ly/2txkghu>

El sector de la moda, pasa a ser muy cambiante, pero las nuevas corrientes económicas tratan de mejorar su confección y reducir residuos textiles, mejorando su recirculación, a través de la reutilización o incluso la donación.

En el caso de las finanzas y la banca, se trata de promover proyectos éticos, teniendo en cuenta la rentabilidad y el riesgo, pero que fomentan alternativas de consumo responsable.

Y, por último, en el campo del hogar, proponen un consumo basando en satisfacer necesidades, consumiendo cosas de mayor calidad y en menor cantidad. Además, apuestan por la reparación y el intercambio de bienes, así como formas colaborativas de consumo.

5.1. Perfil del consumidor

Inicialmente, los perfiles de los consumidores en el ámbito del consumo colaborativo, se asociaban a personas jóvenes y cosmopolitas. Hoy en día, desde una perspectiva más global de la economía colaborativa, sabemos que este perfil ha cambiado.

Un estudio realizado por la Comisión Europea (flash Eurobarometer 438)⁵ sobre el uso de las plataformas colaborativas nos muestra unos resultados socio-demográficos esclarecedores para definir el perfil del consumidor.

En relación al género, nos plantea que los hombres son más propensos que las mujeres al uso de las plataformas colaborativas, un 21% frente al 15% de mujeres encuestadas.

En cuanto a la edad, nos explica que son las personas entre 25 y 39 años las que han declarado conocer y haberlas usado alguna vez. Aunque son las personas de mediana edad (entre 40 y 54 años), las que manifiestan usar las plataformas regularmente en proporción a otros sectores de edad.

⁵Acceso al documento <The use of collaborative platforms>: <https://bit.ly/2VS2IZt>

El nivel de educación también influye, y el informe nos indica que las personas que terminaron sus estudios a una temprana edad, han usado alguna vez sus servicios y que lo hacen de forma ocasional y no regularmente.

Por otro lado, los trabajadores por cuenta propia afirman usar este tipo de plataformas en un porcentaje algo mayor frente a los que trabajan por cuenta ajena.

5.2. Principales razones para usar las plataformas

Saber cuáles son los motivos que le llevan a una persona a acceder a una plataforma colaborativa y plantearse utilizar sus servicios, también nos lleva a conocer su personalidad y determinar el perfil del usuario.

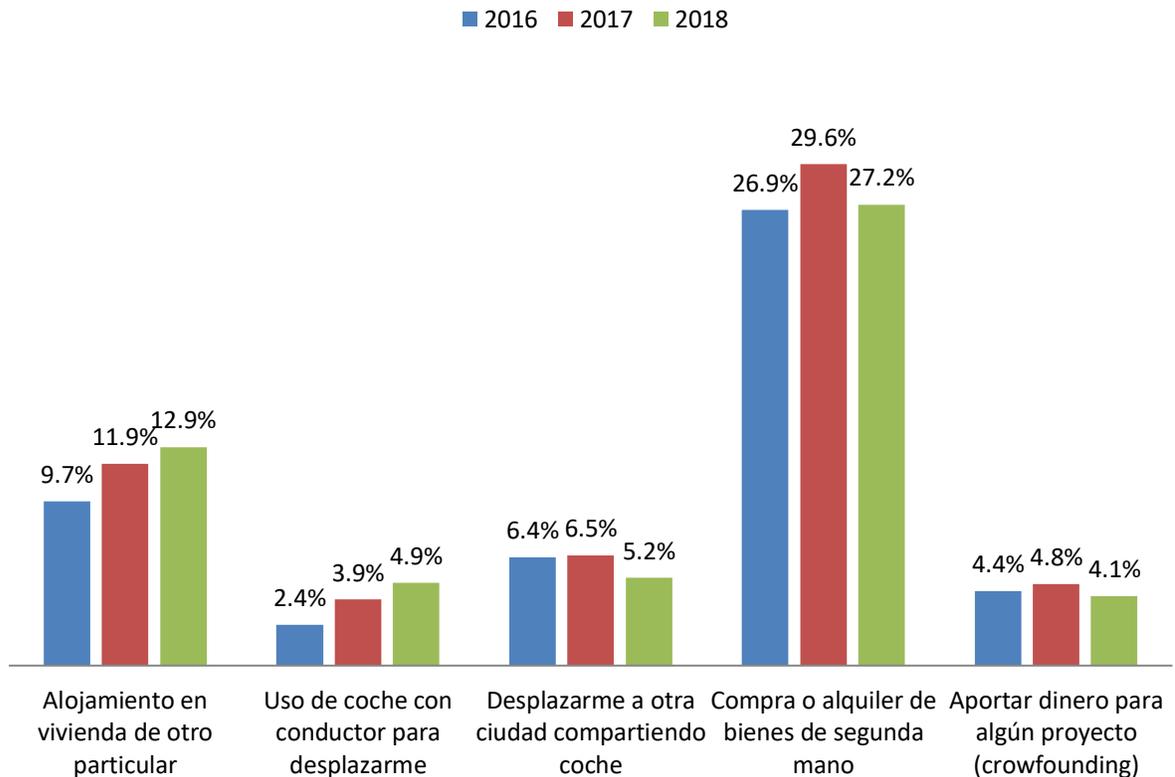
Haciendo referencia al mismo informe de la Comisión Europea, a los encuestados que habían hecho uso de las plataformas, se les preguntó sobre las principales razones que le llevaban a hacerlo. Aproximadamente un 40% de los encuestados dicen que el acceso a estos servicios está organizado de una manera conveniente. Luego, alrededor de un tercio (33%) destaca el hecho de que es más barato o gratis, y un 25% de los usuarios menciona el hecho de intercambiar productos o servicios en vez de pagar con dinero.

La CNMC nos muestra en qué porcentaje y qué plataformas concretamente usan los usuarios en el siguiente gráfico. Así, se observa que la compra de productos de segunda mano a través de plataformas sufrió un pequeño bajón en el último año, pero aún así, son de las más utilizadas por los usuarios de internet, con un 27% en 2018.

En segundo lugar, se sitúan las plataformas de alojamiento en casas de un particular (como Airbnb o Homeaway con un 13% de uso) y los desplazamientos en coche con un conductor particular a otras ciudades (5,2%).

El uso de las aplicaciones para desplazamientos en coche con conductor en el interior de las ciudades (como Uber o Cabify) se ha duplicado en los dos últimos años (pasando del 2,4% al 5%).

Gráfico 2. Uso de plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año



Fuente: Gráfica Panel de Hogares CNMC⁶

Terminamos así por definir un perfil de consumidor, que mide cada vez más su nivel de gasto e incluso controla los productos más comprados, tiene una actitud decisiva hacia el ahorro, incrementa la participación de la tecnología en sus procesos de consumo y además, desea una mejor relación/contacto con los proveedores de su servicio ya sea por plataformas colaborativas online u offline.

5.3. Principales problemas que detectan los usuarios al usar las plataformas colaborativas

Sin embargo, existen personas que son más reticentes a la hora de usarlas, tanto usuarios familiarizados con la tecnología como los que no lo están. Pero no lo hacen sin motivo, ¿cuáles son las razones que les hace rechazar su uso?

⁶Comisión nacional de los mercados y la competencia: <https://bit.ly/2JDeOE4>

Antes nos hemos centrado en las personas que sí hacen uso de estas plataformas, pero el porcentaje restante también está definido. Es importante no dejar a un lado este perfil y analizarlo.

De esta forma, gracias a una encuesta realizada a los usuarios españoles⁷ en el año 2016, sabemos que en torno a un 48% de estos usuarios alegan como razón el no saber quién es el responsable en caso de surgir algún problema y temen por la garantía de su servicio.

Como segunda razón de peso encontramos la confianza, algo que muchas personas no asocian a las transacciones o intercambio vía internet. Todo ello, a pesar de la creciente evolución positiva en cuanto a seguridad en la red. Por último, como razones menos importantes tenemos, por un lado, el que un producto o servicio no llegue a cumplir las expectativas del consumidor, siendo 18% de los usuarios los que han elegido ésta razón. Y, por otro lado, el hecho de no tener suficiente información acerca de las características de producto, elegida por el 16%.

De este modo, se puede concluir que ambos usuarios no son tan diferentes, puesto que en su conjunto coinciden a la hora de valorar la relación o contacto entre los usuarios de un lado y del otro. Piden más confianza entre las partes, pero es un hecho que puede resolverse de forma evolutiva, como hemos visto. Cada vez más usuarios se lanzan a poder probar en primera persona estas plataformas, dirigidos por la nueva cultura de consumo.

⁷ Encuesta realizada por Statista (principales problemas de las plataformas de comercio colaborativo detectados por los usuarios españoles): <https://bit.ly/2Ma9RVc>

6. Sectores más influenciados

La mayoría de los sectores económicos se han visto afectados por este concepto, no paran de surgir ideas respondiendo a diferentes necesidades. Aquí voy a describir ejemplos de negocios puramente colaborativos, modelos de economía y de acceso. De esta forma podremos entender las diferencias.

6.1. Alojamiento

Este término abarca tanto el sector turístico como el derecho a la vivienda básica. Se trata de un sector que moviliza la economía en gran medida y a nivel global, es decir, hace posible la circulación de mucho dinero. Es, bajo mi punto de vista, el sector que más ha facilitado la entrada de ésta economía en los últimos años y se debe a su capacidad de adaptación.

Debo distinguir aquí entre las aplicaciones promovidas por el interés puramente social, donde no hay intercambio económico sino de “servicios” (intercambio social) y por otro lado, el interés lucrativo, donde prima el negocio frente a la colaboración, aunque en esencia tenga como función la de facilitar la aportación social (economía de acceso).

Es importante puntualizar que ha supuesto también algún problema de cara a la industria hotelera, muchos no han sido capaces de adaptarse al cambio y otros se han beneficiado de esa ventaja. Lo que queda claro es que los grandes beneficiados han sido particulares.

A continuación algunos ejemplos de modelos de negocio asociados a este sector:

Interés, en gran parte, social. Aclarar en este punto que, no quiere decir que éstas empresas no tengan carácter lucrativo, pero es verdad que son aplicaciones gratuitas y no tienes que pagar por utilizarlas. Aquí, un ejemplo:

Couchsurfing

Se denomina como una red de viajeros, y es que así es como empezó en 2003. Ésta plataforma te permite conocer el mundo a través de su gente, no hay dinero de por medio, es gratuito, ya que su objetivo es el de ayudar al viajero y facilitarle algún lugar donde pasar la noche (aunque sea un sofá) a cambio de una interacción cultural.

El Couchsurfing fue creado en 2003 bajo el espíritu del intercambio de experiencias, creación de lazos de amistad y promoción de multiculturalidad y "dar sin esperar nada a cambio". Ha crecido a lo largo de los años y va sosteniendo la esperanza de que exista bien en el mundo, nos hace mejores personas.

También es posible que te encuentres en la situación de no poder alojar a nadie y no estar viajando, de igual manera puedes tener un perfil y siempre puedes colocar el estado como "Wants to Meet Up". En vez de tener a alguien durmiendo en tu casa, sólo estarías disponible para mostrar la ciudad a un viajero de otros lugares.

La comunidad de couchsurfers funciona también a través de Grupos. La plataforma tiene diferentes foros donde los amantes del Couchsurfing organizan encuentros periódicos: tanto para conocer a otros viajeros, o para conocer a residentes de la ciudad. Hay ciudades donde existen encuentros semanales, como por ejemplo en Lisboa.

6.2. Transporte

Desde compartir coche para un viaje largo, pasando por compartir mesa en el AVE y hasta una nueva modalidad de taxi adaptado a la era digital. Y es que, hoy en día, están cada vez más en boca de la sociedad, las aplicaciones que permiten cierta libertad frente a los monopolios hasta ahora establecidos en el sector del transporte.

Cierto es, que existen diferencias entre países pero en Europa se está siguiendo la misma tónica respecto a este sector. Aquí, cabe destacar:

Blablacar, Amovens

Se trata de una red que conecta conductores con pasajeros para compartir los gastos del trayecto. Son personas que tienen en común el origen y el destino de un trayecto, coincidiendo para hacerlo el mismo día y acordando un precio razonable por los gastos generados, además de contribuir con el medio ambiente.

Los conductores y los pasajeros deben confirmar el número de teléfono, vincular perfiles en redes sociales y enviar documentos, lo que promete dar más seguridad a los usuarios. Todas las personas reciben una puntuación que varía de 0 a 5 estrellas, de tal manera que otros usuarios pueden estar advertidos y pueden elegir una persona con mejor puntuación o mejores comentarios.

6.3. Financiación

La economía colaborativa también ha llegado al sector de las finanzas, posiblemente uno de los sectores con mayor capacidad de cambiar nuestra forma de vivir. Desde la colaboración con el cambio de divisas hasta la financiación de proyectos, servicios en los cuáles intervenían los bancos tradicionalmente y que, ahora, gracias a las redes colaborativas y su interacción social, se están dando mejores condiciones al usuario.

Crowdfunding

Se trata de una forma de financiación colectiva realizada por particulares que aportan recursos económicos para el desarrollo de un proyecto en concreto, mediante las plataformas digitales. El beneficio de contribuir con tal proyecto puede ser el pago de una tasa de interés o una determinada recompensa. Y es que, cada vez más ideas son financiadas con estos fondos y no con inversión tradicional, como son créditos, bancos, etc.

Y ¿cuál es el proceso para poder financiar un proyecto mediante crowdfunding? Partimos de que el emprendedor debe contactar con una de las múltiples plataformas que ofrecen esta financiación y presentar su idea. Deberán evaluar la viabilidad del proyecto o negocio y, siempre que sea viable, la plataforma lanzará la campaña.

La campaña estará definida y acotada según lo pactado entre el emprendedor y la plataforma, de esta forma se elegirá un objetivo de captación mínima y que sea alcanzable, se elaborarán los contenidos sobre el producto o servicio a financiar, además de las recompensas que puedan motivar y atraer a los inversores. Y por último, se definirá el tiempo de duración de la campaña.

En caso de no alcanzar el objetivo de participación, el dinero no será transferido al emprendedor, es el modelo denominado 'all or nothing'. Aunque, hay plataformas que sí permiten al emprendedor recibir el dinero sin alcanzar el objetivo, es el modelo 'keep it all'.

Ahora que ya sabemos el funcionamiento de ésta herramienta de financiación, podemos definir los cinco tipos de crowdfunding:

1. **De recompensa:** Normalmente la empresa realiza el envío de una recompensa no monetaria al inversor, y que suele estar vinculada al producto o servicio (experiencia) del propio proyecto. De ésta forma se consiguen y fidelizan clientes, se considera como una preventa.
2. **De donación:** Es una modalidad generalmente para proyectos con fines caritativo, el inversor de forma altruista aporta su dinero sin recibir nada a cambio.
3. **De inversión:** En esta modalidad, los inversores aportan dinero a cambio de participaciones de la propia empresa, es decir, la posibilidad de obtener un compromiso sobre los beneficios de la sociedad.
4. **De préstamo (crowdlending):** El inversor financia el proyecto en calidad de préstamo, este debe ser devuelto en un plazo y con unos intereses previamente negociados.
5. **Inmobiliario:** Permite a los inversores financiar proyectos o bienes inmobiliarios, con el fin de obtener beneficios su alquiler o venta posterior al plazo de finalización.

Pero, ¿cuáles son los pros y contras de este modelo de financiación colectiva? Son muchos los proyectos que se deciden lanzar a estas plataformas pero no es tan fácil conseguir financiación como puede aparentar.

Por un lado, los trámites no son ningún quebradero de cabeza. De hecho, suele ser bastante rápido y no se requiere la contratación de servicios adicionales, como puede ocurrir con la opción del préstamo bancario. También puede ser una prueba de fuego para el lanzamiento del producto o servicio, el emprendedor puede analizar el mercado y saber

si el producto va a ser aceptado o no por el cliente. En caso de tener éxito, la empresa ganará potenciales clientes y contará con embajadores de la marca, convirtiéndose en un potente instrumento de marketing.

Por otro lado, para poder llegar a la tramitación de la campaña es necesario pasar los filtros de viabilidad que las plataformas piden sobre los proyectos, y no es nada fácil. El porcentaje de proyectos que normalmente superan los filtros es muy bajo, deben ser proyectos que demuestren un nivel de solvencia, así como seguridad y transparencia.

➤ Plataformas en España

Tabla 2. Principales plataformas de crowdfunding en España

Nombre	Proyectos	Descripción
CROWDCUBE	De inversión	Orientada a emprendedores que aportan capital y buscan inversores.
KICKSTARTER	Creativos	Apoyo a artistas, músicos, diseñadores, etc
INDIEGOGO	General	Orientada a todo tipo de proyectos.
LANZANOS	General	Todo tipo de proyectos, con la particularidad de que ofrecen una opción de poder realiza una votación antes de lanzar la campaña.
VERKAMI	Creativos	Además en su plataforma ofrecen asesoramiento legal.
GOTEO	Sociales, culturales, tecnológicos y educativos	Apoya las iniciativas ciudadanas.
ULULE	Creativos y sociales	Reconocida en Europa.

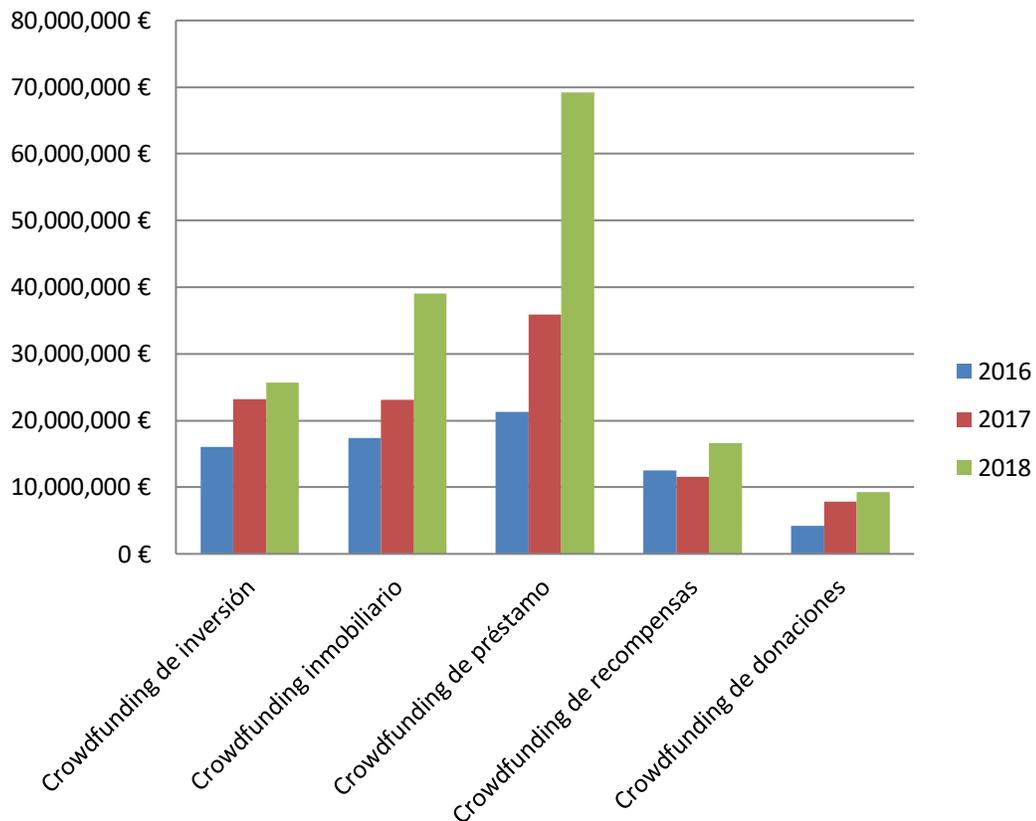
Fuente: Elaboración propia

➤ Cifras

El año 2016 fue un año crucial para este tipo de financiación colectiva, se superaron los cien millones de euros recaudados en España, lo que hizo suponer a los más entendidos que sería el comienzo de un creciente periodo de inversión para multitud de nuevos proyectos.

Bajo el informe anual que realiza la Asociación Española de Crowdfunding, vemos un crecimiento significativo en los últimos tres años, pasando de los 101.651.284€ recaudados en 2017 a los 159.691.767€ en 2018, lo que supone un variación positiva del 62.12%. Cada vez más ahorradores, inversores y emprendedores se suman a este tipo de financiación colectiva.

Gráfico 3. Evolución recaudación crowdfunding últimos años.



Fuente: elaboración propia, datos de la asociación española de crowdfunding.

Recuperando los datos de los últimos tres años, podemos analizar en el siguiente gráfico su tendencia y vemos una evolución positiva que destaca sobre todo en el crowdfunding de préstamos e inmobiliario. Es importante destacar la inclusión del crowdfunding mobiliario, que fue incorporado y reconocido como tal hace apenas dos años para su regulación, consiguiendo que su plataforma principal (Housers⁸) y la primera

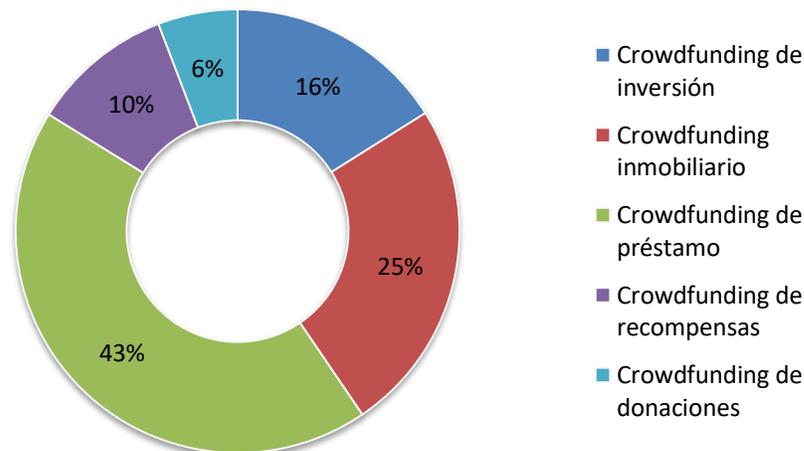
⁸ Plataforma líder de inversión inmobiliaria <https://bit.ly/2YLeFlp>

autorizada en ese campo por la CNMV⁹, sea líder en recaudación y que cobre un peso importante en la economía española.

Se quedan algo más atrás las plataformas de inversión y de donaciones, que aunque también crece su recaudación, lo hacen en menor medida que el resto.

Si nos centramos en el año 2018 concretamente, vemos (gráfico 3) como casi el 70% del total recaudado en crowdfunding se reparte entre el crowdfunding de préstamos y el inmobiliario. Las plataformas de inversión inmobiliaria, consiguen la segunda posición, con un 40,07% más de recaudación que durante el año 2017.

Gráfico 4. Porcentaje de recaudación del Crowdfunding en España durante 2018



Fuente: elaboración propia, Asociación Española de Crowdfunding

Ramos, Barrall y Barrall (2017)¹⁰ señalan textualmente que *“tras una primera fase donde las plataformas de todos los tipos de crowdfunding eran generalistas, cada vez encontramos más plataformas temáticas, sectoriales, con proyectos muy segmentados que nos hablan de nuevas motivaciones de inversión”*. Es una realidad, ya que la financiación colectiva se alimenta de la sociedad y de la satisfacción de sus necesidades, cada vez más exigentes.

⁹ Comisión Nacional del Mercado de Valores

¹⁰ Informe anual crowdfunding 2018 <https://bit.ly/2Mdezlj>

Se prevé un futuro de expansión, un desarrollo de nuevas plataformas con el objetivo de adentrarse en ámbitos y sectores donde hasta ahora no había llegado el crowdfunding (o no era habitual), prolifera la investigación y el campo científico. Se invierte cada vez más dinero en las campañas de comunicación, antes de presentar el producto, sin saber si quiera si será posible su fabricación. Por supuesto, desde una base de confianza hacia la marca y el proyecto.

6.4. Educación

Aunque se trata de un ámbito donde no ha llegado con especial ímpetu, podemos dar algún ejemplo de cómo la colaboración se adentra en mundo estudiantil. Se sabe que la situación de muchos estudiantes es difícil e incluso para sus familias, por lo que la colaboración aquí puede tener cabida.

En ello se centran los siguientes proyectos:

Sharing academy

Plataforma donde universitarios se ofrecen como profesores de las materias que dominan para otros estudiantes, que tienen dificultades para costear las clases particulares fuera de las aulas.

Los estudiantes que ya han superado una asignatura pueden dar clases particulares a todos aquellos que la necesitan aprobar, teniendo en cuenta validación de identidades, certificados académicos, valoraciones y recomendaciones de ex-alumnos como filtros de confianza.

Es una plataforma que nació en España y, hoy en día, está disponible en más de 50 universidades y continúa creciendo. Además, se están haciendo pruebas para poder implantarlo en la ESO y Bachillerato.

Relibrea

Un proyecto que nació en Valladolid en el año 2012, que tiene como finalidad el poder facilitar a las familias los libros de texto escolares a un menor precio o incluso mediante el intercambio.

Personalmente, he tenido la oportunidad de conocer a su fundador y agradezco que haya podido contarme su historia. Un joven emprendedor que, tras vivir en el extranjero durante casi 10 años, decidió regresar a España y comenzar su proyecto. Hoy en día, se ha convertido en una de las mayores plataformas de compra-venta de libros de segunda mano y cuenta con más de 100.000 libros de texto.

Después de siete años de andadura, no ha parado de crecer. Incluso, se puede realizar desde todos los puntos de España y se realiza todo online, por lo que puedes encontrar libros de nuevas ediciones y deshacerte de los antiguos, produciendo un pequeño ahorro.

Las familias, sobre todo las familias numerosas, lo tienen muy en cuenta y cuando comienza un nuevo curso siempre tratan de estar pendientes, los libros de texto no son precisamente baratos.

Es aquí donde la economía colaborativa puede ofrecer muchas ventajas y, una vez más, gracias a la tecnología, que hace posible esa cercanía a nivel nacional y la posibilidad de abrir mercado en los productos de segunda mano.

6.5. Alimentación

Hoy en día, la sociedad está más concienciada que hace algunos años respecto a la comida y es que gracias a la economía colaborativa podemos contactar con particulares para poder compartir comida o aprovechar productos no utilizados. Aquí, algunos ejemplos:

Olio

Una plataforma que te pone en contacto con personas de tu vecindario para poder compartir comida sobrante o incluso ceder alimentos que no han sido utilizados y no deben desperdiciarse, ayudando a personas que lo necesitan.

Se denomina también como plataforma de redistribución de comida y lo que intenta evitar es usar la basura para alimentos que pueden ser aún aprovechados.

El funcionamiento es bastante sencillo. Simplemente, el usuario aporta una foto de un alimento en buen estado que no va a utilizar, y el que primero lo solicite puede pasar a recogerlo.

Los intercambios son gratuitos y suceden en la puerta de casa, lo que fomenta la relación entre vecinos en ésta época en la que no estamos acostumbrados a cruzar la puerta de nuestros vecinos ni para pedir una pizca de sal.

Modelos de agricultura urbana

La agricultura urbana surge dentro de las comunidades basándose en el desarrollo de huertos, cada persona se encarga de una pequeña parte de la parcela para después compartir los cultivos, generalmente ecológicos, y que promueven la sostenibilidad y el autoconsumo.

Se trata de iniciativas que se desarrollan en zonas urbanas, donde existe la posibilidad de acondicionar un terreno vacío, siempre que las personas implicadas tomen iniciativa. Y no es novedad, ya en muchas ciudades este tipo de huertos ya están implantados, hablamos de una comunidad de vecinos de un mismo edificio o incluso a nivel de barrios enteros.

En este apartado me gustaría destacar una iniciativa local en Valladolid que se inició en el año 2012 y aún continúa realizando actividades comunitarias apoyadas por la asociación de su barrio. Es “La huerta sin puerta”¹¹, una propuesta vecinal de huerto común.

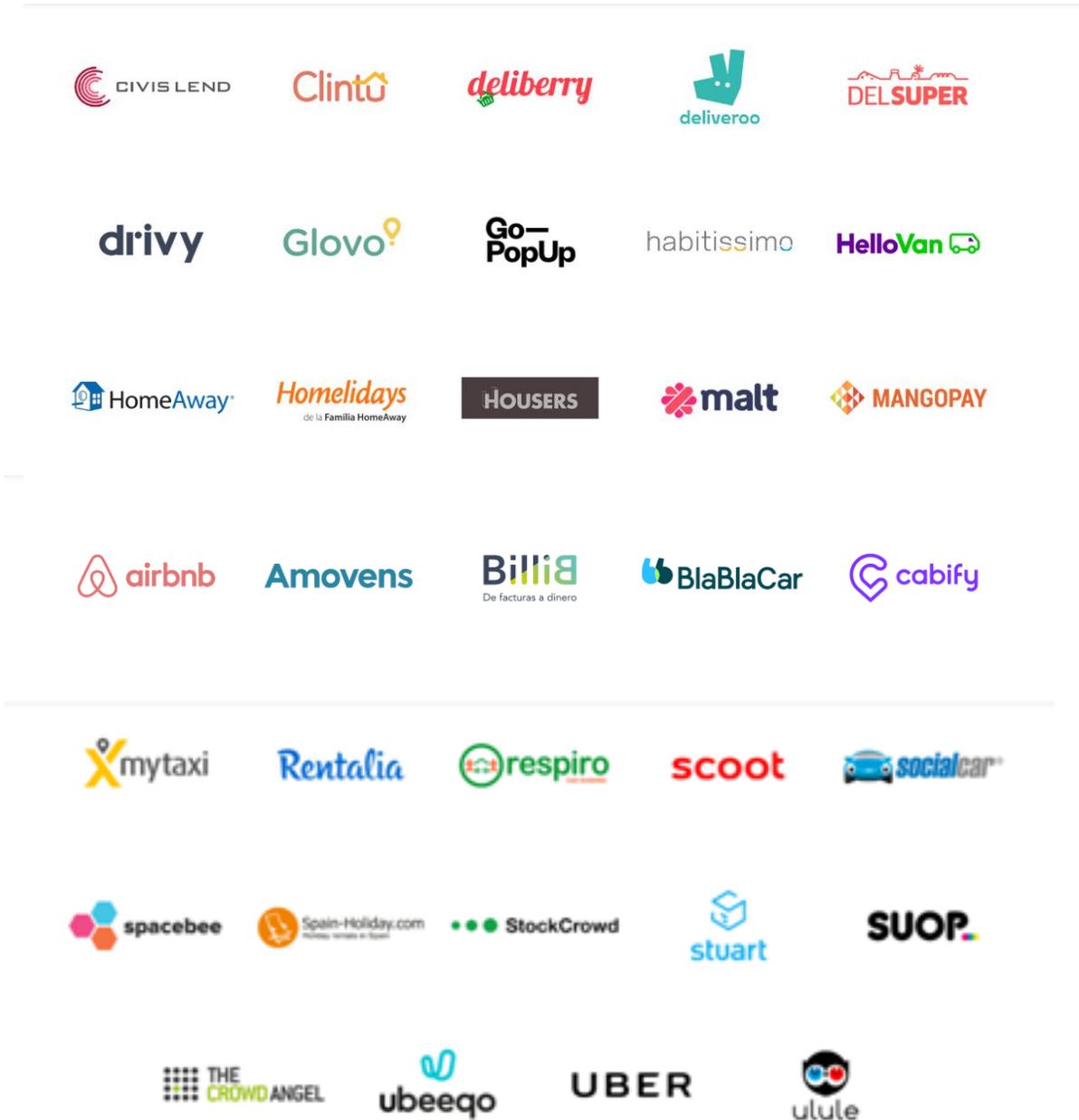
¹¹“ La huerta sin puerta” <https://bit.ly/2F1GSws>

Está ubicada en Puente Jardín, de forma voluntaria algunos vecinos decidieron aprovechar algunos solares abandonados en el barrio, pudiendo así cultivar alimentos más saludables y sin productos químicos perjudiciales al medio ambiente. Desde su creación ha sido mantenido sin ánimo de lucro, dando un aspecto más verde a la zona y creando actividades lúdicas para las familias del barrio.

Cada cierto tiempo realizan jornadas de puertas abiertas para que cualquiera pueda ir a visitarlo. Dejo a continuación alguna imagen:



Directorio de empresas implantadas en España:



Fuente: Ilustración de la Asociación Española de la Economía Digital (Sharing España)¹²

¹² <https://bit.ly/2ZueyuX>

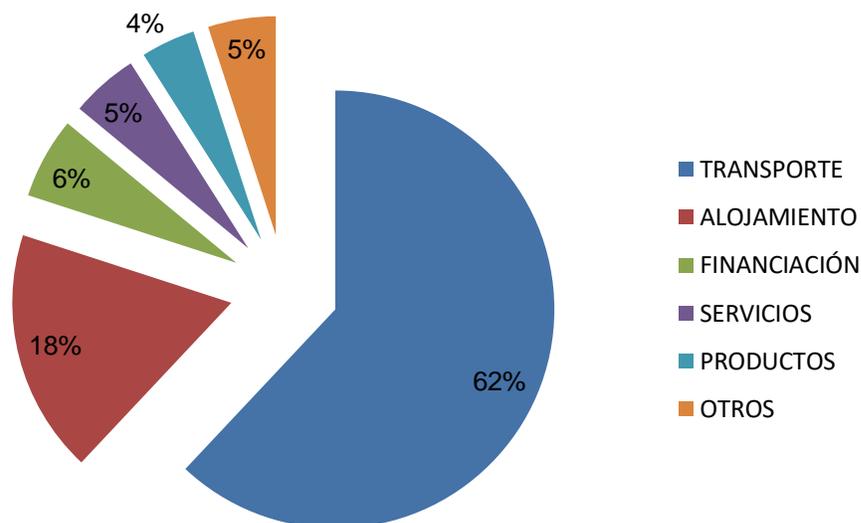
7. Análisis de crecimiento por sectores

A día de hoy, la economía colaborativa prácticamente se extiende a todos los sectores económicos, como he descrito en el anterior apartado. Con ello, está llegando a una fase de consolidación y podemos observarlo ya como un modelo plenamente asentado.

Si analizamos el siguiente gráfico es posible observar como a nivel mundial, los sectores de transporte y alojamiento llegan al 80% en inversión dentro de la economía colaborativa. Son los sectores que más inversión reciben desde el año 2000, dejando atrás a sectores como el de servicios y el de financiación, que solo reciben un 6% y 5%, respectivamente, pero que están en crecimiento.

En otros sectores, donde podemos incluir salud, energía, industria o el sector público, aún es menor su impacto, con apenas el 5%, pero también cuentan con una gran capacidad de crecimiento a largo plazo.

Gráfico 5. Distribución por sectores de la inversión.



Fuente: Estudio CNMC.

Si hablamos de la economía colaborativa por regiones, en el caso de Europa, el total del valor de las transacciones a través de plataformas colaborativas ha pasado de 12 a 28 millones de euros en apenas dos años. Sus ingresos han pasado de 1 a 3,6 millones de euros.

En el caso de China, los ingresos han pasado de casi 0,3 millones de Yuanes en 2012 a unas estimaciones en 2018 de 7,5 trillones. Suena fácil de contar pero el crecimiento tanto en China como en EE.UU. ha sido muy acelerado y notorio.

La economía colaborativa representa actualmente entre el 1 y el 1,4% del PIB en España. La cifra podría duplicarse de aquí a 2025, hasta alcanzar entre un 2 y un 2,9%. Además en España, más de las 300 startups creadas en España se engloban dentro de la economía colaborativa.¹³

¹³ (2018). *Plataformas de economía colaborativa: una mirada global*. [pdf] <https://bit.ly/2LLJgJT>

8. Economía colaborativa para la innovación social y los servicios públicos

El gran debate actual se centra en la parte comercial de la economía colaborativa que, como hemos visto, ha crecido considerablemente y aparte de los beneficios potenciales, también podría tener inconvenientes. Sin embargo, la economía colaborativa puede ser reconocida como un concepto más amplio, que incluye iniciativas y transacciones sin ánimo de lucro y, como tal, puede tener un alcance potencial en cuanto a los servicios públicos e innovaciones, fomentando la participación ciudadana y la construcción de nuevas comunidades. La Comisión Europea afirma que ese potencial debe explorarse desde nuevos enfoques, en términos de costes y beneficios para aprovechar oportunidades y diseñar formas de apoyarlo.

Desde un punto de vista de aprovechamiento de recursos, la Comunidad Europea observa que los municipios disponen de edificios, espacios o maquinaria que no se usan todo lo que se podrían usar, están desaprovechando sus recursos. Así, los gobiernos locales podrían participar activamente en compartir bienes y servicios en transacciones de gobierno a gobierno, transacciones de gobierno a empresa e incluso de ciudadano a ciudadano.

El intercambio de recursos también puede incluir recursos humanos, por ejemplo, ciudades compartiendo empleados con un perfil específico. Entre los ejemplos de plataformas que facilitan tales intercambios encontramos *Munirent*, con sede en EE.UU., que facilita el intercambio de equipos y personal entre las ciudades, o *Cohealo*, también estadounidense que soporta el intercambio de equipos médicos.

Por otro lado, las plataformas colaborativas producen gran cantidad de datos procedentes de sus usuarios. Estos datos recogidos y almacenados por las plataformas pueden ser valiosos para las autoridades públicas, en materia de seguridad social o lucha contra el fraude. Una cooperación que se considera cada vez más importante en nuestra comunidad.

En el campo de la innovación social, existen varios ejemplos de nuevas ideas que contribuyen a satisfacer necesidades sociales y crear al mismo tiempo nuevas relaciones sociales o colaboraciones. Se incluye aquí *Goodgym*, una plataforma para vincular la

actividad física con proyectos comunitarios y apoyo a personas vulnerables o iniciativas similares, construyendo redes sociales locales en una base de reciprocidad. También existen iniciativas tales como espacios de trabajo compartido (co-working), que incluyen centros creativos y con personas de diferentes ámbitos y disciplinas, fomentando la colaboración y el espíritu de comunidad con valores comunes. Los elementos comunes importantes de estas iniciativas son un enfoque inclusivo y participativo, una orientación hacia el bien común y la sostenibilidad.

9. Entornos colaborativos

Sin duda, todos estos antecedentes respecto a la economía colaborativa han afectado o influido de forma significativa en el entorno laboral, que ha sufrido una transición, no tanto positiva o negativa, pero sí destacable en comparación con lo que ya teníamos conocido como tradicional.

Las empresas, hoy en día, tienen un sistema de organización jerárquica más horizontal, frente a la organización vertical que hasta hace poco, la mayor parte de las empresas promovían como factor de éxito. Pero este cambio no es casual, y tiene una base fundamental.

Se está demostrando que para mejorar la productividad, muchas empresas optan por tomar acciones conjuntas entre el personal o entre los diferentes departamentos. Definiendo sinergias a escala menor, que supone fomentar la participación colectiva frente al trabajo individual.

Una persona aporta mejores resultados a la empresa si trabaja de forma colectiva que si cada uno presenta sus resultados de forma individual, además que se enfrenta ello con más entusiasmo y positividad.

No dejamos atrás la base tecnológica, ya que gracias a plataformas como Dropbox y Evernote facilitan esa organización, herramientas que permiten acceder a cualquier documento y desde cualquier sitio.

Por supuesto, que el personal debe estar preparado para la colaboración, tener ganas de aprender y compartir su conocimiento, aminorando la competitividad dentro de las propias organizaciones. Se trata de una redefinición de la cultura de trabajo y que podemos dividir entre las empresas ya consolidadas y el surgimiento de startups¹⁴ o proyectos emprendedores que también deciden trabajar bajo estos criterios y necesitan espacios de trabajo colaborativos.

¹⁴ Startup: Empresas de reciente creación (emergentes) generalmente apoyadas en la tecnología.

9.1. Co-working

Podemos definir un espacio de Co-working como una forma de trabajo que permite a profesionales de muy diferentes ámbitos compartir un mismo local manteniendo su independencia y a la vez creando una comunidad de personas o coworkers¹⁵. Hay quien lo denomina filosofía de trabajo, pero a decir verdad es una tendencia que comenzó debido a los pocos recursos de los emprendedores al comenzar un proyecto y al no poder permitirse la inversión de un local u oficina de trabajo a largo plazo. Ciertamente, también incluimos como ingrediente la necesidad de compartir experiencias, ideas, etc, en definitiva comunicarse con otras personas y crear un ambiente de trabajo sano, divertido y creativo.

➤ ORIGEN

El origen de esta idea surgió a finales del siglo XX en Europa, concretamente en la capital alemana, donde se fundó uno de los primeros hackerspaces¹⁶ del mundo. No era lo que conocemos como espacio de co-working pero su idea era muy similar.

Donde se materializó realmente el concepto del espacio de trabajo compartido fue en EE.UU. De la mano de Bernie DeKoven surgió el primer espacio de coworking en 1999, una oficina llamada “42 West 24”.

Sin embargo, no es hasta 2005 cuando aparece el primer espacio de coworking oficial en San Francisco, sin ánimo de lucro, ofrecía ocho mesas dos días a la semana con acceso a internet de forma gratuita, almuerzos y paseos en bicicleta, entre otros servicios. Evolucionó hasta llegar a ser un espacio de trabajo compartido a tiempo completo denominado “Hat factory”. Y es en 2007 cuando se popularizó la idea que hoy en día es una tendencia imparable.

En España, fue a partir del año 2014 cuando el llamado boom de este nuevo estilo de trabajo llegó a las calles, coincidiendo con la recuperación económica tras el paso de la crisis de 2008, y desde entonces no ha parado de crecer.

¹⁵ ‘Coworkers’: persona que forma parte de un espacio de Coworking.

¹⁶ Concepto ‘hackerspaces’(<https://hackerspaces.org/>): lugar físico donde gente con intereses en ciencia, nuevas tecnologías, y artes digitales o electrónicas pueden socializar y colaborar con proyectos. Comunidad voluntaria para estudiantes y aficionados.

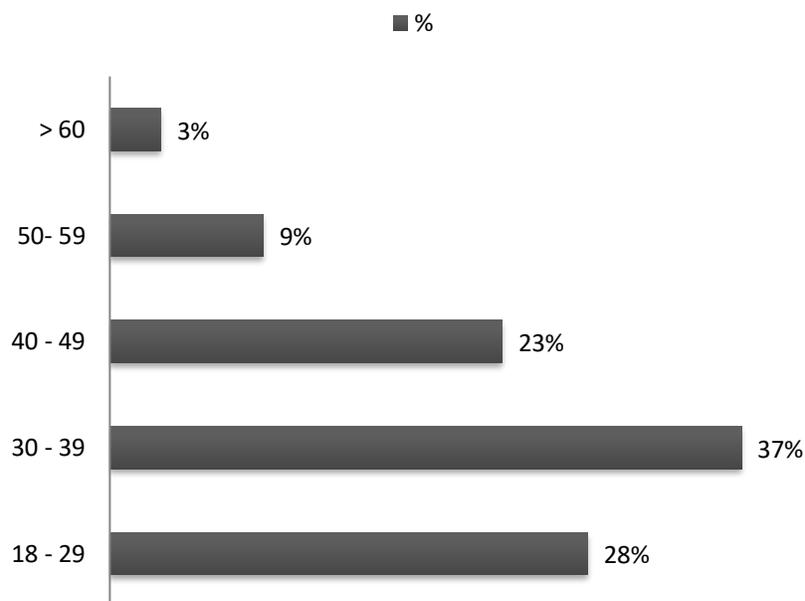
➤ **ACTUALMENTE**

A medida que aumenta el número de autónomos y emprendedores, el cambio hacia el espacio compartido no muestra signos de desaceleración, al contrario. La interacción con otros trabajadores se ha convertido en uno de los aspectos más influyentes de esta tendencia, afectando la salud mental y la productividad de las personas en este entorno laboral.

Entre los rasgos más valorados por una persona para elegir esta forma de trabajo, según un estudio¹⁷ realizado el año pasado, son las colaboraciones espontaneas que puedan surgir, la red de contactos y el crecimiento personal junto con el ambiente productivo que se genera.

Definiendo el perfil de sus miembros es fácil percibir que no es una tendencia que afecte a los hábitos de las generaciones más jóvenes, entran aquí los mayores de 30 años, que como se ve en el gráfico, superan el 60% frente a la comunidad de menor edad.

Gráfico 6. Clasificación por edad de la comunidad coworker a nivel global.



Fuente: elaboración propia de estudio 'Rise of co-workers'

Es una realidad que evoluciona de tal manera, que ya no es sólo un trabajador el que por cuenta propia decide hacer uso de uno de estos espacios, sino que son muchas

¹⁷Estudio: Rise of co-workers <https://bit.ly/2WtBqga>

las empresas, y no tan pequeñas, que están tomando decisiones desde otra perspectiva y eligen trabajar en uno de estos espacios por los beneficios que conlleva para su crecimiento. Las empresas buscan reducir su exposición a los arrendamientos a largo plazo

Según datos estadísticos, el número de espacios ha crecido el año pasado más de un 20%. Con ello, el pronóstico de crecimiento de personas que usan estos espacios es mayor que el pronóstico de crecimiento de los espacios. Esto se debe a que los espacios de coworking son cada vez más grandes, tanto en tamaño físico como en número de miembros.

Hoy en día, existen más de 15.000 espacios en todo el mundo. Es una idea que evoluciona continuamente y por eso ningún espacio es igual que otro, no solo son espacios de trabajo convencionales, cada uno ofrece servicios alternativos en función de las necesidades y expectativas de su comunidad de coworkers. Eso es lo que marca la diferencia, tiene un carácter de innovación indiscutible.

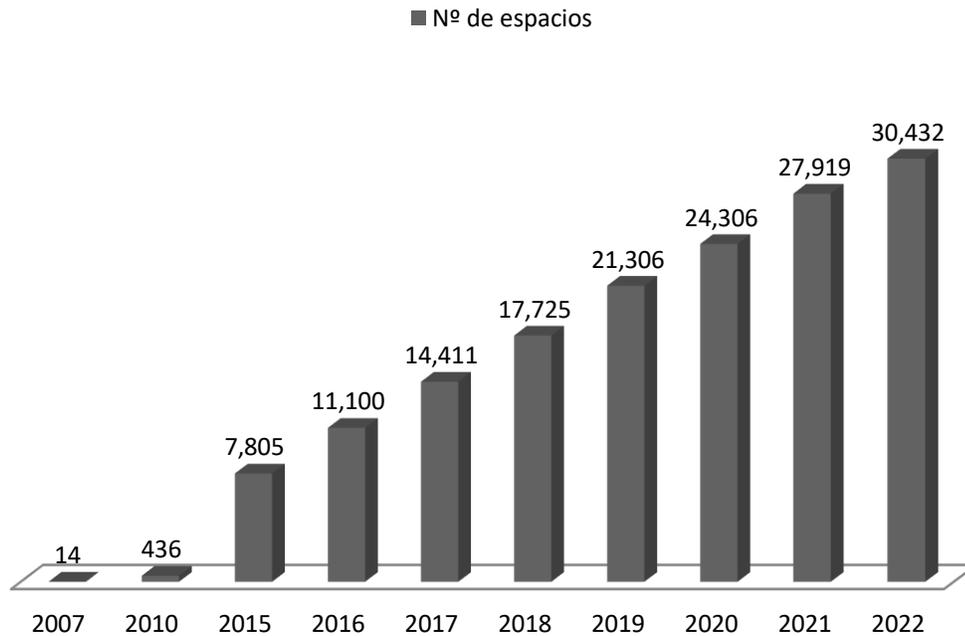
➤ FUTURO

En cuanto a su porvenir, se observa una clara tendencia al alza. Concretamente, China se está convirtiendo en el mercado de coworking más grande del mundo y la India está emergiendo como uno de los cinco principales mercados de esta nueva forma de trabajo para el año 2022.

Con un crecimiento intensivo también se identifican los mercados de América del Sur, Rusia y parte de África. Se espera un crecimiento más lento aunque positivo en los mercados estadounidense y europeo, ya que son considerados mercados en fase de madurez.

Según nos muestra un informe de previsión para los próximos cuatro años en relación a los espacios de coworking, podemos ver como el número de espacios aumentará en todo el mundo hasta llegar a 30.000 espacios. En el siguiente gráfico se aprecia como aumenta casi el doble a la cifra de este año y supone una tasa de crecimiento anual de 16,1%.

Gráfico 7. Previsión de crecimiento del número de espacios de coworking.



Fuente: elaboración propia a partir de Global Coworking Forecast (2018)

➤ **BENEFICIOS**

No es casualidad este crecimiento tan rápido. Cada vez más personas deciden trabajar en uno de estos espacios y emprender nuevos proyectos, comprobando que los puntos positivos superan a los negativos.

Y es que, muchos espacios permiten un periodo de prueba, sin coste alguno, para que sus miembros puedan analizar su nivel de adaptación a esta forma de trabajo. Pero, ¿qué aporta un espacio de coworking frente a una oficina o el trabajo desde casa?

Un punto importante es la motivación, sabemos que para poder un proyecto es necesario estar motivado. El ver y conocer a personas que como tú deciden emprender y sacan adelante sus proyectos, hace que psicológicamente nos ayude a pensar que nosotros también estamos capacitados para lograrlo.

Con ello, además, podemos conseguir una muy buena red de contactos (networking), porque nunca sabemos cuándo vamos a necesitar la profesionalidad de otro sector, o incluso si alguien puede necesitar nuestros servicios y/o colaboración.

En cuanto a los horarios, un espacio de coworking da libertad y ofrece flexibilidad. Cada miembro tiene acceso de forma independiente al espacio. Como anécdota, visitando un espacio en el centro de Valladolid, pude ver como cada coworker tenía acceso al espacio gracias a un sistema de huella dactilar particular y del que podían hacer uso a cualquier hora del día, sin límites.

Otro punto quizás fundamental es el ahorro. No podemos negar la evidencia de que hacer uso de un espacio de coworking supone un menor coste frente al alquiler de un local propio, que tiene mayor dificultad de accesibilidad y supone una inversión a largo plazo. Algo que muchas nuevas empresas no pueden permitirse.

Además, un espacio de coworking puede ofrecer otros servicios incluidos en su precio, como por ejemplo, un servicio de cocina, salas de reuniones o incluso la prestación de material y equipos audiovisuales. Cada persona contrata los servicios según sus necesidades y suele ser de carácter mensual.

Si sumamos el buen ambiente que se genera, puede aportar la creación de ideas frescas e innovadoras, además de fomentar el aprendizaje y la formación continua, que a base de cooperación resultará muy positivo.

9.2. Coworking en Valladolid

Algunos de estos espacios se han desarrollado de forma local en Valladolid durante los últimos años, tanto por empresas privadas como por colaboración de organizaciones públicas, entre los que destaca:

Via Lab Coworking: Ubicado en la estación de tren de Valladolid, cuenta con puestos de trabajo, salas para reuniones e incluso dispone de una cocina. Se compone de una comunidad de más de 30 coworkers.



El coworking del Pop Up: Ubicado en la plaza El Salvador desde 2015. Ofrece un espacio común, salas, una cocina, y e incluso la posibilidad de realizar eventos durante los fines de semana. Su comunidad llega a los 20 coworkers actualmente.

Coworking Café: Ubicado en el Pasaje de la marquesina de Valladolid, tiene una comunidad de 15 coworkers. Ofrece una zona de trabajo común y diferentes salas desde el año 2012.



Vivero de empresas: En este caso, el ayuntamiento de Valladolid cedió unos terrenos y la Cámara de Comercio ha puesto al alcance de los emprendedores un espacio singular para favorecer el nacimiento, arranque y consolidación de nuevas empresas. Dentro del propio vivero hay disponible un espacio llamado 'coworking area' para todo aquel que decida comenzar y está ubicado en la calle Valle de Arán.

La comercial coworking: Un espacio muy reciente (año 2018), que está creciendo y no para de ofrecer actividades. Cuenta, por el momento, con 6 coworkers en el espacio. Es un espacio mayormente centrado en el arte para apoyar a artistas y sus proyectos. Se encuentra ubicado en la Carretera de Rueda.



Espacio Viva Coworking: Un espacio creado por el ayuntamiento de Valladolid y la Universidad con el propósito de ser un lugar de encuentro para pequeñas empresas y emprendedores que quieran desarrollar su trabajo de forma independiente, pero que quieran también aprovecharse de las sinergias del resto y generar proyectos en conjunto. El espacio de coworking denominado "Hub" es de 216 metros cuadrados y se encuentra muy cerca del campus Miguel Delibes.

9.3. Estilos de vida: Cohousing y Coliving

El crecimiento de la urbanización, el alto precio de las viviendas en algunas regiones y la búsqueda de un estilo de vida menos solitario y más colaborativo han impulsado dos movimientos importantes: cohousing y coliving.

Estas tendencias invitan a los profesionales de ingeniería y construcción, de arquitectura y del mercado inmobiliario a pensar en viviendas no sólo como techos y paredes que protegen a los residentes, sino también como una herramienta de socialización e interacción para una comunidad.

Estos dos conceptos se refieren a un estilo de vivienda en el que las personas tienen su espacio privado, pero comparten algunas áreas con otros residentes.

Cohousing: concepto

El concepto de cohousing no es nuevo. Nació en los años 60, en Dinamarca, y se extendió por todo el mundo en las últimas décadas. Este es un modelo de vivienda compartida orientado a la creación intencional de una comunidad, resultado del descontento que sentían hacia las propiedades. Los miembros de la comunidad compartían entre ellos todo tipo de tareas domésticas.

De hecho, en la actualidad, este tipo de viviendas colaborativas suponen el 10% de los inmuebles en el país danés. Posteriormente ha sido adaptado en países nórdicos y en Canadá, donde hace unos años comenzaron a tener fuerza.

En el cohousing, la gente vive en un mismo terreno o área. Cada miembro tiene su casa completa, pero existen espacios públicos internos y externos compartidos, como el jardín, la cocina comunitaria, una área de ocio, etc.

Coliving: concepto.

Ya en el coliving las personas viven en la misma casa o edificio y cada una tiene sus ambientes individuales (cuarto, cuarto de baño, etc.), pero divide algunos recursos y espacios comunes - tales como cocina, sala de estar, oficina entre otros.

Este modelo de vivienda compartida generalmente ofrece un paquete con servicios y diferenciales incluidos. Desde lavandería y proveedor de internet, hasta espacios con muebles y decoración, listos para vivir.

Los residentes de coliving pagan, además del alquiler, tasas de otros servicios disponibles en la residencia compartida.

En Londres se encuentra el que es considerado el mayor proyecto de coliving del mundo: The Collective Old Oak. El edificio tiene 10 pisos y actualmente más de 500 residentes comparten sus espacios colectivos, cocinas comunitarias, coworking, comedores, biblioteca, sala de cine, gimnasio, lavandería e incluso un restaurante.

Diferenciación entre ambos términos

Una de las principales diferencias entre cohousing y coliving es la forma en que los espacios individuales se dividen. Mientras que el coliving sucede en un mismo apartamento, el cohousing está formado por diferentes casas o apartamentos, con la inclusión de áreas extras que se comparten.

Además, otra importante distinción entre estos dos modelos es que, en el coliving, la estructura y la vivienda son desarrolladas y ofrecidas como servicios inmobiliarios por empresas. En el cohousing, los residentes están más involucrados en las decisiones, en la planificación y el desarrollo de los espacios y actividades.

¿Qué mueve ésta tendencia?

El crecimiento de los modelos de cohousing y coliving ha sido impulsado por algunas transformaciones sociales, que hacen que las personas busquen espacios alternativos para vivir. Es fundamental que empresas de los mercados inmobiliarios, de arquitectura e ingeniería y construcción comprendan esos movimientos para que puedan aprovechar las oportunidades generadas por esas transformaciones del mercado y del consumidor.

Por consiguiente, encontramos algunos de los factores responsables de los movimientos de cohousing y coliving:

➤ **Viviendas más accesibles.**

La creciente urbanización, que resulta en la falta de espacio y en el aumento de los precios de las viviendas en grandes centros urbanos es un agente importante para la expansión de estos movimientos.

➤ **Mayor flexibilidad.**

Este modelo es especialmente interesante para los jóvenes que buscan independencia, pero quieren tener más flexibilidad - es decir, no quieren quedar atrapados en un financiamiento a largo plazo.

➤ **Búsqueda por compartir ideas.**

El coliving también está bastante relacionado con el coworking, espacio de trabajo compartido. En este sentido, la propuesta de dividir algunos espacios en común de la vivienda es un atractivo y tanto para profesionales con espíritu emprendedor, que quieren compartir ideas y conocimiento en busca de un desarrollo personal y profesional.

➤ **Impacto ambiental menor.**

La gente está cada día más concienciada de los daños causados en el medio ambiente. Los modelos de cohousing y coliving ofrecen una alternativa interesante en ese sentido. Al compartir la vivienda, los residentes disminuyen la utilización de recursos, causando un impacto ambiental menor.

➤ **Vida en comunidad.**

Movimientos como el cohousing, que intencionalmente proporcionan una vida más comunitaria, son una respuesta para el aislamiento causado por la sociedad actual. Muchas personas, y como veremos después no son solo jóvenes, ven en la vivienda compartida una forma de acceder a un estilo de vida con más interacción social, con vecinos / amigos cercanos con los que pueden contar en el día a día.

9.4. La tercera edad: su público

Esta tendencia no solo está de moda entre los jóvenes, son ahora los mayores de 65 años los que encuentran mayores ventajas en esta forma de vida.

Normalmente, las personas de la tercera edad tienen miedo a vivir solos en una casa, pero no ven la necesidad de hacer uso de una residencia de ancianos. Me refiero a que son personas autosuficientes, que refieren estar en comunidad pero con su independencia.

Un estudio de la UDP¹⁸ del año 2016, expone unos datos esclarecedores acerca de lo que la tercera edad se plantea en su estilo de vida.

El informe señala como más de la mitad de las personas mayores, en torno a un 53%, consideran poco o nada probable ir a vivir a una residencia en el futuro. Dos de cada tres personas mayores conocen el cohousing como vivienda colaborativa y, llegado el caso, un 41% se plantearía ir a vivir a uno de estos espacios.

El estudio no sólo pretendía saber la opinión acerca de las alternativas a una residencia de ancianos, sino que también quería saber el modo de convivencia de las

¹⁸ Unión Democrática de pensionistas y jubilados en España.

personas mayores en la actualidad. Los datos reflejan que el 83% viven solos o con su pareja en su propia casa, por lo que en un futuro próximo podrían plantearse otra opción.

Además, el cohousing está mejor valorado entre los hombres, que entre las mujeres y más en las ciudades grandes frente al ámbito rural.

PROFUTURO

Cohousing Profuturo en Valladolid para personas mayores de la tercera edad son viviendas colaborativas, construcciones adaptadas 100% a las personas mayores. Todos los servicios que pueden necesitar una persona de la tercera edad están a su disposición en este complejo residencial para ancianos.

Es de las pocas viviendas colaborativas que se encuentran en plena ciudad, en este caso Valladolid. Sus apartamentos para seniors están dotados de un dormitorio, salón, cocina y cuarto de baño, y entre los servicios básicos que ofrece se encuentran el de médico, enfermería, masajista, limpieza mensual y alarma en la vivienda.

10. Sostenibilidad

La economía colaborativa se encaja perfectamente con la sostenibilidad y abarca aspectos económicos, sociales y ambientales. Por supuesto, es mucho más sostenible si se compara con el consumo desenfrenado de la sociedad. Es necesario replantear la forma de producción lineal y reconducirla hacia una forma circular, donde todo puede ser reutilizable.

El concepto de sostenibilidad económica trae consigo una nueva ética que pretende superar la creencia de que la economía es un fin en sí misma. De esta forma, la capacidad de regeneración de la naturaleza pasa a ser considerada como un bien que debe ser preservado para la propia continuación de la actividad económica.

La sostenibilidad significa pensar en los procesos económicos de manera más profunda y responsable. Hace muchos años, antes de que este tema comenzara a ser discutido, los resultados financieros eran prácticamente los únicos que importaban en una empresa. Con el tiempo, eso fue cambiando y, hoy en día, es necesario buscar formas de crecer económicamente causando menos impactos ambientales.

La creciente preocupación por el desarrollo sostenible parte de la creencia de que los intereses de las generaciones futuras deben recibir el mismo tipo de atención que los de la generación actual. No podemos abusar de nuestros recursos dejando a las futuras generaciones incapaces de aprovechar las oportunidades que hoy damos por adquiridas, ni contaminar el ambiente, violando los derechos y los intereses de las futuras generaciones. Al final, si el crecimiento de una sociedad depende de la utilización desenfrenada de los recursos, llegará el día en que ya no existan.

Además, la obligación de sostenibilidad no puede dejarse totalmente en el mercado. El futuro no está adecuadamente representado en el mercado y no hay razón para que el comportamiento común del mercado cuide de las obligaciones del futuro. Esto quiere decir que los gobiernos deben tomar partido y las políticas gubernamentales pueden proteger el entorno y los recursos de los que disponemos.

Podemos decir que la economía colaborativa nace de un propósito de sostenibilidad, pero con una aplicación diferente en la sociedad. A partir del concepto científico de economía, la economía colaborativa cambia su foco sobre la escasez de recursos y se centra en la abundancia de recursos disponibles. Esta forma de ver la

economía busca una distribución consciente y sostenible de los recursos, aprovechando su abundancia para realizar intercambios justos y que aporten valor. Es decir, la sostenibilidad es el medio a través del cual la economía colaborativa consigue sus objetivos.

10.1. Consumo sostenible

Según un estudio reciente de la OCU, los consumidores, hoy en día, tienen en cuenta aspectos éticos y ecológicos en sus decisiones de consumo. Aparecen nuevas economías, porque también surgen nuevos modos de consumo.

Las características que definen a este consumidor es que, son selectivos y evitan comprar ciertos productos por motivos de sostenibilidad. Por otro lado, se sienten influyentes, es decir, se sienten con poder a la hora de tomar decisiones de compra. Y por último, se sienten realmente identificados con las nuevas economías, más de la mitad apoyaría iniciativas de estas corrientes y consumiría productos o contrataría servicios procedentes de movimientos como la economía social y solidaria, la economía verde o la economía colaborativa.

Sin embargo los consumidores comprometidos se encuentran con ciertas problemáticas impuestas por la sociedad. Algunas de estas barreras se deben a las propias circunstancias personales. Falta de tiempo o de información, por ejemplo, para desplazarse a comprar a tiendas que vendan productos a granel o para hacer la compra cada día. También la falta de confianza en las políticas de responsabilidad social de las empresas, que no siempre les parecen. O incluso la comodidad, que lleva a adquirir como imprescindibles muchas cosas que aportan menos valor del que prometen.

Es algo que trata de evitarse con la promulgación de nuevas economías, y que poco a poco, tratan de concienciar a sus consumidores.

10.2. Economía circular

Este término está fuertemente ligado a la sostenibilidad. Se trata de un concepto estratégico que se basa en la reducción, reutilización, recuperación y reciclaje de materiales y energía. Al sustituir el concepto de fin de vida de la economía lineal por un

proceso de nuevos flujos circulares de reutilización, la economía circular se considera un elemento clave para promover el crecimiento económico sin estar asociado al aumento del consumo de recursos.

Bulchand y Melián (2018)¹⁹ en su libro destacan 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”*.

Por tanto, un nuevo modelo económico que funciona en circuitos cerrados, catalizados por la innovación a lo largo de toda la cadena de valor, se defiende como una solución alternativa para minimizar el consumo de materiales.

Las actuales tendencias de aumento de la población, crecimiento de la demanda y consecuente presión sobre los recursos naturales, subrayan la necesidad de que las sociedades modernas avancen hacia un paradigma más sostenible, una economía más "verde" que asegure el desarrollo económico, la mejora de las condiciones de vida y de empleo, así como la regeneración del "capital natural".

¹⁹ La revolución de la economía colaborativa (2018)

11. Economía colaborativa: beneficios y oportunidades

Hasta ahora hemos analizado todas las ramas de la economía colaborativa para poder entender de su concepto totalmente, pero no hemos descrito los beneficios reales para aquellos que deciden intervenir en ella. Nos referimos tanto al consumidor final como a las empresas.

11.1. Oportunidades para las empresas

➤ Reducir precios.

El factor económico es uno de los principales beneficios para quien adopta la economía colaborativa en su negocio. Junto a él, tenemos una mayor oferta de productos y servicios, con el surgimiento de empresas que también adoptan el sistema de colaboración.

Un ejemplo destacable es compartir oficina, el uso del coworking es una forma de reducir los gastos y, de generar colaboraciones con otros negocios.

➤ Economizar el tiempo

En la economía colaborativa, todo funciona de forma más rápida a la hora de la negociación de productos y servicios con otras empresas que también adoptan ese modelo. Esta interacción también puede ocurrir entre los propios colaboradores, tanto por medio de negociación financiera como por intercambios de productos y servicios.

Por ejemplo, vamos a suponer que un trabajador de la empresa necesita un portátil más potente, pero no tienen condiciones financieras de comprar uno nuevo. En cambio, existe otro trabajador que tiene ese equipo en buen estado y que acepta cambiarlo por otros productos, o algo que también tenga un valor similar.

➤ **Mejora de la calidad**

Como el concepto de la economía colaborativa implica priorizar la necesidad del cliente, y no la simple venta del producto o servicio, la calidad de la negociación es un diferencial de la empresa, y la destacará de la competencia. Sabemos que, hoy en día, es primordial para el cliente, encontrar una buena relación calidad-precio.

➤ **Posibilidad de expansión**

Nuevas personas contribuyendo con nuevas ideas tienen todo para conseguir una excelente estrategia de crecimiento, no sólo desde la perspectiva financiera a través de la reducción de gastos, sino también por la posibilidad de innovar en la colaboración con otros proyectos que encajen con nuestras ideas.

11.2. Beneficios para el ciudadano

➤ **Mayor oferta**

En este caso, quien decide hacer uso de la economía colaborativa, tiene mayores opciones a la hora de elegir, es mucho mayor la oferta que la demanda. Esto es posible gracias a las colaboraciones y al uso compartido de productos o servicios, alargando su vida útil.

➤ **Mejor precio**

Junto con la anterior ventaja, asociamos el precio. Hacer que un producto o experiencia pueda ser compartida, reduce considerablemente el precio y aumenta el ahorro del consumidor, que es lo que buscan frente a la exclusividad, actualmente.

➤ **Comodidad**

En este punto, entra en juego el uso de la tecnología, que ha facilitado el acceso a muchos de esos productos o servicios asimilados gracias a la economía colaborativa. Estas plataformas hacen que en cualquier lugar y momento tengamos accesibilidad.

➤ **Oportunidad de ingresos**

Muchas personas no se encuentran en su mejor momento laborar o estudiantes incluso, por lo que ven en la economía colaborativa una forma de aprovechar sus recursos y llegar a sacar algún tipo de ganancia.

Lo pueden hacer de diferentes maneras, desde compartir una plaza de garaje hasta intercambiar objetos que no vayan a ser utilizados.

Las plataformas colaborativas no paran de sorprender y pueden servir como idea o motivación para iniciar un proyecto de negocio.

12. Tendencias de futuro

Lo que se puede observar tras el análisis completo de la economía colaborativa y sin llegar a dudas, es que su crecimiento ha sido muy positivo durante este siglo XXI.

Quizá el consumo colaborativo sea convertido en un fenómeno imparable frente a la crisis, posiblemente ha salido reforzado e incluso ha servido para potenciar esa evolución evidente.

Informes recientes han elaborado previsiones de futuro que ponen de manifiesto que los beneficios seguirán creciendo, como era de esperar. A continuación se reflejan algunos datos estadísticos de esa previsión.

A nivel mundial se espera que los ingresos en la economía colaborativa pasen de 15.000 millones del año 2015 a los 335.000 millones en el año 2025, es decir, se prevé un aumento del 2000%.

A nivel nacional, también se reflejan datos relevantes. Para el 2025, la economía colaborativa supondrá un total de entre el 2% y 2,9% del PIB estatal, el doble de lo que supone hoy en día. Solo en transporte, la facturación de ese tipo de servicios aumentará un 30% en 2021 en nuestro país (de 356 en 2017 a 500 millones).

Por otro lado, haciendo referencia a regulación de este sector, el informe destaca una falta de regulación sobre todo en el marco europeo. Como he tratado en asuntos anteriores, se está tratando de llegar a instituciones que pueden solucionar esa parte de regulación, por la que muchas empresas se ven afectadas e incluso otras ven muchos obstáculos para poder emprender un proyecto de tales características.

De cara al futuro, es algo que se tratará y aportará una mayor estabilidad a un sector que ha irrumpido con fuerza y que no podrá desaparecer de forma tan fácil.

13. Conclusión

Como consecuencia a lo expuesto anteriormente, es posible sacar una reflexión sobre el tema analizado. La economía colaborativa, pese a ser relativamente reciente, tal y como hoy la conocemos, ha pasado a ser imprescindible en cierto aspectos de la vida cotidiana.

Destaca como nuestro perfil consumista ha sufrido una transformación radical e impensable hace algunos años, lo que ha desembocado en la regeneración de la política y la necesidad de regular ámbitos que hasta ahora no habían sido regulados.

Una de las bases en esta estructura son las plataformas digitales, con Estados Unidos como padre, en este caso; donde surgieron los primeros proyectos. Analizando nuestra región, puedo concluir que Europa es un conjunto potencial en el campo de las plataformas colaborativas. Y que España, aunque no se encuentra a la cabeza de entre los 28 países de la Unión Europea, tampoco se queda atrás y, viendo su recorrido, posiblemente de cara a un futuro próximo, sea referente tanto con el uso de las plataformas como con su gestión y aprovechamiento.

Si bien el rápido desarrollo de estas plataformas debe considerarse como una oportunidad económica para que las economías europeas promuevan un crecimiento sostenible y más amplio, plantea desafíos importantes para que los responsables políticos y reguladores se mantengan al día.

También será posible gracias al talento y mentalidad de los que hoy fomentan este consumo, basados en el producto, los sistemas de redistribución y en los estilos de vida colaborativos.

Un consumidor que, como se analiza anteriormente, no es tan joven como se puede pensar. Concretamente, un usuario de entre 25 y 39 años de media, es el que más hace uso de éstas plataformas.

Entre los principales motivos que le llevan a hacer uso de ellas, nos desvela la Comisión Europea, un acceso organizado que nos incluye comodidad y nos ofrece servicios de tal forma que nos convengan en el momento adecuado. Por otro lado, destaca el hecho de que es más barato o incluso gratuito, en el caso de donaciones. Y

por último, la capacidad de realizar intercambios y no tener que hacer uso de dinero en efectivo.

Según datos oficiales del año pasado, las plataformas de productos de segunda mano, son las que se llevan la palma en cuanto a mayor número de usuarios, seguido de las plataformas de alojamiento y los desplazamientos en coches compartidos.

Se demuestra así, que el usuario no tiene miedo de conocer gente nueva y disfrutar la experiencia de montarse en un coche de un desconocido o acudir a la casa particular de alguien que no conoces durante tus vacaciones, si de esta forma va a poder ahorrar algo de dinero. Algunos, ya no por dinero, sino por la experiencia, deciden compartir su coche para los trayectos, con el único objetivo de generar experiencias y conocer personas con intereses comunes, que quizá pueden ofrecerte otra visión y a los que están ayudando, en cierta manera.

Pero en la viña del señor hay de todo, como se suele decir, y también hay personas que rechazan su uso alegando ciertas razones. Entre ellas, una de las principales razones es la confianza, los usuarios sienten no tener seguridad en caso de surgir algún problema y temen no por la garantía que pueda tener un producto o servicio.

La confianza es un concepto complejo y es importante entenderla como un atributo que se origina a través de las relaciones entre las diferentes partes. Basándose en la lógica, se ha demostrado que la confianza es crucial en las relaciones interpersonales y comerciales que involucran riesgo, incertidumbre o incluso dependencia.

Sin embargo, el desarrollo de este trabajo me ha demostrado que la confianza ha podido convertirse en un arma de doble filo para la economía colaborativa. Y ¿por qué pienso esto? Sin la confianza, la economía colaborativa no habría evolucionado hasta lo que hoy conocemos. De hecho, su crecimiento no hubiera sido tan rápido como lo ha sido en estos últimos años.

Personalmente, desde una perspectiva evolutiva, las nuevas tecnologías pasan por un mayor control en seguridad, que con los años ha ido mejorando. De ahí que se considere como un factor fundamental para fomentar su uso con autoprotección.

Por otro lado, también como un punto negativo y asociado a la confianza como razón para usar una plataforma colaborativa está el hecho de que como un producto o servicio es adquirido o contratado por internet, temen que este no llegue a cumplir las

expectativas del consumidor o no tener suficiente información sobre sus características. Es una de las más claras diferencias con la compra física.

En referencia a los sectores implicados, la economía colaborativa avanza en ámbitos como el transporte, el alojamiento, las finanzas, la educación y la alimentación, entre otros.

Gracias al análisis de estos sectores sabemos que, desde el año 2000, los sectores que más inversión recibieron dentro de la economía colaborativa son el transporte con un 62% y el alojamiento, con un 18%. De hecho, hasta el año 2015, en Europa el sector del transporte consiguió registrar unos ingresos de 1.650 millones de euros.

En el sector de las finanzas, me ha gustado, particularmente, sacar datos sobre el crowdfunding, una forma de financiación colectiva que ha dado un gran salto desde hace pocos años hasta ahora. He descubierto los diferentes tipos de crowdfunding que existen, incluyendo el crowdfunding inmobiliario, que no había sido reconocido como tal hasta hace un par de años y que destaca la plataforma 'Housers' como la pionera en el campo de crowdfunding inmobiliario.

Según datos de la Asociación Española de Crowdfunding, durante los últimos tres años, son el sector de préstamos y el inmobiliario, los que han crecido de forma más rápida, teniendo una evolución muy positiva y destacable frente al resto de sectores.

Otra parte importante en la que destaca la economía colaborativa es el entorno laboral, que también junto con la sociedad ha sufrido algunos cambios.

Si bien, antes, se tomaban decisiones de forma individual e independiente del resto de departamentos o del personal en una empresa, hoy en día, se fomenta la participación y es posible concluir que la productividad aumenta cuando se toman decisiones de forma conjunta.

La economía colaborativa está redefiniendo la cultura de trabajo y con ello surgen lo que llamamos espacios de trabajo compartidos o 'coworking'. Esta forma de trabajo que surgió en Estados Unidos, permite a profesionales de muy diferentes ámbitos compartir un mismo local manteniendo su independencia y a la vez creando una comunidad de personas.

Actualmente, ya no es sólo un trabajador el que por cuenta propia decide hacer uso de uno de estos espacios, incluso son algunas empresas, y no tan pequeñas, las que

están tomando decisiones desde otra perspectiva y eligen trabajar en uno de estos espacios por las oportunidades de crecimiento y de negocio que pueden aportar.

Según un estudio, el 60% de las personas que deciden entrar a una comunidad de trabajo como esta, tienen una edad comprendida entre los 30 y 40 años, por lo que no está especialmente asociado a los más jóvenes.

Su previsión de futuro para los próximos tres años es de crecimiento positivo y la expectativa es la de llegar a los 30.000 espacios de coworking en 2022. En efecto, se aprecia como aumenta casi el doble a la cifra de este año y supone una tasa de crecimiento anual de 16,1% en este campo.

Cambiando de tercio, pasamos de las formas de trabajo a las formas de vida, porque hasta ahí se ha adentrado la colaboración. Ahora, las viviendas, pasan a ser una herramienta de socialización e interacción para una comunidad de personas. Es donde entran en juego los términos anglosajones, como son el 'cohousing' y el 'coliving'.

Son términos similares pero que mantienen diferencias. Entre ellas, la principal es que el cohousing está formado por diferentes casas con áreas que se comparten, mientras que el coliving sucede en una misma casa, llegando a colaborar en las diferentes tareas.

Estos conceptos ven mercado en la tercera edad, ya que son personas que tienen miedo a vivir solas, pero no ven la necesidad de hacer uso de una residencia. Actualmente, dos de cada tres personas mayores conocen el cohousing como vivienda colaborativa y, llegado el caso, un 41% se plantearía ir a vivir a uno de estos espacios.

Es por ello, que veo con facilidad el crecimiento de estos estilos de vida asociados a este nicho de mercado. Me lleva a la conclusión de que la economía colaborativa no se centra solo en un tipo de perfil, sino que se adapta en función de las necesidades de las personas y en referencia a cualquier ámbito.

Luego, dejando a un lado los sectores económicos, me centré en lo que considero base de la economía colaborativa y su implicación en los procesos económicos, sociales y medioambientales. Hablo de la sostenibilidad, y es que la economía colaborativa se apoya en el uso de recursos existentes desaprovechados y optimiza sus capacidades.

Cada vez son más las personas que se conciencian con la optimización de recursos y hacen que la vida útil de un producto pueda alargarse y de esta forma promulgar una relación sostenible con el medio ambiente.

Hace que puedan surgir nuevas economías, como la economía circular, a la que hago referencia en un pequeño apartado, y que promueve el crecimiento económico sin estar asociado al aumento del consumo de recursos o hiperconsumo.

Por último, me gustaría resaltar el futuro que se aproxima sobre la economía colaborativa, sabiendo datos como que para el año 2025, la economía colaborativa supondrá un total de entre el 2% y 2,9% del PIB estatal, el doble de lo que supone hoy en día. Por tanto, una economía al alza que continuará creciendo a pesar de tener algún que otro desafío por abordar, como es la regulación en algunos sectores y sobre todo al nivel europeo.

Bajo mi punto de vista una economía que ha irrumpido con éxito, que no es fácil ni será fácil de frenar, aunque puedan surgir retos o tenga algún que otro inconveniente, pero en ningún caso superan sus ventajas y el apoyo de gran parte de la sociedad.

14. Bibliografía

- Libros:
 - ❖ Alfonso, R y otros. (2017). Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital.
 - ❖ Bulchand, J. y Melián, S. (2018). La revolución de la economía colaborativa.
 - ❖ Cañigueral, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: conecta.
 - ❖ Rodríguez-Pinero, M. (2017). *Economía colaborativa y trabajo en plataforma*. Editorial Bomarzo.

- Documentos electrónicos:
 - ❖ AEPT. Plataformas de economía colaborativa: una mirada global. (2018) [pdf] <https://bit.ly/2LIJgJT>
 - ❖ Cañigueral, A. El crowdfunding en España recaudó 113 millones de euros. (2017) <https://bit.ly/2IPikZ6> (consulta 15/05/2019)
 - ❖ CNMC. *Uno de cada tres internautas utiliza plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año*. (2018) <https://bit.ly/2JDeOE4> (consulta 20/03/2019)
 - ❖ Coworkidea. Interesantes estadísticas de Coworking 2017. <https://bit.ly/2IPc9UP> (consulta 25/05/2019)
 - ❖ Coworkingspain ¿Qué es el consumo colaborativo? (2016) <https://bit.ly/2Fib8Ue> (consulta 5/05/2019)

- ❖ *Eje Prime. El 'coworking', imparable: crece un 71% más hasta septiembre en Madrid y Barcelona. (2018) <https://bit.ly/2EJSvLp> (consultado 20/05/2019)*
- ❖ *European Commission. The use of collaborative platforms - Flash Eurobarometer 438 (2016) <https://bit.ly/2VS2lZt> (consulta 15/05/2019)*
- ❖ *Financiación Participativa; Informe anual (2018). [pdf] <https://bit.ly/2Mdezlj> (consulta 15/05/2019)*
- ❖ *Greenham, J. Co-living, la nueva tendencia social y laboral. Entrepreneur. (2019) <https://bit.ly/2AxVFOy> (22/05/2019)*
- ❖ *La economía del acceso y el fin de la propiedad individual (2018). <https://bit.ly/2WQXjqF> (consulta 15/03/2019)*
- ❖ *“La huerta sin puerta” <https://bit.ly/2F1GSwS> (consulta 02/06/2019)*
- ❖ *OCU. Otro consumo para un futuro mejor. (2019) <https://bit.ly/2txkghu> (consulta 20/04/2019)*
- ❖ *Raconteur. Rise of co-workers. (2018). [pdf] <https://bit.ly/2QxyM25>*
- ❖ *RRHHDigital. Los entornos colaborativos: una nueva forma de trabajar. (2018) <https://bit.ly/2WQX8vz> (consulta 17/04/2019)*
- ❖ *Small Business Labs. Global Coworking Forecast. (2017) <https://bit.ly/30UZ0Sn> (consulta 20/05/2019)*
- ❖ *Statista. Comercio colaborativo: conocimiento y uso UE 2016 | Estadística. <https://bit.ly/2YD1ZwQ> (consulta 15/04/2019)*
- ❖ *Tena, A. La economía colaborativa ingresará un 2.000% más en 2025. (2018) Contexto y Acción. <https://bit.ly/2wfQoI1> (consulta 22/05/2019)*
- ❖ *The future of the EU collaborative economy. (2016). [pdf] <https://bit.ly/2lNBwX> (consulta 20/04/2019)*

- ❖ UDP informe mayores [PDF] <https://bit.ly/2Klq08A> (consulta 22/05/2019)

- ❖ Villaveces, S. *3 tipos diferentes de Consumo Colaborativo* (2019).
<https://bit.ly/1J1agt9> (consulta 17/04/2019)