



Universidad
Politécnica
de Cartagena



U P C T

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
E M P R E S A

La Economía Colaborativa: Factores desencadenantes y comparación con la economía de mercado

Noelia María Salinas Lozano

Curso 2015/2016

Directora: María del Mar Vázquez Méndez

Trabajo para la obtención del Título de Graduado en
Administración y Dirección de Empresas

Resumen

El objetivo de este trabajo es hacer un estudio de la economía colaborativa centrado en las ventajas e inconvenientes que presenta dicho modelo en la economía actual. Se describen las principales plataformas de economía colaborativa existentes en España, basadas en el intercambio de bienes y servicios sin la necesidad de ser adquiridos, y que comienzan a surgir coincidiendo con el inicio de la recesión económica del año 2007 que azotó especialmente a España. Se revisan los distintos factores desencadenantes, tanto económicos como tecnológicos, que influyen en este modelo de economía. También se analiza si comparte algunos fundamentos del análisis de la economía de mercado.

Índice

	Página
Introducción	3
Capítulo 1: Concepto y características de la economía colaborativa	6
1.1 Concepto	6
1.2 Tipología	11
1.2.1 Compartir servicios	11
1.2.2 Plataformas de reutilización	13
Capítulo 2: Las plataformas de turismo colaborativo	15
Capítulo 3: Factores desencadenantes	18
3.1 Factores tecnológicos	18
3.2 Factores económicos	21
Capítulo 4: Relación con la economía tradicional	30
4.1 Teoría del consumidor	30
4.2 Teoría del Intercambio	32
4.3 La información Asimétrica y la Confianza	37
Capítulo 5: Perspectivas	40
Capítulo 6: Conclusiones	44
Capítulo 7: Bibliografía	46

Introducción

La economía colaborativa es un fenómeno basado en el intercambio o alquiler de bienes y servicios, que permite el acceso a los mismos sin necesidad de adquirirlos. Podemos considerar que estamos presenciando un gran cambio en lo que consideramos economía tradicional. Esta nueva forma de economía empieza a extenderse a partir del año 2007, coincidiendo con el inicio de la recesión económica que azotó con especial virulencia a los países desarrollados y, especialmente, a España. Desde entonces aparecen cada vez más formas innovadoras de intercambio y utilización de bienes y servicios, y que surgen como alternativas a la economía de mercado “tradicional”.

Víctimas de la recesión, y gracias a los avances tecnológicos, los ciudadanos deben buscar otras formas de obtener recursos, y es aquí donde aparecen multitud de plataformas en una variedad de sectores tanto en servicios como el transporte (con Uber, Blablacar), el turismo (con Windu) o en cuanto a bienes (como Ebay, Amazon, Wallapop). Frente a ellos, las empresas tradicionales, podemos encontrar dos tendencias. Por una parte encontramos a algunas empresas que ven a la economía colaborativa como un avance en la sociedad e intentan adaptarse, mientras otras empresas ven esta innovación como una competencia desleal, y por lo tanto reclaman a los gobiernos la búsqueda de un marco legislativo.

Consideramos que los factores impulsores de la economía colaborativa son:

- ➔ Culturales. El principal factor es la llegada de Internet unido al cambio de mentalidad que está experimentando la sociedad.
- ➔ Ambientales. Gracias a la concienciación con la conservación medioambiental.
- ➔ Tecnológicos. El uso extensivo de Internet ha facilitado el contacto con personas desconocidas con necesidades complementarias.

- ➔ Económicos. Debido a la relación directa que mantiene la aparición de la economía colaborativa con la crisis iniciada en el año 2007.
- ➔ Desigualdad. La economía colaborativa intenta poner a las personas en un mismo estatus.

El objetivo de este trabajo es poner en manifiesto el concepto y características de la economía colaborativa, qué factores han contribuido a su auge, y en qué medida comparte los fundamentos de la economía de mercado. Para ello presentamos en el capítulo uno el concepto y las principales características de la economía colaborativa. En el capítulo dos nos centramos en las plataformas de turismo colaborativo dado que en el sector turístico este fenómeno ha adquirido importantes dimensiones. En el capítulo tres revisamos los factores que en nuestra opinión son desencadenantes: factores tecnológicos y económicos. En el capítulo cuatro planteamos la relación con los fundamentos de la economía de mercado dentro de los cuales hablamos de la teoría del consumidor, la teoría del intercambio, la información asimétrica y la confianza. Y en el capítulo cinco planteamos posibles perspectivas de futuro de esta forma de economía. El capítulo seis recoge las conclusiones.

Capítulo 1: Concepto y características de la economía colaborativa

1.1 Concepto

Según la Comisión Europea la economía colaborativa es “un modelo de consumo basado en el intercambio entre particulares de bienes y servicios que, de otro modo, estarían ociosos”. Estamos ante un nuevo camino que estimula la competencia, redistribuye la riqueza y genera actividad económica.

La economía colaborativa presenta lógicas de organización basadas en principios de colaboración entre los usuarios, nos referimos a un conjunto de personas u organizaciones con una estructura descentralizada, donde el valor es distribuido entre los individuos (Cañigüeral, 2016).

La economía colaborativa surge alrededor del año 2007 por tres sucesos claves. Por un lado, una crisis económica global que pone bajo sospecha el modelo de consumismo basado en la posesión. Por otro lado, una generación emergente de jóvenes buscadores de experiencias, desapegados de la posesión, cuyo sueño ya no es tener un coche en propiedad sino conectarse globalmente. A ello hay que añadir unas plataformas tecnológicas y un uso extensivo de internet que permiten la aparición de empresas que conectan a los ciudadanos y les gestionan sus interrelaciones.

Los tres sucesos los podemos dividir en 5 ámbitos:

- ➔ Culturales. La llegada de internet con las redes sociales y blogs donde la gente puede compartir experiencias y tener beneficios sociales.
- ➔ Ambientales. Vivimos en una etapa en la que hay mucha concienciación sobre temas medioambientales, por lo que tenemos la idea de aprovechar al máximo la utilidad y vida de los bienes y servicios, al mismo tiempo que la producción debe ser sostenible.

- ➔ Tecnológicos. El uso extensivo de internet, que es el canal que ha permitido poner en contacto a millones de personas desconocidas para resolver sus necesidades mutuamente.
- ➔ Desigualdad. La economía colaborativa intenta poner a las personas en un mismo estatus.
- ➔ Económicos. La economía colaborativa tiene una relación directa con la crisis. La disminución de la renta ha propiciado el aumento de los usuarios de la economía colaborativa.

Esta nueva forma de economía, en realidad, podría ser considerada como una forma actual del trueque, que paradójicamente es la forma más antigua de compra-venta. Se trataba de un intercambio de bienes y servicios entre personas, cuando no existía una moneda, que firmaban un contrato que se denominaba permuta. Esta forma de consumo solo se producía si existía una excedencia de materiales u objetos y si había una doble coincidencia de voluntades.

El trueque tuvo su aparición en el neolítico con el desarrollo de la agricultura y la ganadería, donde se abandona la vida recolectora y aparece el exceso de bienes que no iban a ser consumidos. Gracias a eso aparecen otros tipos de trabajos, donde la gente puede producir otra variedad de productos, y de esta forma llegar al intercambio de bienes.

El trueque presentaba grandes ventajas entre las cuales se puede destacar:

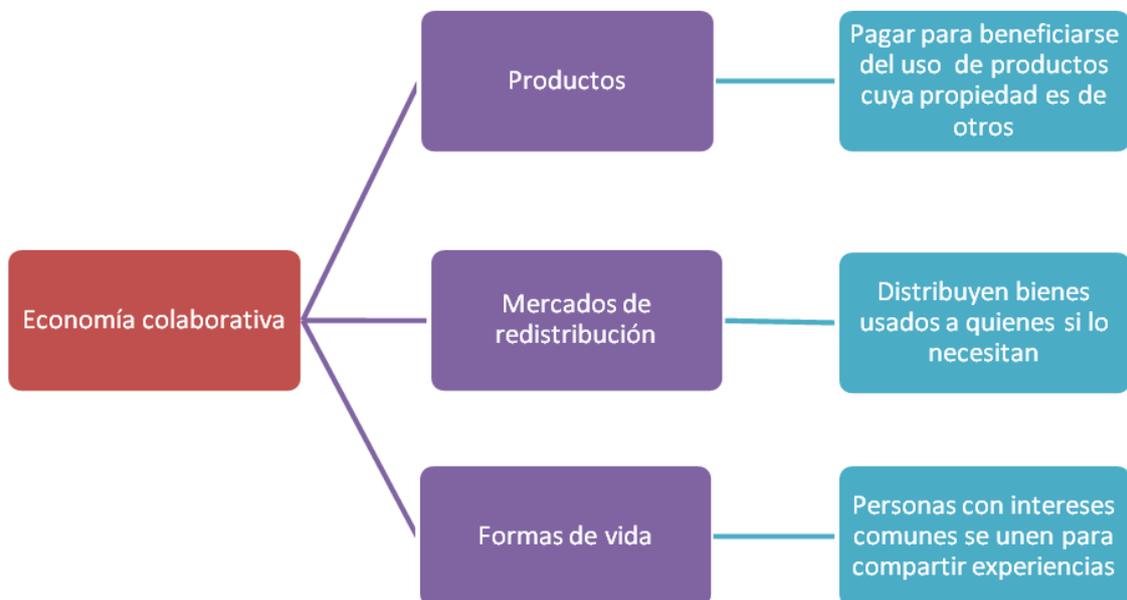
- ➔ No era necesario el dinero.
- ➔ No hay acumulación de stock.
- ➔ Ampliación en la variedad de productos disponibles.
- ➔ Mantenerse en temporadas bajas.

Pero aunque tenía importantes ventajas, también presentaba una gran desventaja: para realizar la transacción había que encontrar una persona que quisiera

lo que nosotros ofertábamos, y que ofertase algo de nuestro interés. Además al no existir una moneda, solo existían precios relativos, y no existía la valoración cuantitativa de los productos, es decir, los precios.

La economía colaborativa hace referencia a una economía en la que existe la posibilidad de utilizar, intercambiar o arrendar una serie de bienes o servicios, sin necesidad de proceder a su adquisición. Hace referencia a un tipo de usuario con una mentalidad sostenible, que busca ahorrar y obtener ingresos extras, con un uso más eficiente de los recursos y que va en contra de los problemas medioambientales y sociales.

La economía colaborativa podemos dividirla en tres ramas:



Así podemos disfrutar de productos sin necesidad de adquirirlos. Además funciona como un mercado de distribución para quienes necesitan un bien y no pueden adquirirlo a su precio original, y de esta manera lo adquieren a un precio muy inferior o a cambio de otro bien.

Esta economía es capaz de unir a personas que no se conocían, solo por el

hecho de disfrutar de compartir experiencias mientras comparten gastos.

A través del análisis DAFO podemos poner de manifiesto las principales características:

PUNTOS DE FORTALEZA:

- ➔ La economía colaborativa ofrece al consumidor la posibilidad de compartir sus bienes y los servicios que pueden ofrecer. Además reporta un menor precio para el consumidor, por lo que se traduce en menor gasto.
- ➔ Usar recursos poco utilizados. Los consumidores ofrecen recursos que disfrutan poco, así se compensa el coste inicial del bien.

PUNTOS DE DEBILIDAD:

- ➔ La economía colaborativa es un concepto urbano, con limitaciones para habitantes de zonas rurales.
- ➔ Legalidad. Gran parte de las operaciones de la economía colaborativa no están reguladas legalmente.

OPORTUNIDADES:

- ➔ Desarrollo de nuevos mercados gracias a páginas web especializadas: estas plataformas de Internet permiten intercambios que de otra forma sería imposible.
- ➔ Las grandes empresas se están incorporando a esta economía que se está estabilizando.
- ➔ El ahorro energético. España es un país que depende en gran medida de la importación de energía de otros países, con un elevado coste. Además el ahorro energético se relaciona con un mayor respeto al medio ambiente.
- ➔ Aumenta la oferta para el consumidor al existir, además de las empresas, los productos ofrecidos por los usuarios. Con esto se aumenta la competencia, por lo que las empresas deben dedicarse a innovar y mejorar sus servicios. Y, de

esta forma, los consumidores disfrutaban de mayores beneficios.

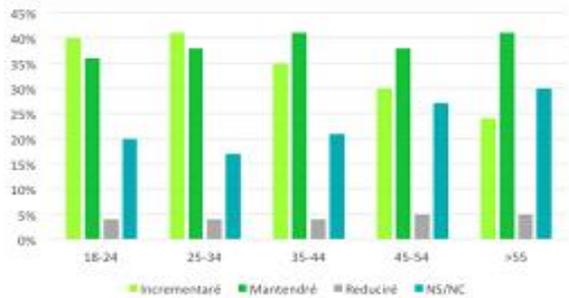
- ➔ Generación de empleo. Personas con desempleo de larga duración que provienen de sectores muy deprimidos por la crisis, cuyas habilidades son difícilmente transferibles a otra actividad, pueden conducir, cocinar, alquilar su habitación, su casa, etc. para generar ingresos. Por lo que disminuiría la tasa de paro si fueran actividades declaradas, aunque si no son actividades declaradas, al menos, se reduce el porcentaje de la población que no tiene ingresos mensuales.
- ➔ El ahorro que supone el aumento de la competencia para los consumidores.

AMENAZAS:

- ➔ El perjuicio que ocasiona a sectores de actividad tradicional. Ya se han realizado manifestaciones y protestas en contra de esta economía, por ejemplo, las huelgas por parte de los conductores de taxi en Europa contra el avance de Uber por la falta de regularización.
- ➔ La ausencia de legislación específica puede plantear problemas de salud y de seguridad.

Según el informe de The Ostelea School of Tourism and Hospitality la facturación de los sectores colaborativos pasa de 12.930 millones de euros en 2014 a una estimación para 2025 de 138.000 millones de euros.

**Gráfico nº1: Previsión de consumo en ámbitos de economía colaborativa en Europa.
Distribución por edades.**



Fuente: The Ostelea School of Tourism and Hospitality

Como podemos observar en el gráfico 1 un 40 % de los usuarios de Europa de entre 18 y 24 años prevén aumentar su consumo en plataformas colaborativas en los próximos 12 meses, cifran que aumenta (41 %) en el caso de los usuarios de entre 25 y 34 años. La tendencia al alza es generalizada en todas las franjas de edad, aunque más moderada para los usuarios de edad más avanzada, permitiendo concluir en el impacto futuro de los modelos de negocio basados en economía colaborativa.

1.2 Tipología

1.2.1 Compartir servicios

A continuación enumeramos algunas de las empresas de economía colaborativa que ofrecen compartir servicios en España:

→BlaBlaCar. Es una red social que conecta personas particulares a las que les permite compartir los gastos de un viaje en coche. No se trata de una retribución económica, sino una forma de compartir los gastos asociados a un trayecto en común. Entre los años 2009 y 2014 presenta las siguientes cifras:

- Más de 10 millones de usuarios

- Presente en 14 países
- 9 oficinas
- Más de 3.000 millones de KM compartidos
- Estimación de 255 millones de euros ahorrados en total por los conductores
- Estimación de 700.000 toneladas de CO2 ahorradas
- 5 millones de descargas de las apps gratuitas
- Ocupación media del coche de 2,8 personas (frente a un promedio habitual de 1.6)
- 1.600.000 fans en Facebook

Fuente: www.blablacar.es

→ Windu. Es una web de referencia de alquiler de apartamentos para turistas.

- 15 idiomas
- 150 países
- 250 empleados
- 300.000 propiedades
- 1 millón de usuarios registrados
- 90.000.000\$ de financiación anuales.

Fuente: www.windu.es

Se ha creado en España la primera asociación de empresas vinculadas a la economía colaborativa. Se llama Sharing España y está constituida por 26 empresas: Airbnb, AlterKeys, Avancar, Blablacar, Bluemove, Cabify, ChicFy, Comunitae, Eatwith, Etece, Erasmus, Gigoing, MangoPay, MyFixpert, Only Apartments, PopPlaces, Rentalia, Respiro, Sharing Academy, Sherpandipity, Social Car, Suop, TicketBis, Traity, Trip4Real y WeSmartPark. Una de las funciones de la asociación es analizar la repercusión de la economía colaborativa en la sociedad.

1.2.2 Plataformas de reutilización

Con la crisis han aumentado las plataformas de segunda mano. Se ofrece la posibilidad de adquirir productos en buen estado a precios de saldo, además de poder vender artículos que ya no usamos y poder obtener un dinero extra. Al vender en estas plataformas podemos obtener un precio mayor, ya que eliminamos a los intermediarios.

Estas son algunas plataformas para vender y comprar objetos que buscan una segunda oportunidad:

- ➔ Ebay. En ella se pueden encontrar todo tipo de objetos.
- ➔ Amazon. En esta plataforma para vender un producto sólo hay que registrarse, subir su catálogo y publicarlo. La web está presente en varios países, por lo que vende sus productos en cinco plataformas europeas. Eso también beneficia al comprador ya que puede adquirir productos de Francia o Reino Unido sin moverse de casa.
- ➔ Segundamano.es. En esta web se puede poner un anuncio gratis de lo que se quiere vender. Es una web muy fácil e intuitiva tanto para vendedores como para compradores.
- ➔ Ticket bits. Es una web para comprar y vender entradas para eventos de cualquier tipo y en cualquier sitio.
- ➔ Todo Colección. Es el sitio ideal para coleccionistas. Aquí se pueden encontrar antigüedades y piezas únicas.
- ➔ Cash Converters. La mítica tienda de compraventa también está presente en Internet. Compran los objetos que ya no utilizamos, nos pagan un precio y luego ellos lo venden. Además, tiene la opción de venta recuperable para los posibles arrepentimientos de última hora.
- ➔ Relibrea. Una web de segunda mano de compra de libros de texto.

- ➔ **Segundalia.** Es la plataforma ideal para vender y comprar ropa de segunda mano.
- ➔ **Tablón de Anuncios.** Es un portal de anuncios clasificados gratuitos. Elegimos una ciudad y allí podemos ver todo aquello que le ofrecen.
- ➔ **Casi Nuevo.** Se puede encontrar aquello que busca y también se puede vender lo que no necesite. Tiene desde ofertas de empleo hasta alojamiento para sus vacaciones.
- ➔ **Habitamos.** Tiene la misma dinámica que Casi Nuevo.
- ➔ **Trastillo.** Se trata de una red social para intercambio de objetos. Puede comprar o cambiar productos de segunda mano en un círculo privado de contactos.
- ➔ **Truekalo.** Aquí se trata de un intercambio de objetos.
- ➔ **Autoscout24.** Ofrece de una forma sencilla y ágil coches, furgonetas, motocicletas y hasta caravanas.
- ➔ **Cochecito leré.** Aquí podrá encontrar todos los productos para el bebé.
- ➔ **Wallapop.com.** Es una aplicación que se centra en la subasta de productos, con el fin de conectar a compradores y vendedores, atendiendo a la cercanía de ambos.

Capítulo 2: Las plataformas de turismo colaborativo

El sector turístico es uno de los sectores de actividad donde más se ha desarrollado la economía colaborativa. Además, como se verá a continuación, con importantes expectativas de crecimiento.

Las plataformas de turismo colaborativo son aquellas que ofrecen productos o servicios relacionados con el turismo y que cubren toda la cadena de valor del viajero.

Estas plataformas funcionan porque satisfacen las necesidades de los usuarios, que buscan experiencias locales y garantizan precios más asequibles proporcionando una mayor oferta. Las plataformas son de sencillo uso y están dirigidas al usuario, permitiendo una comunicación más interactiva.

El alojamiento es la parte más importante del turismo colaborativo y las cadenas hoteleras empiezan a preocuparse por el volumen que ya suponen estas plataformas.

La demanda de alquiler vacacional en España creció un 39% en el 2015 de acuerdo con los datos de Homeaway (2016); 1,7 de cada 10 turistas se alojaron en un apartamento turístico y casi un 40% expresó su interés por estar en una casa alquilada como alternativa al hotel tradicional.

Esto significa que 4 de cada 10 viajeros podrían alquilar una casa o apartamento durante el 2016, por lo que habrá una pérdida mayor de cuota de mercado para el sector turístico convencional. Ante esto, el sector turístico tradicional se limita a tachar de competencia desleal a estas plataformas.

Según una encuesta reciente de la Confederación Española de Agencias de Viaje, un 74% de agentes de viajes considera que las nuevas tecnologías son una oportunidad de negocio, pero un 64% de ellos opina que la economía colaborativa y el turismo P2P, son competencia desleal.

En 2014, el World Travel Market resaltó una necesidad: que los agentes

turísticos optimicen sus estrategias de marketing online para competir en mejores condiciones con el “turismo colaborativo” que se desarrolla en las redes, y que maneja el 40% de los viajes internacionales.

El turismo colaborativo se centra en la fidelización de los clientes ya que sus usuarios no solo compran viajes por medio de este sistema porque son más baratos, sino que además opinan sobre sus viajes.

El portal en España de IntercambioCasas cuenta con 65.000 socios en 150 países y tiene 4.076 casas en España, es pionero en el intercambio de viviendas y forma parte de la red mundial HomeExchange.

Cada vez son más los ciudadanos que no pueden irse de vacaciones al menos una semana al año: la proporción ha subido en seis años del 37,9% al 47,6%, según la Encuesta de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Las nuevas formas de viajar menos costosas, basadas en compartir bienes y servicios, amplían su atractivo. Además de obtener un dinero extra reaparece la ilusión del auténtico viajero que huye del turismo de masas y desea conocer los lugares.

La experiencia puede comenzar en Wikitravel (una Wikipedia específica elaborada con aportaciones de los viajeros). Puede seguir en WeSwap, que permite cambiar divisas entre particulares, y es más barato que en el banco o en el aeropuerto. Si uno viaja durante una semana puede usar FlightCar que es un servicio por el que su coche puede ser alquilado por otros mientras no lo usa, y se lo devuelven limpio y sin necesidad de pagar el aparcamiento en el aeropuerto. Si no tiene coche, puede compartir trayecto con SocialCar y si viaja en ferrocarril en Compartetren puede rebajar hasta el 60% si comparte vagón con otros en el AVE. Una vez en destino, puede alojarse en casa de alguien mediante las plataformas. O quedarse en el apartamento de quien, mientras, se está quedando en el suyo (Home Exchange). O instalar su tienda de campaña en el jardín de otro (Campinmygarden.com). El hotel se ha hecho

prescindible según cómo se quiera viajar. Y ni siquiera debes pasar por un restaurante. En Eatwith, se puede ir a cenar a casa de un ciudadano local y conocer a gente.

El problema es la escala que están adquiriendo estas actividades, porque generan economía sumergida y no están sometidas a las mismas normas, insiste Exceltur (2014). “Es razonable que los hoteleros reclamen licencias e impuestos, pero no que pidan que se prohíban las nuevas plataformas”. El profesor de Esade Josep Francesc Valls (2014) opina que las autoridades no deben precipitarse al legislar. “Aún no sabemos cómo van a desarrollarse y evolucionar los nuevos negocios, las normas pueden quedar fácilmente obsoletas. El turismo sigue siendo fuente de ingresos y debemos dejar que todos los actores innoven al máximo”.

Algunas compañías tradicionales descubren que deben sumarse a esta novedad. Iberia creó Clickair, y se hizo con Vueling. General Motors mantiene un acuerdo con la plataforma RelayRides, a través de la que se alquilan sus coches. BMW está expandiendo su programa de *carsharing* (DriveNow) y participa en ParkatmyHouse.com, donde los usuarios comparten garaje. La compañía de alquiler de coches Avis compró Zipcar. Y el hotel Drift San José ha sido el primer hotel que se comercializa solo a través de Airbnb, en la que ve un canal de venta.

Además, en esta época de crisis, Airbnb, por ejemplo, es una alternativa para aquellas personas que no pueden vender sus pisos, y para poder darle una utilidad y un beneficio a todos los pisos que se han tenido que quedar vacíos. También es verdad, que muchos hoteles han tenido que colgar el cartel de “Se vende” ya que no son capaces de llegar a la rentabilidad mínima para poder mantener su actividad.

Capítulo 3: Factores desencadenantes

En este capítulo vamos a tratar de los dos factores que influyeron directamente en el origen y expansión de la economía colaborativa.

3.1 Factores tecnológicos

Internet no es algo nuevo, pero gracias a todos sus avances y su forma de llegar a las personas está revolucionando el mundo. Internet se diseñó principalmente para realizar funciones de comunicación, alcanzando en la actualidad este fenómeno a cualquier tipo de ámbito.

Es indudable la utilidad que representa para las empresas ya que las ayuda a expandirse a nivel mundial. Casi todas las empresas en la actualidad lo utilizan y disponen de una web en la que proporcionar información sobre los productos, captar clientes y proporcionar venta online.

Internet multiplica las posibilidades de la economía colaborativa ya que en la actualidad es el mejor canal para llegar a una mayor cantidad de población. Además gracias a internet se produce un gran abaratamiento de costes, dando posibilidad a que experimente este consumo cualquier persona, prescindiendo de la empresa tradicional.

La mayoría de casos de economía colaborativa tiene lugar a través de una plataforma en Internet. De esta forma se busca proporcionar una mayor seguridad ya que en este tipo de plataforma, al registrarse los usuarios, tienen que dar su confirmación por correo electrónico y posteriormente, en gran parte de ellos, introducir el número del D.N.I de la persona registrada.

Una de las formas de promocionar las diferentes plataformas de esta economía es gracias a las redes sociales. Las redes sociales nos ayudan a aumentar la

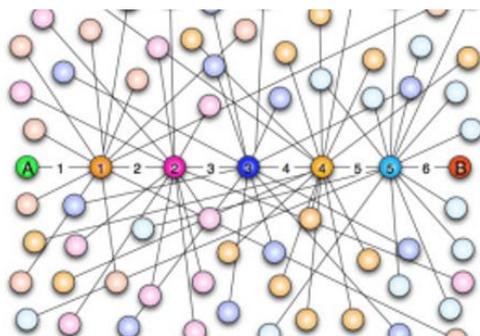
comunicación entre las personas en las distintas partes del mundo, nos ayudan a acercarnos a los demás. Además, para las empresas es una gran forma de mostrar sus productos y sus servicios. Las empresas pueden llegar a una mayor cantidad de personas, mostrar sus marcas, ofrecer atención al cliente, con ellas se puede establecer una relación más directa con los proveedores y clientes, además también pueden captar más clientes. El inconveniente es el exceso de información que recibe el consumidor.

Hablando de las redes sociales es importante hacer referencia a la teoría de los seis grados de separación. Un estudio de Microsoft (2008) corrobora que dos individuos están conectados entre sí por no más de 6,6 grados de separación.

Según esta teoría, cada persona conoce de media, a unas cien personas. Si cada uno de ellos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede ponerse en contacto con 10.000 personas pidiendo que pasen un mensaje, aquí nos encontraríamos en un segundo nivel de la teoría.

Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel.

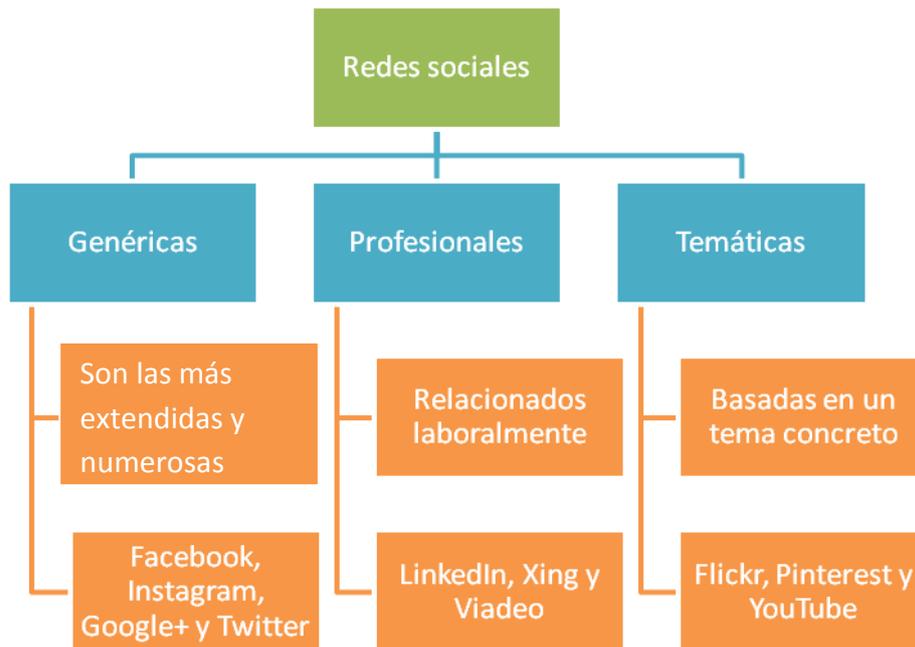
En seis pasos, y disponiendo de las tecnologías necesarias, se podría enviar un mensaje a cualquier individuo del planeta.



Las primeras pruebas con los seis grados de separación se hicieron cuando todavía no eran populares las redes sociales, ya que con éstas se ha demostrado que la distancia es aún menor.

En **Facebook** la separación entre dos personas es de 4,74. En **Twitter**, la distancia promedio es de 4,67 y en **LinkedIn** es de 3 grados.

Hay varios tipos de redes sociales que podemos clasificar en el siguiente esquema:



Otro factor tecnológico importante en el consumo colaborativo es la P2P (par a par), que es una estructura de red que permite compartir material a través de internet.

A los usuarios que comparten material en las redes P2P se los denomina "Seeders", mientras que los que sólo toman dicho contenido son "Leechers".

Podemos decir que la red P2P no es muy diferente de la economía colaborativa, ya que ambas ponen en contacto a usuarios con intereses comunes, que desean compartir. La diferencia se encuentra en que en las P2P se intercambian archivos

informáticos, y en la economía colaborativa se intercambian bienes.

Aunque la mayor diferencia se encuentra en que la economía colaborativa se basa en el derecho del titular de disponer de un bien de su propiedad, sin más límites que las leyes, y la P2P se basa en compartir contenidos ajenos.

3.2 Factores económicos

A continuación vamos a analizar algunos indicadores de la economía que reflejan el impacto de la crisis y que consideramos que han contribuido al desarrollo de la economía colaborativa. Así, el aumento de la tasa de desempleo especialmente entre la población joven, con la consiguiente pérdida de renta, consideramos que es un factor que ha impulsado el recurso a las posibilidades que ofrece la economía colaborativa.

Evolución de la tasa de paro

La tasa de paro (u) es el cociente entre la población parada y la población activa.

$$u = \frac{\textit{población parada}}{\textit{población activa}}$$

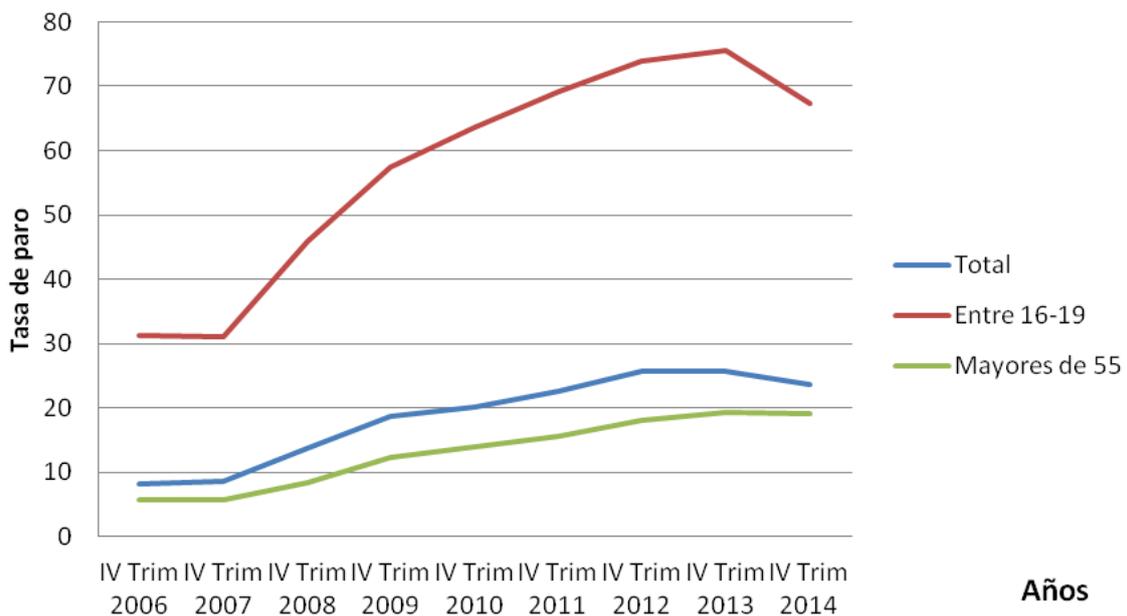
La tasa de paro en España aumentó durante 6 años consecutivos, de 2007 a 2013. Durante estos años el número de parados fue aumentando, con un gran repunte en el 2008, donde casi un millón de personas perdieron su empleo, como podemos observar en los gráficos número 2 y 3.

Aun así este aumento se siguió produciendo en los siguientes años, y ya en el 2011 sobrepasó el 20% de la población activa. Por lo tanto, con el aumento del 2012, España alcanzó la cifra de 5.965.400 parados.

Sin embargo, en el 2013 se registró la primera bajada de paro, con una disminución de 69.000 personas en 2013 respecto a 2012, lo que situó el número total de desempleados en 5.896.400 personas. Con este descenso, se pone fin a seis años consecutivos de crecimientos del desempleo. Aun así, en el segundo trimestre de 2016 no se ha conseguido disminuir la tasa del paro del 20%.

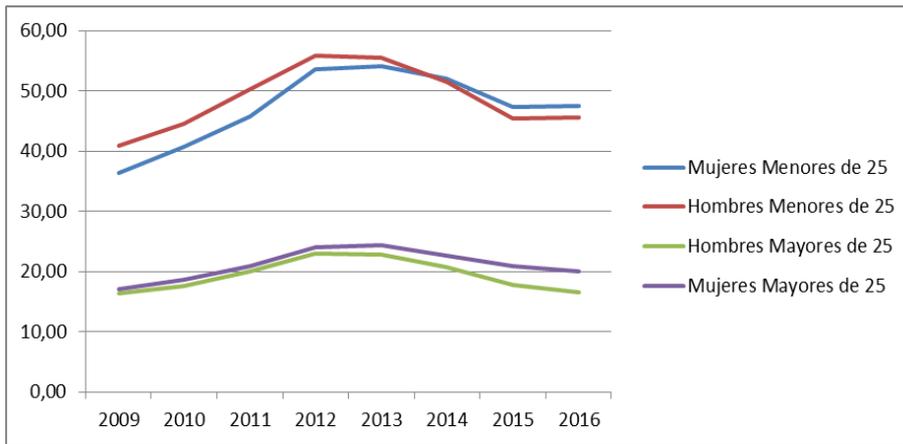
En los gráficos 2 y 3 podemos ver la evolución, desde el año 2007 por edad y sexo, de la tasa del paro.

Gráfico nº2: Tasa de desempleo en España por grupos de edad.



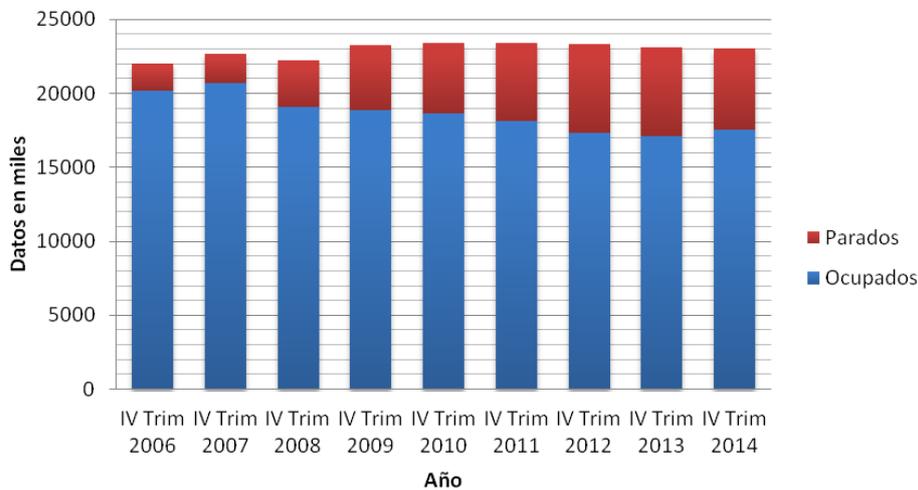
Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE

Gráfico nº3: Tasa de desempleo en España por sexo y edad.



Fuente: INE

Gráfico nº4: Número de ocupados y desempleados en la economía española.



Fuente: INE

Como podemos observar en el gráfico 2 la tasa de paro ha ido en gran aumento desde 2007 alcanzando un elevadísimo porcentaje en la franja de 16 a 19 años. A partir de 2013 empieza a disminuir gracias al empleo temporal.

Además podemos observar en el gráfico 3 que el paro entre las mujeres y los hombres a partir del comienzo de la crisis y hasta ahora se han ido equiparando, todo

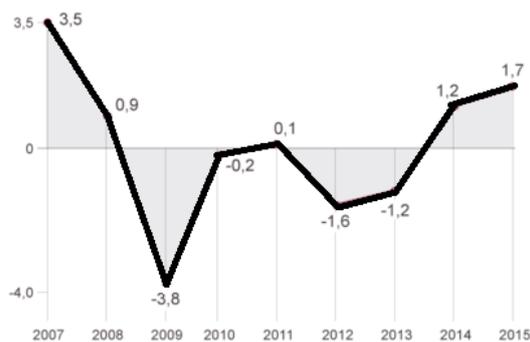
esto debido en gran medida a la crisis en el sector de la construcción. En el 2007 en el sector de la construcción, se comienza a sentir la crisis con una bajada en ventas. Comienza a haber numerosos proyectos inacabados por falta de financiación o posibilidad de venta. Por lo que en el 2008 las empresas de construcción comienzan a descender sus ventas en un 72%. Durante el año 2009 el desplome de ventas y precios continúa agravándose. Entre las principales consecuencias está el aumento del desempleo, el cierre de la mitad de las agencias inmobiliarias y la quiebra de gran número de empresas constructoras.

Tasa de crecimiento

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. Su tasa de crecimiento mide la variación de la producción de bienes y servicios de cada país.

En los años anteriores a la crisis, la economía española se benefició de tasas de crecimiento del PIB superiores a la media europea, lo que le permitió reducir la tasa de paro y converger a un mayor nivel de renta per cápita.

Gráfico nº5: Tasa de crecimiento del PIB



Fuente: Banco de España

En 2008, el crecimiento del PIB empezó a descender en relación a los años anteriores, debido principalmente a la caída de la demanda nacional. Ello tuvo como consecuencia la fuerte bajada del empleo. En 2009, como podemos observar en el gráfico 5 tiene una caída muy notable, con una tasa de crecimiento negativa del -3,8%. Aun así en el año 2010 observamos una menor caída, casi abandonamos los valores negativos debido a la evolución favorable del gasto en consumo final, y al comportamiento menos negativo de la inversión

Dicho cambio prosiguió hasta que en 2011 creció hasta un 0,1%. Pero en 2012, la situación volvió a cambiar y así el PIB cayó un 1,6% y en 2013 un 1,2%. A partir del 2014 podemos observar un crecimiento que se mantiene en el 2015.

Los salarios

Cuando hablamos de economía colaborativa y de la idea de reducir el gasto en consumo, debemos nombrar la variación en el poder adquisitivo de la población, ya que a pesar de que se está produciendo una recuperación en la actividad y se están creando nuevos puestos de trabajo, según el Programa de Estabilidad 2014-2017 remitido a Bruselas, los salarios seguirán perdiendo poder adquisitivo.

Como hemos comentado, en el 2007, se inicia la recesión económica manteniéndose hasta el 2013. Esta situación provocó una gran reducción del empleo y con ello un gran aumento en la tasa del paro. Una de las consecuencias de esta situación fue la pérdida del poder de negociación de los trabajadores y de sus representantes en el establecimiento de las condiciones de trabajo en las empresas y, especialmente, de las salariales. Lo que va a repercutir en una disminución de los salarios reales, y supondrá la pérdida del poder adquisitivo de los trabajadores.

Esta pérdida del poder de los trabajadores y la disminución de los salarios va a estar influida no solo por la crisis económica sino también por las políticas arbitradas

por los distintos gobiernos a lo largo de la crisis.

Así, la reforma laboral de 2012 afecta a la reducción del poder de negociación de los trabajadores ya que los empresarios pueden realizar cambios, sin necesidad del consentimiento del trabajador, en las condiciones de trabajo y salariales, aunque hayan sido establecidas previamente por acuerdos con los trabajadores de las empresas.

Como podemos observar en el gráfico número 6, el salario en España ha sufrido un gran desplome desde el año 2010 hasta el año 2013, en 2014, y aunque se puede observar un repunte, vemos que es un mínimo ascenso.

Entre el 2007 y el 2013 disminuye el salario medio para algunos tramos de edad, como podemos observar en el gráfico número 7.

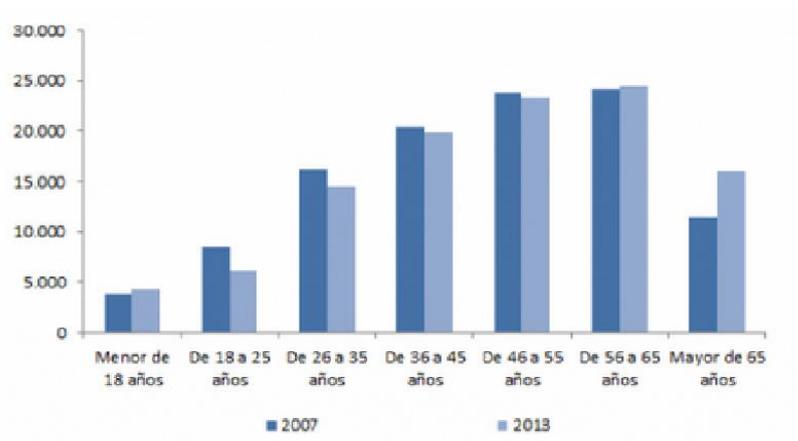
En el gráfico vemos que el salario medio en el segmento de 36 a 45 años ha descendido en un 1,8%. En el tramo de 18 a 25 años lo ha hecho un 9,7%. Esto se debe al incremento del desempleo entre los más jóvenes desde el inicio de la crisis.

Gráfico nº6: Evolución del salario en España



Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)

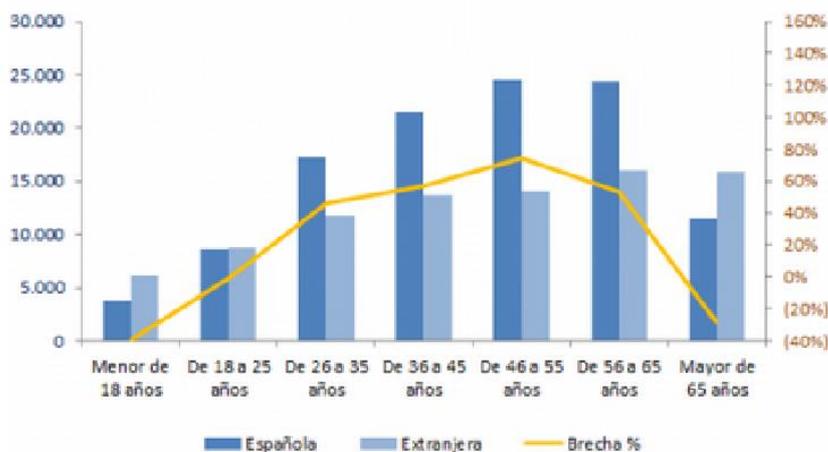
Gráfico nº7: Salario medio por tramo de edad (€/año).



Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)

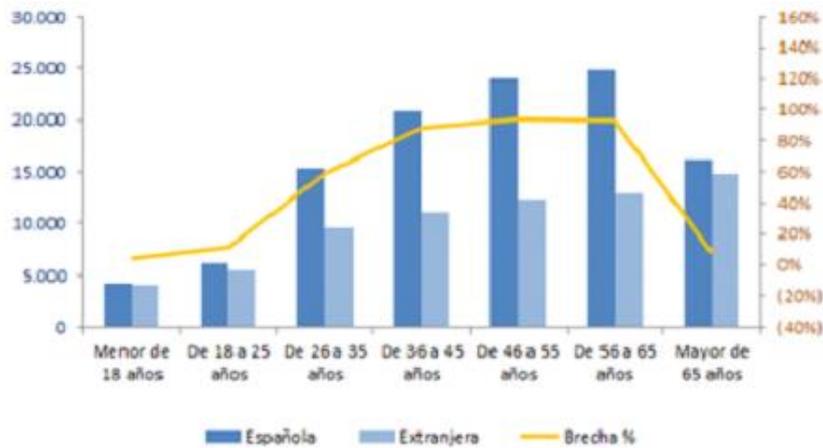
La diferencia de los salarios entre la población nacional y la extranjera ha aumentado con la crisis. Ello puede ser una de las razones que han llevado al aumento de la emigración en los últimos años. La brecha alcanza casi el 100% para algunos tramos de edad en el 2013, véase gráficos 8 y 9.

Gráfico nº8: Salario medio anual 2007 por nacionalidad (€).



Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)

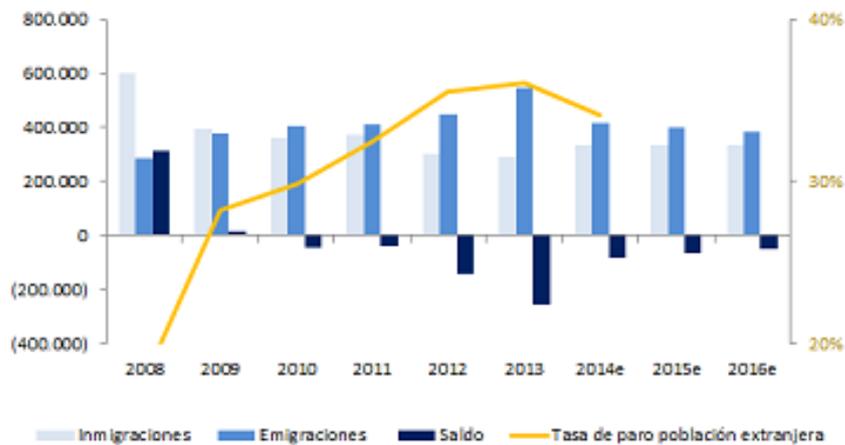
Gráfico nº9: Salario medio anual 2013 por nacionalidad (€).



Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)

La relación entre flujos migratorios y tasa de desempleo se puede observar en el gráfico 10.

Gráfico nº10: Flujos migratorios y desempleo (%) población extranjera.

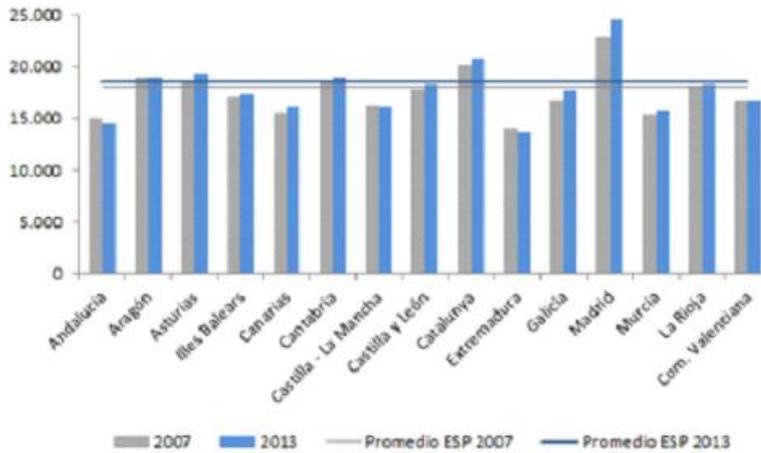


Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)

Las CCAA con unos salarios más altos en 2007 son las que sus salarios han crecido más y por el contrario, Andalucía y Extremadura ocupaban los últimos lugares

por salario medio en 2007 y sus salarios medios han incluso caído: incrementándose la desigualdad regional.

Gráfico nº11: Salario medio anual por Comunidad Autónoma (€).



Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)

Tras esta revisión de los principales indicadores que muestran los efectos de la crisis y a falta de un análisis econométrico más riguroso que podría ser objeto de futuros estudios, podemos afirmar que las condiciones económicas han favorecido el auge de la economía colaborativa. Con la crisis actual y el aumento del desempleo la población cada vez se muestra de forma más positiva a formar parte de esta nueva forma de economía. Además, el desempleo está siendo especialmente grave entre la población joven, que en nuestra opinión, es la principal usuaria de la economía colaborativa.

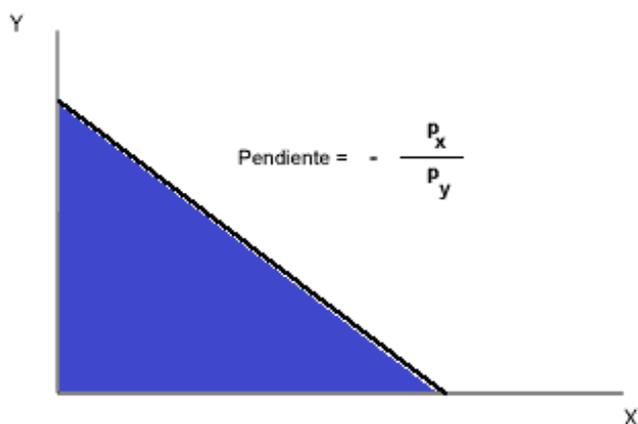
Capítulo 4: Relación con la economía tradicional

Se habla de la economía colaborativa como de un nuevo paradigma económico. En este capítulo vamos a analizar si comparte los fundamentos de la economía de mercado tradicional.

4.1 Teoría del consumidor

La economía tradicional estudia el comportamiento del consumidor cuando adquiere los bienes en el mercado como maximizador de la utilidad sujeto a la restricción presupuestaria. Esta se basa en que el sujeto dispone de una renta monetaria que puede gastar, que llamaremos Z. Suponemos que el consumidor solo consume dos tipos de bienes (X e Y), por lo que es necesario conocer su renta, Z, y los precios de los bienes, así obtenemos la siguiente ecuación denominada restricción presupuestaria: $Z = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$

Gráfico nº12: Restricción presupuestaria del consumidor

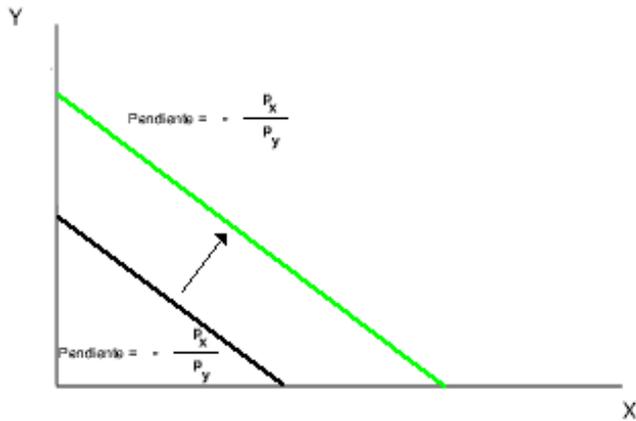


El gráfico nº12 muestra el conjunto de combinaciones de X e Y asequibles dados los precios y la renta monetaria.

Si cambia la renta se producirá un movimiento de la restricción. Con un aumento de la renta, se desplaza a la derecha, y con una disminución, se desplazará a

la izquierda.

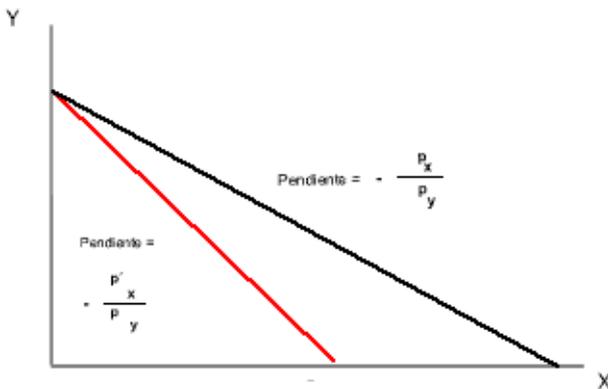
Gráfico nº13: Efecto de una variación en la renta



Por lo que, como muestra el gráfico 13, con un aumento de la renta podremos aumentar la adquisición de productos, y con una disminución tendremos que disminuir el consumo.

Si lo que modificamos es el precio de uno de los bienes tendremos un cambio en la pendiente.

Gráfico nº14: Efecto de un aumento en el precio

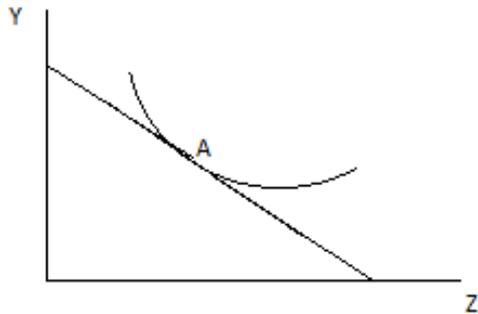


Como observamos en el gráfico 14 si se aumenta el precio del bien X, disminuye la cantidad que se puede adquirir de este bien.

De entre las combinaciones de bienes asequibles elegirá la que le proporcione

la máxima utilidad. La función de Utilidad se representa mediante curvas de indiferencia (igual nivel de utilidad). Por tanto elegirá la que se encuentre en la curva de indiferencia más alejada posible. Ello se representa en el gráfico 15.

Gráfico nº15: Maximización de la utilidad.



En A, la pendiente de la curva de indiferencia (nivel de utilidad) denominada Relación Marginal de Sustitución coincide con la pendiente de la restricción presupuestaria.
 $RMS_{x,y} = P_x/P_y$

En la medida en que la economía colaborativa permite disponer de algunos bienes a un precio más bajo que en el mercado tradicional, implica una mejora en la utilidad y, por tanto, del bienestar del consumidor.

4.2 Teoría del Intercambio

Con el modelo de economía colaborativa el consumidor es consumidor y empresa a la vez.

En la mayoría de intercambios en los que surge la economía colaborativa partimos de una asignación de recursos inicial. Por ejemplo para participar en Bla Bla Car hay que tener coche. Es decir, se trata de utilización, no producción.

El modelo de economía colaborativa busca un uso más intensivo de los bienes, ya que pueden acceder a estos una mayor cantidad de personas, con un coste menor, y ajustándose a las necesidades de los individuos. Como características de este modelo podemos citar:

- Cuando se trata de un bien o servicio muy específico se establece la negociación entre comprador y vendedor.
- No se dispone de información completa entre productores y consumidores.
- No hay barreras de entrada o salida del mercado y existe unos costes de transporte y transacción mínimos.

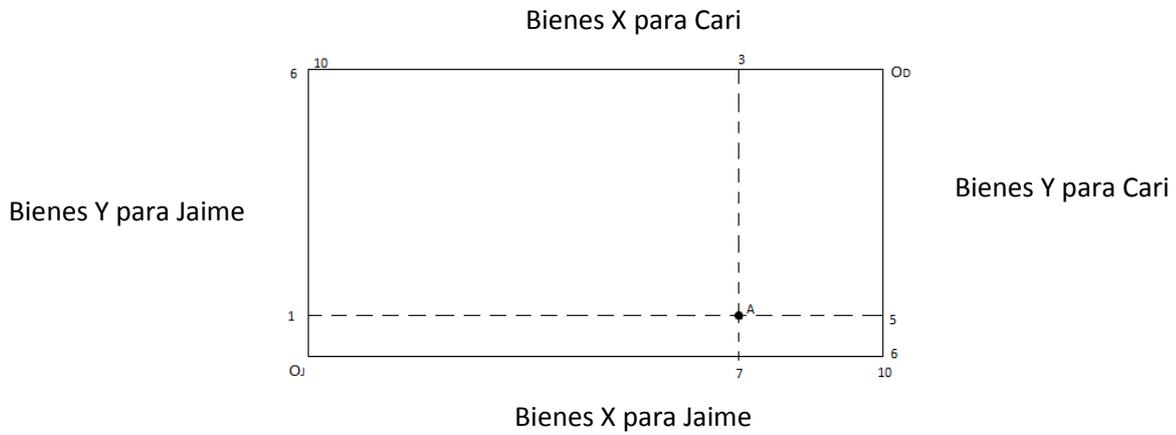
Comparamos estos supuestos con la Teoría económica tradicional del intercambio. Así, siguiendo a Pindyck y Rubinfeld (1995) podemos establecer las comparaciones siguientes:

- El intercambio voluntario entre dos personas o países es beneficioso. Una limitación sería que hubiera información asimétrica, pero eso es lo que Internet y las redes sociales están eliminando.
- Los individuos conocen sus preferencias mutuas. De nuevo, Internet facilita la coincidencia de voluntades.
- El intercambio se realiza con costes de transacción nulos (gracias a Internet).

A partir de las preferencias de los individuos (representadas en las curvas de indiferencia), conocemos la Relación Marginal de Sustitución (RMS): cantidad de un bien a la que está dispuesto a renunciar para obtener una unidad de otro. $RMS_{x,y} = -\frac{\Delta y}{\Delta x}$

Si dos consumidores tienen una RMS distinta es posible realizar intercambios mutuamente beneficiosos. ¿Qué intercambios pueden producirse? Supongamos dos consumidores, Cari y Jaime. Se puede mostrar utilizando el gráfico de la caja de Edgeworth:

Gráfico nº16: Intercambio en una caja de Edgeworth.



Representa las cestas de ambos bienes para cada consumidor

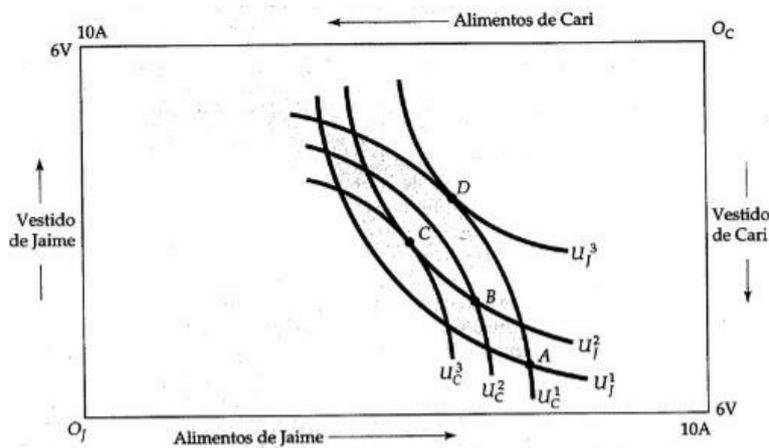
A: asignacion inicial

Consumidor Jaime: 7X, 1Y

Consumidor Cari: 3X, 5Y

Para ver cuales son los intercambios beneficiosos supongamos que X son los alimentos e Y son vestidos, representamos las curvas de indiferencia, que nos muestran las respectivas RMS, en el gráfico 17.

Gráfico 17: La eficiencia en el intercambio.



Las curvas de indiferencia de Jaime son las habituales porque el origen está en O_J . Las curvas de indiferencia de Cari se representan respecto al origen O_C .

En el punto A, las RMS son diferentes porque las curvas se cortan (para tener las mismas RMS las curvas tendrían que ser tangentes). Supongamos que la RMS de Cari es 3 (está dispuesto a renunciar a 3 unidades de Y por 1 de X) y que la RMS de Jaime es $\frac{1}{2}$ (por 1 unidad de X renuncia a $\frac{1}{2}$ de Y).

El area entre las dos curvas muestra todos los intercambios beneficiosos para ambos.

Si Cari ofrece 1 unidad de Y a cambio de 1 de X y Jaime lo acepta, pasan al punto B donde ambos tienen un bienestar mayor.

B: nueva asignacion

Consumidor Jaime: 6X, 2Y

Consumidor Cari: 4X, 4Y

La nueva asignacion es mejor, pero no es eficiente porque todavia podrian realizar un intercambio y aumentar el bienestar (en B las RMS tampoco coinciden).

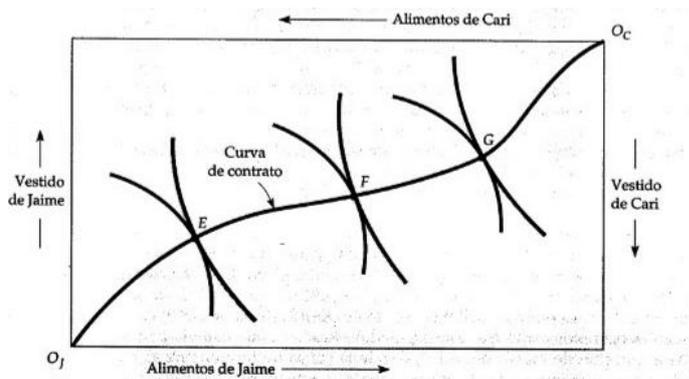
Si se realiza otro intercambio y pasan al punto C, las RMS son iguales (las curvas de indiferencia son tangentes). Entonces C es una asignacion eficiente: ya no es posible

mejorar el bienestar de un consumidor sin empeorar el del otro.

Pero C no es el unico resultado eficiente. Si Jaime es un buen negociador podría conseguir la asignacion D, donde Cari no empeora respecto a la asignacion inicial y Jaime mejora. Una vez en D cualquier otro intercambio perjudicaria a uno y beneficiaria al otro, por tanto, D es eficiente. A partir de una asignacion inicial es posible alcanzar muchas asignaciones eficientes por medio de intercambios. Se obtiene así la curva de contrato.

Curva de contrato: pasa por todas las asignaciones eficientes, que son los puntos de tangencia de las curvas de indiferencia. Las asignaciones de la curva de contrato son eficientes porque no es posible reasignar los bienes para mejorar el bienestar de una persona sin empeorar el de la otra. Véase el gráfico 18.

Gráfico nº18: La curva de contrato.



Podemos considerar que los intercambios realizados bajo la economía colaborativa responden a estos fundamentos, es decir, a la búsqueda de la eficiencia. Los individuos realizan intercambios que les resultan ventajosos y van aumentando su utilidad. Una vez alcanzada la curva de contrato ya no es posible mejorar el bienestar de uno sin empeorar el de otro. Hasta ahí llegarían los límites de la economía colaborativa.

4.3 La información Asimétrica y la Confianza

Al hablar tanto de la economía colaborativa como del trueque, hay que hacer referencia a la confianza mutua.

Según Laurence Cornu (1999): *“la confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de la acción de otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no-control del otro y del tiempo”*.

Para la psicología social y la sociología, el término confianza consiste en la idea que se forja una persona sobre las conductas que realizan los de su alrededor. Es el pensamiento con el cual una persona cree que será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determinada situación.

La práctica de la economía colaborativa implica tener confianza en la otra persona, sino es así no seremos capaces de realizar ninguna transacción. Por ejemplo, cuando hablamos de empresas como Windu, Airbnb o Homeway, las cuales se dedican a ofertar viviendas personales, debe de existir este tipo de confianza para acceder a prestar nuestras viviendas y confiar en que cuando nos las devuelvan se encuentre en el estado en el cual las alquilamos.

Este tipo de confianza es muy difícil de alcanzar, pero es necesaria en este mercado ya que si disponemos de ella podremos aumentar nuestros ingresos.

Benjamin Disraeli dijo: *“¡Confiamos demasiado en los sistemas, y muy poco en los hombres!”*, con esta economía invertimos esta frase, inventándonos un nuevo tipo de sistema y aumentando la confianza en las personas.

La confianza que requiere esta economía es la generada por los perfiles online: se puede generar confianza con otros usuarios con los cuales no tenemos relación ni nada en común. Esto se debe a que tenemos más información de esas personas. Más información equivale a más confianza.

Por ejemplo, la confianza en BlaBlaCar surge de: una foto, datos de contacto verificados, evaluaciones positivas. Por lo que la confianza surge de la mezcla de estos factores.

Internet es el mejor canal de la economía colaborativa, ya que gracias a él podemos llegar a un mayor número de personas, con costes reducidos. Podemos decir que Internet es el nuevo mercado, ha sustituido al mercado internacional. Por eso podemos decir que la confianza mutua está relacionada directamente con otro factor importante dentro de la económica colaborativa. Este factor es Internet, y dentro de este las redes sociales, ya que es un indicador de la confianza que se deposita en un completo desconocido.

La confianza se requiere para hacer frente a la falta de información, o más exactamente, a la información asimétrica.

La información asimétrica es una característica de situaciones económicas. Se refiere a la situación en la que el vendedor del bien conoce la calidad de este mejor que el comprador. Esta información asimétrica puede provocar un fallo en el mercado, por lo que los vendedores de bienes y servicios de buena calidad tratan de convencer a los compradores mediante la reputación que ofrece el propio vendedor, o el bien o servicio que ofrezca, o la estandarización, refiriéndose a la preferencia de consumir bienes o servicios que ya conocemos.

Las extensiones de la información asimétrica fueron analizadas por primera vez por George Akerlof en "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism" (1970)

Las conclusiones a las que llegó fueron que los bienes de mala calidad acaban expulsando del mercado a los de buena calidad por la información asimétrica, salvo que los vendedores puedan ofrecer información sobre la calidad de los bienes y servicios a los compradores.

Las plataformas de economía colaborativa intentan subsanar este fallo del mercado mediante la generación de la reputación online.

La reputación online es la imagen de una empresa, persona o institución en Internet. Además de la imagen que ofrece la marca, la reputación online está también compuesta por las noticias y opiniones que expresa la gente en redes sociales, blogs, etc.

Capítulo 5: Perspectivas

La economía colaborativa es un fenómeno imparable que no encuentra una regulación normativa clara en la actualidad y que necesita encontrarla para dar seguridad en estas iniciativas.

La necesidad de crear un marco normativo se ha convertido en una prioridad para la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), ya que la economía colaborativa continuará creciendo. En la economía colaborativa hay que potenciar la información y la transparencia de estas plataformas. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, debe garantizar los derechos y deberes de todos: usuarios, negocios tradicionales y de los operadores de economía colaborativa. Así, deben asegurar la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, protegiéndoles de los abusos y garantizándoles seguridad y calidad en los servicios. Además de intentar no restringir excesivamente los nuevos modelos de economía colaborativa.

A la hora de encontrar la regulación correcta, se deben de tener en cuenta una serie de aspectos. Deben de analizar el impacto de la aparición de nuevas formas de oferta sobre el mercado tradicional. Y analizar los incrementos de eficiencia social y bienestar que implica la reducción de precios de los nuevos modelos de negocio.

El nuevo modelo se mantendrá, pero no se dará de lado a la economía tradicional. Si es verdad que por una parte afectará a ciertos sectores, como los taxis o los hoteles. Según estudios realizados, las personas que hacen turismo pasan más días de vacaciones en otra ciudad utilizando el servicio Airbnb (alquiler de viviendas particulares) ya que su servicio es menos costoso, por lo que al residir más tiempo en las otras ciudades, también gastan más en éstas, por lo que la economía colaborativa también ayuda al desarrollo de la economía tradicional.

Un estudio publicado por Liligo, muestra datos como que el 87% de la

población cree que esta economía crecerá en los próximos años.

La Federación Nacional de Transporte de Autobús pidió el cierre de BlaBlaCar, cuyos usuarios comparten gastos para ir en coche. La plataforma BlaBlaCar comienza a cobrar a los pasajeros una comisión del 10% del importe del viaje. Fomento ha amenazado a Uber con multas de 600 euros a quien haga de taxista sin autorización. Los taxistas se quejan de las caras licencias que pagan para operar, a veces de más de los 100.000 euros, y acusan a Uber de poner en riesgo la seguridad vial.

“Claro que hay aspectos por regular. Un marco jurídico pactado daría mayor seguridad a los usuarios y a las plataformas, pero para el sector turístico convencional, que está perdido en el tema, regular a menudo significa prohibir”, afirma el fundador del blog de referencia Consumo Colaborativo, Albert Cañigüeral (2014).

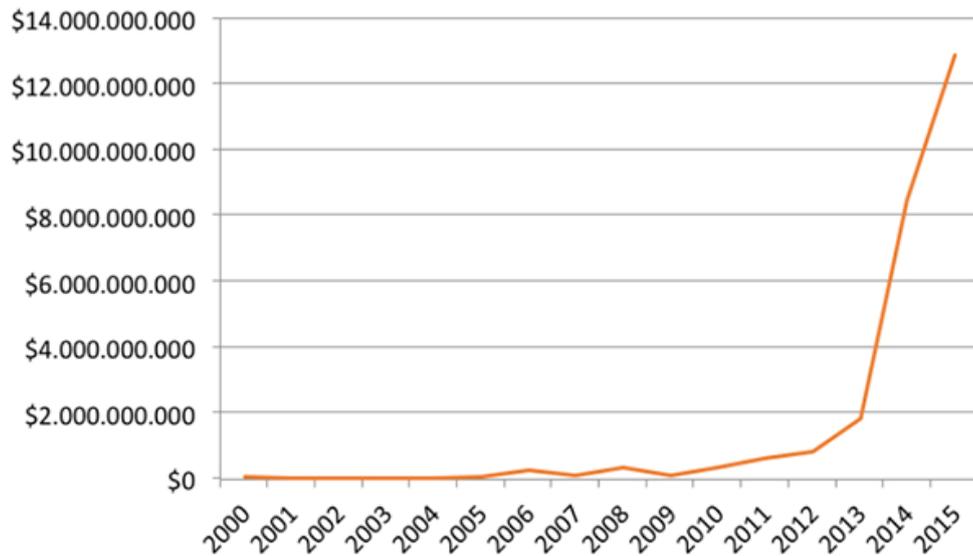
Las plataformas evolucionan según la demanda. El 40% de viajeros de BlaBlaCar no se presentaban a la hora de la verdad. La plataforma obligó a realizar una reserva, y la tasa ha bajado el 5%. “Si Uber cobra el 20% de comisión, y eso es mucho, ya saldrá un competidor que se encargará de bajarla”, comenta Cañigüeral. Si quien cedía su piso a Airbnb temía problemas, hace ya meses que la empresa propone un seguro de hasta 35.000 euros.

Otra cuestión es la flexibilidad de la legislación, no pensada para los pequeños productores: quien gana 200 euros un par de veces al año alquilando una habitación, tiene ingresos extra, pero de autónomo debe cotizar al menos 261,83 euros al mes. “Prohibir es extremadamente fácil” y se debe regular “con especial cuidado”, ha alertado la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC).

Según un informe reciente de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), de 2000 a 2015 las iniciativas relacionadas con la economía colaborativa acumularon una inversión cercana a los 26.000 millones de dólares a nivel global.

De esa cantidad, aproximadamente la mitad se consiguió durante el pasado año. Unas cifras que demuestran que plataformas de este calibre han llegado para quedarse durante una buena temporada.

Gráfico nº19: Evolución de la inversión mundial en plataformas de economía colaborativa



Fuente: CNMC

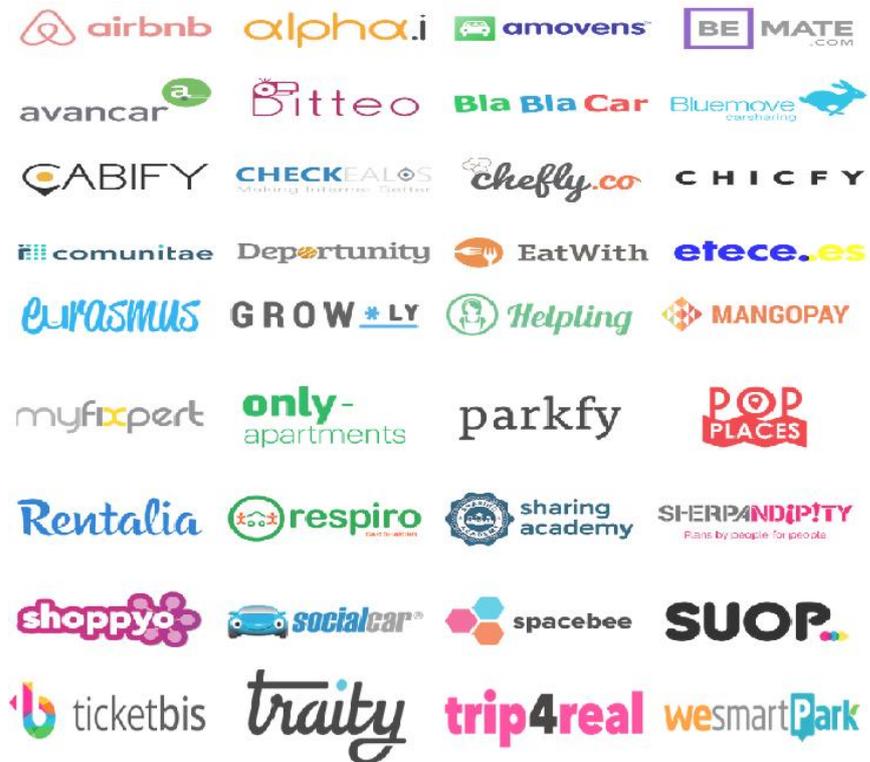
Para ser auténticamente colaborativo debemos olvidarnos de los modelos convencionales adoptados en el siglo XX, basados en la competición que produce la relación de ganar y perder desde una lógica de escasez centralizada en el dinero.

Sharing España es un conjunto de empresas que nace dentro de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), creada para analizar el impacto de la economía colaborativa y los modelos de negocio “peer to peer” en la actualidad, y divulgar su impacto positivo en la economía.

Nació debido a la inexistencia de un marco regulatorio y la amenaza con cierres por los organismos públicos, un total de 26 empresas de consumo colaborativo se han unido para crear la primera plataforma de consumo colaborativo de nuestro país.

Para Sharing España la economía colaborativa representa la aparición de una nueva forma de consumo basada en las tecnologías y en la confianza.

Logotipos de las empresas que forman el Sharing España:



Capítulo 6: Conclusiones

En este último apartado se exponen las principales conclusiones que podemos extraer tras la realización del estudio de la economía colaborativa.

La economía colaborativa está promovida por:

- Aspectos económicos: dentro de los cuales nos encontramos con la posibilidad de obtener cierta rentabilidad: disfrutar de bienes y servicios a precios más bajos que en el mercado, disponer de ingresos extras. También aparecen servicios que carecían de mercado para su intercambio. Perspectivas de ingresos para personas desempleadas: las personas que están en situación de desempleo de larga duración pueden realizar cualquier actividad que este dentro de la economía colaborativa para obtener ingresos.
- Relaciones sociales: gracias a este tipo de economía se crean lazos con personas desconocidas con las que descubrimos que tenemos gustos en común, además que fomenta el saber compartir los bienes.
- Avances tecnológicos: el desarrollo de Internet y de las App para los móviles, fomenta el uso de esta economía colaborativa, ya que nos da facilidad a la hora de intentar utilizarla.

El peso cada vez mayor que están adquiriendo este tipo de relaciones económicas llamadas economía colaborativa es el resultado de las ventajas que conlleva: la posibilidad de poder obtener cualquier tipo de bien o servicios, que quizás sean muy difíciles de conseguir en los establecimientos y con el hecho de beneficiar al medioambiente ya que la contaminación es menor.

A pesar de todos los aspectos beneficiosos que presenta la economía colaborativa, no nos podemos olvidar de las barreras a las que se enfrenta:

- Legalidad: la falta de regulación es uno de los mayores problemas de la economía colaborativa, ya que aquellos que la usan se sienten desprotegidos ante cualquier posible inconveniente.
- Enfrentamiento a sectores y empresas de economía tradicional: la falta de legalidad lleva consigo el descontento de los sectores tradicionales que hablan de competencia desleal.
- Confianza: una gran barrera de la economía colaborativa es la necesidad de confiar en personas desconocidas, con las que nunca hemos tenido trato. Y dentro de este punto podemos hablar de las diferencias culturales, ya que muchas personas aún no aceptan el trato con personas con culturas diferentes a las de cada uno.

El origen de la economía colaborativa fue, en gran medida, la crisis, pero actualmente se está transformando en un planteamiento que no ha dejado de crecer cuando la economía española ha empezado a recuperarse, ya que está ayudando a los jóvenes a emprender en nuevos tipos de negocios, que en una economía tradicional no encajarían.

Aunque se habla de la economía colaborativa como de un “nuevo modelo”, consideramos que muchas de las actividades que se realizan comparten los fundamentos de la economía de mercado. Los usuarios buscan maximizar la utilidad, con el menor gasto posible y se alcanzan resultados eficientes.

Como conclusión final puedo decir, que ojalá que esta economía nos lleve a poder crear comunidades de personas, que se ayuden entre sí, haciéndonos olvidar de los prejuicios y las barreras culturales a los que estábamos acostumbrados. Por lo tanto, creo que es bueno seguir promoviendo este tipo de economía.

Capítulo 7: Bibliografía

Actualización del programa de estabilidad 2014-2017. Consultado el 2 de Junio de 2016

http://www.lamoncloa.gob.es/documents/programa_estabilidad_30_04_14_17_horas.pdf

Akerlof George (1970): The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. Quarterly Journal of Economics, agosto, pp. 488-500.

Alegre J. (2014): ¿Qué es la economía colaborativa?, Economistas frente a la crisis.

Consultado el 15 de Abril de 2015

<http://economistasfrentealacrisis.com/que-es-la-economia-colaborativa/>

Alonso de Magdaleno M., García García J. (2012): *Crowdsourcing*: la descentralización del conocimiento y su impacto en los modelos productivos y de negocio. Cuadernos de Gestión volumen 14-nº2

Alonso Pelaez A. (2014): Factores determinantes del consumo colaborativo como nuevo paradigma económico. Consultado el 6 de Mayo de 2015

https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4051/71467693T_GCI_Diciembre14.pdf?sequence=1

Agencia Estatal de Administración Tributaria. Consultado el 12 de Mayo de 2015.

<http://www.agenciatributaria.es/>

Ariadna Trillas (2014): El consumo colaborativo revoluciona el turismo, Alternativas Economicas, revista nº16

Báñez F. (2014): Los salarios seguirán perdiendo poder adquisitivo al menos hasta 2015. Consultado el 2 de Mayo de 2015

http://www.elconfidencial.com/economia/2014-05-06/los-salarios-seguiran-perdiendo-poder-adquisitivo-al-menos-hasta-2015_125746/

Bonet Codina Á. (2014): Peer to Peer (P2P), nuevos modelos de negocio entre

ciudadanos. Consultado el 10 de Junio de 2015

<http://www.angelbonet.com>

Botsman, R. & Rogers, R. (2010). What it's mine it's yours

Cañigual, 2016: 5 puntos de encuentro entre la economía colaborativa y la economía social y solidaria. Consultado el 18 de Mayo de 2015

<http://magazine.ouishare.net/es/2015/12/5-espacios-de-encuentro-entre-la-economia-colaborativa-y-la-economia-social-y-solidaria/>

Cirugeda E. (2015): Economía española: Paro, PIB y prima de riesgo 2006-2014. Rankia Consultado el 8 de Mayo de 2015

Cornu L. (1999): La confianza en las relaciones pedagógicas. Editorial Novedades educativas, Buenos Aires.

Diaz Armas R., Gutiérrez Taño D. y García-Rodríguez F. (2014): Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística. Consultado el 15 de Agosto de 2015.

<http://www.lavanguardia.com/economia/management/20160425/401342340255/economia-colaborativa-uber-airbnb-consumo-management.html>

Exceltur (2014): ¿Está en la economía colaborativa el futuro del sector turístico español? Consultado 10 de Febrero 2016

www.Exceltur.org

Francesc Valls E. (2014): El turismo colaborativo, una alternativa para viajar.

Consultado 10 de Febrero 2016

<http://exceltur.org/wp-content/uploads/adjuntos/AGO691.pdf>

Garcia Vega M. (2014): La imparable economía colaborativa. Consultado el 1 de Marzo de 2015.

http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html

Gualtieri T. (2014): La economía colaborativa se afianza. Consultado el 15 de Mayo de 2015.

http://economia.elpais.com/economia/2014/12/05/actualidad/1417811488_361297.html

INE: Encuesta de condiciones de vida. Consultado el 10 de Junio de 2015.

<http://www.ine.es/>

López Alonso E. (2014): la economía colaborativa pone en apuro a los sectores tradicionales. Consultado el 4 de Mayo de 2016.

<http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/economia-colaborativa-pone-apuros-los-sectores-tradicionales-3358824>

Manuel Sánchez C. (2015): Lo mío es tuyo... ¿y viceversa?. XL Semanal

Marín F. (2015): 'P2P' y economía colaborativa. Consultado el 15 de Junio de 2015.

<http://www.eleconomista.es/firmas/noticias/6497565/02/15/P2P-Y-ECONOMIA-COLABORATIVA.html>

Marquina F. (2015): Regulación de la economía colaborativa. Consultado el 20 de Octubre de 2015

www.queland.es

Masulli M. (2014): Economía colaborativa. El poder de compartir. Revista fundación, compromiso y transparencia N°54

Muñoz R. (2014): Las firmas de economía colaborativa se agrupan para defender sus intereses. Consultado el 5 de Enero de 2016.

http://economia.elpais.com/economia/2014/12/05/actualidad/1417801253_006093.html

Olalla M. (2016): Economía colaborativa ¿Qué es? Consultado el 10 de Marzo de 2016.

<http://blogs.salleurl.edu/antiguos-alumnos/2015/01/16/economia-colaborativa-que-es/>

Paniagua E. (2015): De economía colaborativa a precariedad 2.0. Consultado el 25 de Abril de 2015.

<http://www.elmundo.es/economia/2015/01/04/54a29ac222601d43688b4579.html>,

Peralta R. (2012): Esta reforma laboral es inconstitucional.

Consultado el 20 de Noviembre de 2015.

http://elpais.com/elpais/2012/03/05/opinion/1330976850_032757.html

Pindyck y Rubinfeld (1995): Microeconomía. Editorial Prentice Hall, México.

Serra D. (2016): La economía colaborativa, ¿un nuevo paradigma? Consultado el 10 de Febrero de 2016.

<http://www.lavanguardia.com/economia/management/20160425/401342340255/economia-colaborativa-uber-airbnb-consumo-management.html>

The Ostelea School of Tourism and Hospitality: Contexto internacional y nacional, el turismo colaborativo. Consultado el 10 de Mayo de 2016.

<http://www.thinktur.org/media/INFORME-OSTELEA-TURISMO-COLABORATIVO-2015.pdf>

Valero J. (2015): Bruselas explora un encaje legal para Uber y sus hermanos. Consultado el 12 de Octubre de 2015.

<http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/6374726/01/15/bruselas-explora-un-encaje-legal-para-uber-y-sus-hermanos.html>

Valor C. (2014): Economía de colaboración. Dossiers economistas sin fronteras, nº12

Vargas E. (2015): La importancia de Internet en las empresas. Consultado el 30 de Junio de 2015

<http://paginaswebplaya.com/la-importancia-del-internet-en-las-empresas/>

Verdú D. (2016): Economía colaborativa, caos regulatorio. Consultado el 15 de Marzo de 2016.

http://economia.elpais.com/economia/2016/05/07/actualidad/1462619094_651179.h

tml

Zubieta Irún J.: La clave está en la confianza. Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://centros3.pntic.mec.es/cp.cisneros/confianza.htm>

Otras web consultadas:

Amazon: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://www.amazon.es/>

Autoscout24: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://www.autoscout24.es/>

BlaBlaCar: Consultado el 17 de Marzo de 2015.

<https://www.blablacar.es/>

Campinmygarden.com: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://campinmygarden.com/>

Casi nuevo: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.casinuevo.net/>

Cash converters: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://webshop.cashconverters.es/>

Cohecito leré: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.elcohecitolere.es/>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia: Consultado el 3 de Marzo de 2016.

<https://www.cnmc.es/>

Comisión Europea: http://ec.europa.eu/index_es.htm

Consultado el 12 de Mayo de 2015

Confederacion Española de Agencias de Viaje: Consultado el 5 de Octubre de 2015.

<http://www.ceav.info/>

Ebay: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.ebay.es/>

FlightCar: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://farewell.flightcar.com/>

Habitamos: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://twitter.com/habitamos?lang=es>

Homeaway: Consultado el 12 de Noviembre de 2015.

<https://www.homeaway.es/>

IntercambioCasas: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://www.intercambiocasas.com/es/>

Microsoft (2008): Consultado el 24 de Enero de 2016.

<https://www.microsoft.com/es-es/>

Relibrea: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.relibrea.com/>

Segundalia: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.segundalia.com/>

Segunda mano: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

www.segundamano.es

Sharing España: Consultado el 2 de Febrero de 2016.

<http://www.sharingespana.es/>

SocialCar: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://www.socialcar.com/>

Tablón de Anuncios: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.tablondeanuncios.com/>

Ticket bits: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.ticketbis.com/>

Todo colección: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.todocoleccion.net/>

Trastillo: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.trastillo.es/>

Truekalo: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://www.truekalo.com/>

Wallapop: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<http://es.wallapop.com/>

Weswap: Consultado el 15 de Mayo de 2015.

<https://www.weswap.com/es/>

Wikitravel: Consultado el 30 de Marzo de 2016.

<http://wikitravel.org/es/Portada>

Windu: Consultado el 15 de Junio de 2015.

<http://www.wimdu.es/>

World Travel Market: Consultado el 30 de Julio de 2015.

<http://www.wtmlondon.com/>