

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN: 1576-4192 • Número 19 • Vol.I • Año 2019 • pp. 24-46

El fenómeno del consumo colaborativo: del intercambio de bienes y servicios a la economía de las plataformas

Josep Martínez Polo, **Universidad Católica de Murcia (España)**
jmmartinez@ucam.edu

Recibido: 03/06/19 • Aceptado: 08/07/19 • Publicado: 19/07/19

Cómo citar este artículo: Martínez-Polo, J. (2019). El fenómeno del consumo colaborativo: del intercambio de bienes y servicios a la economía de las plataformas, *Sphera Publica*, 1(19), 24-46.

Resumen

Compartir es algo tan antiguo como la propia humanidad, en cambio, tanto el consumo colaborativo como la economía colaborativa son fenómenos nacidos en la era de internet que representan una alternativa atractiva para los consumidores y cuyo auge ha provocado un intenso debate sobre su definición, efectos y futura regulación. Empresas como Airbnb, Uber y otras plataformas han transformado los mercados de alojamiento y transporte y la forma en la que consumimos y trabajamos o interactuamos. En este trabajo nos planteamos qué alcance pueden tener ambos fenómenos y analizamos qué razones explicarían el éxito inicial del mismo y si el término sigue vigente o hay alguna alternativa en el horizonte. Para ello partimos de un análisis documental y lo completamos con entrevistas semi estandarizadas a expertos (siete en total) a través de un cuestionario que permite reflexionar sobre el éxito inicial del fenómeno y la aparición de las plataformas bajo demanda, la economía de las plataformas y el capitalismo digital.

Palabras Clave

Economía colaborativa, consumo colaborativo, internet, economía de plataformas.

The collaborative consumption and sharing economy phenomenon: from goods and services exchange to the platforms economy

Josep Martínez Polo, **Universidad Católica San Antonio Murcia UCAM (España)**
jmmartinez@ucam.edu

Received: 03/06/19 • Accepted: 08/07/19 • Published: 19/07/19

How to reference this paper: Martínez-Polo, J. (2019). El fenómeno del consumo colaborativo: del intercambio de bienes y servicios a la economía de las plataformas, *Sphera Publica*, 1(19), 24-46.

Abstract

Sharing is as old as humanity itself, however, both collaborative consumption and sharing economy are a phenomena born with internet that represent an attractive alternative for consumers and whose success has caused an intense debate about its definition, effects and future regulation. Companies like Airbnb, Uber and other platforms have transformed the housing and transport markets and the way we consume, work or interact. In this paper we consider what scope both phenomena can have and analyze what reasons explain the initial success of the phenomenon and if the term is still valid or there is an alternative on the horizon. This work includes a documentary analysis and semi-standardized interviews with seven experts through a questionnaire that allows us to reflect on the initial success of the phenomenon and the emergence of gig economy, on demand platforms, platform economy and digital capitalism.

Keywords

Sharing economy, collaborative consumption, internet, gig economy, platform economy.

Introducción

Compartir es algo tan antiguo como la propia humanidad, en cambio, tanto el consumo colaborativo como la economía colaborativa son fenómenos nacidos en la era de internet (Belk, 2014; Möhlman, 2015) y que podrían llegar a ser tan importantes como la Revolución Industrial (Belk, 2014). La aparición de plataformas de consumo¹ vinculadas al transporte (BlaBlaCar, Uber), el alojamiento (Homeaway, AirBNB), grupos de consumo de proximidad (LaColmenaQueDiceSi), servicios financieros (Transferwise) o a actividades de ocio y estilo de vida (Eatwith, Meetup) ha puesto el foco mediático en este tipo de prácticas.

En los últimos años se ha producido un auge tanto del consumo colaborativo como de la llamada economía colaborativa (Geron, 2013). El consumo colaborativo ha sido definido como la actividad entre iguales (P2P) basada en obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios, coordinados a través de comunidades online de colaboración (Hamari, Sjöklint y Ukkonen, 2016). De manera muy similar Belk (2014) definía el “consumo colaborativo como personas que coordinan la adquisición y la distribución de un recurso por una tarifa u otra compensación (trueque, negociación e intercambio) lo cual implicaría dar y recibir una compensación no monetaria”.

La economía colaborativa ha sido definida por la Comisión Europea (2016) como “modelos de negocio en los que plataformas online facilitan la creación de espacios de mercado abiertos para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares”. En inglés el término *collaborative economy* compite con el de *sharing economy* para referirse básicamente al mismo fenómeno (Gordo, *et al.*, 2017). La economía colaborativa formaría parte, junto a otras modalidades (*gig economy*, economía circular, etc.) del consumo colaborativo (Belk, 2014; Hamari *et al.*, 2016; Möhlmann, 2015; Frenken, 2017).

Ambos fenómenos han experimentado un auge durante algunos años (Algar, 2007; Botsman y Rogers, 2010; Noguera *et al.*, 2014,) aunque en la actualidad la economía colaborativa comienza a ser cuestionada por algunos autores (Han, 2013; Morozov, 2015;

¹ Véase, como ejemplo, el directorio propuesto por el sitio web Consumo Colaborativo: <https://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/>

Slee, 2016) debido a algunas de sus consecuencias como la desprotección de los trabajadores, la no tributación o la normativa no adaptada. Empresas como Airbnb, Uber y otras plataformas han transformado los mercados de alojamiento y transporte y la forma en la que consumimos y trabajamos o interactuamos (Montero Pascual, 2017), de ahí el interés por investigar sobre el fenómeno inicial de la economía colaborativa dentro del marco del consumo colaborativo y la economía de plataformas.

Consumo colaborativo: una forma de compartir información, recursos y necesidades

El consumo colaborativo ha experimentado un “auge notable en los últimos años, con la irrupción de numerosas redes ciudadanas que buscan optimizar el consumo de ciertos productos compartiendo su información, recursos y necesidades” (Noguera, 2014:22). Felson y Spaeth (1978) fueron los primeros en hablar de “actos de consumo colaborativo” refiriéndose a “eventos en los que una o más personas consumen bienes o servicios económicos en proceso de participar en actividades conjuntas con una o más personas”. Beber cerveza con amigos, comer con familiares, conducir para visitar a alguien o usar una lavadora para la lavandería familiar se entienden como actos de consumo colaborativo para estos investigadores.

Unos años más tarde, Ray Algar publicó (2007) un artículo en *Leisure Report Journal* titulado: *Collaborative consumption* (Consumo colaborativo) en el que describía la forma en que la web permitía a las personas conectarse y aprovechar su sabiduría colectiva para buscar, comparar, revisar, seleccionar y consumir una amplia gama de productos y servicios.

Es en 2010 cuando Rachel Botsman populariza el concepto de consumo colaborativo con la publicación (con Roo Rogers) del libro *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Botsman ofreció una charla sobre el consumo colaborativo en una conferencia TEDxSydney². Para Botsman y Rogers (2010) en el consumo colaborativo se produce un intercambio de bienes y servicios entre personas que puede consistir en venta, trueque, alquiler o préstamo y puede ser gratuito, de pago o con un acuerdo entre las partes.

² Disponible en <https://tedxsydney.com/idea/whats-mine-is-yours-on-collaborative-consumption/> [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2018]

Desde entonces se ha producido un auge tanto del consumo colaborativo como de la economía colaborativa (Geron, 2013). A este auge han contribuido medios (*Time*³, *New York Times*⁴, *The Economist*⁵) y organizaciones (Ouishare⁶, Shareable⁷, Sharing España⁸ o la ya desaparecida Peers⁹). Unos años más tarde, la actividad económica colaborativa entre iguales ya está muy consolidada y se prevé que se consolide aún más con la introducción paulatina del internet de las cosas (Rifkin, 2014). En el momento en que esta investigación se llevó a cabo, el consumo colaborativo ya no era una tendencia de nicho (Möhlmann, 2015).

El término consumo colaborativo se utilizaría cuando existe un proceso de colaboración entre individuos para consumir de manera más sostenible y responsable. En muchas ocasiones se asocia el consumo colaborativo a la economía colaborativa (Möhlmann, 2015). Algunos autores afirman que sería la puerta de entrada a la economía colaborativa (Bulchand-Gidumal y Melián, 2016). Otros indican que sería “la parte más conocida de la economía colaborativa” (Alonso y Miranda, 2017).

La economía colaborativa: desde el conocimiento abierto y la participación de los usuarios a la economía de las plataformas

El auge (Möhlmann, 2015) de la economía colaborativa (*sharing economy*) ha provocado un intenso debate sobre su definición, efectos y futura regulación. No es sencillo encontrar definiciones claras y concisas del término dentro de la literatura académica debido a la variedad de formas en las cuales el término se utiliza en la práctica (Durán-Sánchez et al., 2016). Un término introducido por Lawrence Lessig (2008) en su libro *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy* aunque en el ámbito académico

³ 10 Ideas That Will Change the World
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html

⁴ Welcome to the 'Sharing Economy'
<https://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html>

⁵ All eyes on the sharing economy
<https://www.economist.com/technology-quarterly/2013/03/09/all-eyes-on-the-sharing-economy>

⁶ <https://www.ouishare.net/>

⁷ <https://www.shareable.net/>

⁸ <http://www.sharingespana.es/>

⁹ <https://www.crunchbase.com/organization/peers-org>

Yochai Benkler usó por primera vez en el ámbito académico el término sharing aplicado a la disciplina económica en un artículo publicado en 2004 en *The Yale Law Journal* (Katz, 2015). Cabe destacar que en este artículo ya se establecía el intercambio como fenómeno económico dependiente de la tecnología (Benkler, 2004).

Para algunos autores (Thierer, Koopman *et al.*, 2015) no hay una definición universalmente aceptada de economía colaborativa. Otros autores (Hamari *et al.*, 2016) consideran que la economía colaborativa es un concepto general (*umbrella concept*) que abarca varios desarrollos y tecnologías (con el consumo colaborativo como fenómeno tecnológico incluido) que respalda compartir el consumo de bienes y servicios a través de plataformas en línea.

Frenken (2017) define de inicio este tipo de economía en un sentido materialista como “la práctica en la que los consumidores garantizan acceso temporal a sus activos físicos infrautilizados, posiblemente por dinero” y nos recuerda que esta práctica existe desde que existe la humanidad pero que el cambio clave se produce a partir de la aparición de plataformas en internet donde las personas comienzan a compartir con extraños (frente a lo habitual hasta el momento que era hacerlo únicamente entre familia, amigos y vecinos). Esto ha sido posible ya que las plataformas online proporcionan, entre otros servicios auxiliares, sistemas de confianza y reputación.

Este autor maneja una definición que descompone en tres partes: en primer lugar, la economía colaborativa se referiría al intercambio entre pares, a la interacción consumidor-consumidor (c2c). En segundo lugar, implicaría un acceso temporal ya sea mediante préstamos o arrendamientos. En tercer lugar, se referiría a un mejor uso de activos físicos infrautilizados hasta ese momento.

Estas tres partes serían ejemplos de tendencias más amplias y en auge en economía. Así, la interacción (c2c) donde los consumidores ofrecen a otros el acceso a sus bienes de consumo y actúan como una pequeña agencia de alquiler reflejarían la tendencia actual al prosumerismo y donde la plataforma actuaría como intermediario de oferta y demanda ofreciendo servicios auxiliares como calificaciones, reputación, seguros y pagos automáticos. El segundo punto (acceso más que propiedad) reflejaría la tendencia actual donde el consumidor opta cada vez más por el acceso frente a la propiedad y donde el

sector del automóvil es un fiel reflejo (servicios de alquiler, *carsharing*, etc.). El mejor uso de los activos físicos es un claro ejemplo de economía circular, entendida como un modelo de negocio que hace un uso más eficiente de los recursos. A medida que más personas hacen uso de un solo bien, pueden necesitarse menos bienes para cumplir el mismo nivel de demanda. Para Frenken (2017) el rápido crecimiento de la economía colaborativa puede entenderse en el contexto de estos desarrollos más amplios que se desarrollan en la economía.

Este autor sitúa la economía colaborativa en la intersección entre varias modalidades: el intercambio entre iguales (*peer-to-peer*), la economía bajo demanda (*gig economy*), la economía de segunda mano, la economía circular, el producto-servicio y el acceso. Todas ellas formarían un subconjunto que conocemos como consumo colaborativo y que hemos tratado en el epígrafe anterior.

En la economía colaborativa se le da a alguien acceso temporal a los bienes mientras que en la economía de segunda mano se trata de un acceso permanente a los bienes. En la economía bajo demanda alguien ofrece un servicio sobre la base de sus propios bienes y en la economía de producto-servicio (b2c) una empresa ofrece un bien a múltiples consumidores. En todos los casos se puede considerar que existe un consumo sostenible y se evitaría la compra de bienes de consumo de primera mano.

Las razones que explican el éxito inicial del concepto de economía colaborativa serían, para autores como Alonso (2017), “su relación con la economía de redes (generalización, potencia, eficacia), su atractivo para grupos sociales movilizados –con un ascenso y profundización en los discursos en torno al consumo– y su crecimiento como práctica defensiva de consumo –en la búsqueda de soluciones– durante la crisis financiera contemporánea”.

Desde un punto de vista sociológico, Juliet Schor estudia la economía colaborativa desde el año 2010. Para Schor (Bellver, 2018) el término economía colaborativa es “algo desafortunado” ya que surge en los primeros días de estas iniciativas con una comunidad de personas que participaba a pequeña escala en iniciativas sin ánimo de lucro y de intercambio social (bancos de tiempo, intercambios de alimentos, clubs de reparadores). Schor (Bellver, 2018) afirma que son “iniciativas para los cuales todo el mundo estaría de

acuerdo en que el concepto compartir es relevante”. A las plataformas como AirBNB o TaskRabbit les gustaba el término porque es “muy positivo” (¿quién podría estar en contra de compartir?). A las organizaciones sin ánimo de lucro les atraía, según Schor, estar con “las otras” por sus recursos y credibilidad.

Para Schor (Bellver, 2018) es difícil hablar de compartir dentro de casi todo lo que ocurre en el ámbito lucrativo y prefiere usar la expresión economía de plataformas para las organizaciones con ánimo de lucro y reservar el término economía colaborativa para las organizaciones sin ánimo de lucro.

Contra la economía colaborativa

Son varios los autores que se han acercado al fenómeno de la economía colaborativa y, obviamente, han aparecido voces discordantes sobre el mismo o dudas provocadas cuando las posibilidades utópicas se enfrentan a su reflejo hipercapitalista (y sus consecuencias como la desprotección de los trabajadores, la no tributación o la normativa no adaptada).

De esta manera, Han (2013) afirma que la economía del compartir conduce en última instancia a la comercialización total de la vida. Y subraya la importancia del dinero: “quien no posee dinero, tampoco tiene acceso al *sharing*”. El filósofo y ensayista surcoreano experto en estudios culturales y profesor de la Universidad de las Artes de Berlín escribía una columna de opinión el 4 de octubre de 2014 para el periódico *El País* donde afirmaba que “también en la economía basada en la colaboración predomina la lógica del capitalismo. De forma paradójica, en este bello compartir nadie da nada voluntariamente”.

En la misma fecha y en otra columna de opinión de la misma publicación (*El País*) Evgeny Morozov advertía de que “está bien poder elegir entre alquilar o poseer, pero mucha gente debe conformarse con alquilar”. El escritor e investigador bielorruso indicaba que “no cabe duda de que la economía colaborativa puede hacer más soportables las consecuencias de la actual crisis financiera (y probablemente lo haga). Sin embargo, al fijarse en las consecuencias, no hace nada para combatir las causas”.

En el suplemento *Retina* dedicado a tecnología y tendencias el filósofo Andoni Alonso (2018) indicaba que le parecía “escandaloso que hablemos de economía colaborativa”. Para este filósofo “por colaborativa imaginamos que los ciudadanos pagan impuestos y el primer cebo de compañías como Uber o Cabify es justo lo contrario, no pagarlos” y afirma que “si Rockefeller [un magnate empresarial estadounidense] hubiera visto estas nuevas plataformas, habría encontrado su sueño húmedo”.

Una de las voces discordantes con el fenómeno de la economía colaborativa ha sido Tom Slee que afirma (2016:15) que la economía colaborativa “está introduciendo un libre mercado despiadado y desregulado en ámbitos de nuestras vidas anteriormente protegidos”. El autor de *Lo tuyo es mío* indica que hasta el propio término es contradictorio (Slee, 2016:16):

El término mismo “economía colaborativa” encierra una contradicción. Pensamos que colaborar es una interacción social de carácter no comercial entre una persona y otra. Sugiere intercambios que no implican dinero, o que al menos vienen motivados por la generosidad, por un deseo de dar o ayudar. “Economía” sugiere transacciones mercantiles, el cambio interesado de dinero por bienes o servicios. Se ha debatido mucho acerca de si “economía colaborativa” es el término adecuado para describir esta oleada de negocios, y se ha probado con otros muchos nombres: “consumo colaborativo”, “economía en red”, “plataformas de igual a igual”, “economía temporal”, “servicios subalternos” o, cada vez más, “economía bajo demanda”.

Slee, uno de los grandes detractores de la economía colaborativa indica (2018) que existe un patrón común en las iniciativas que pretendían cambiar o irrumpir en algunos sectores: unirse a empresas más grandes y pasar del acoso a las grandes empresas a unirse a ellas (TaskRabbit, Handybook, Instacart son ejemplos válidos en este sentido). Aunque muchos analistas aún creen que muchas de estas empresas tienen un futuro brillante Slee indica que “ahora la economía colaborativa vuelve a ser sinónimo de sus dos principales representantes, Uber y Airbnb, y lo completan algunas empresas de reparto que ofrecen trabajo puntual”.

Un principio necesario (Gil, 2018) que debe cumplir toda actividad del campo de la economía colaborativa es que el recurso que se utilice para ofrecer el servicio esté

temporalmente en desuso. Que sea un “bien ocioso” que tenga carácter de valor de uso temporalmente infrautilizado.

Los nuevos avances tecnológicos permiten introducir estos bienes -temporalmente en desuso- en el mercado para que otra persona consuma el valor de uso del bien y el propietario obtenga un beneficio por ello. De esta manera, gran parte de las actividades que se consideran de economía colaborativa no cumplirían con los principios de la misma (Gil, 2018). Lo que se observa (Gil, 2018) es que en la mayoría de las plataformas los recursos que se introducen en el mercado no cumplen la función de ser bienes ociosos tratándose más de bienes de inversión que se han adquirido con el fin de que el bien produzca valor.

Para Gil (2018) los sujetos que realizan esta actividad no son particulares sino profesionales. Son formas de economía tradicional que emergen sobre un nuevo medio (el digital) y que buscan legitimar su actividad bajo estos principios. Y es que el tipo de actividades a las que se hace referencia con el concepto de economía colaborativa poco tienen que ver con relaciones de colaboración.

Según indica Bauwens (2005) solo los actores particulares y las relaciones P2P forman parte de la economía colaborativa. Así, Schor (2008) considera que si la transacción está mercantilizada no se está ante casos de economía colaborativa ya que lo colaborativo no puede incluir un intercambio monetario ya que compartir (*sharing*) es diametralmente opuesto a la mercantilización del intercambio.

Para Gil (2018) el discurso de algunas plataformas usando el eufemismo “colaborativa” se emplea como una estrategia de marketing que permitiría ampliar el mercado a costa de invisibilizar algunos de sus efectos. Para Kalamar (2013) el término se usaría para encubrir prácticas empresariales que pueden vulnerar derechos fundamentales que llevarían incluso a la explotación laboral. Así, Scholz (2016) introduce el término *crowd fleecing* para referirse a una nueva forma de explotación laboral y de concentración de riqueza y autores como Walker (2015) sugieren el término *crowdsourcing economy*. Robert Reich (2017), profesor de Política Pública en la Universidad de California en Berkeley, habla en su blog de *share the scraps economy* (economía de compartir las sobras). El término capitalismo de plataforma (Gil, 2018) estaría extendiéndose cada vez más para definir este tipo de actividades y plataformas.

En contraposición al capitalismo de plataforma, ha comenzado a surgir un movimiento denominado «cooperativismo de plataforma» (*platform cooperativism*). Este concepto hace referencia a las plataformas que utilizan la misma tecnología y ofrecen los “mismos” servicios que las empresas del «capitalismo de plataforma», pero generando otro tipo de relaciones sociales y productivas. Por lo general, se trata de plataformas que adquieren la forma de cooperativas, por lo que los prestadores de los servicios son cooperativistas de la misma y participan en la toma de decisiones. Se trata de plataformas que ponen en el centro los derechos de sus trabajadores y la justicia social, y el objetivo es generar un movimiento de plataformas cooperativas que rompan con los efectos negativos del capitalismo de plataforma (Gil, 2018).

Posicionarse a favor o en contra de este tipo de prácticas puede hacernos pensar en los apocalípticos y los integrados de Eco (cínicos y tecnooptimistas para Slee) y en utopías o distopías como afirma Sundararajan (2016) cuando analiza la *gig economy* que “al mismo tiempo que crea oportunidades para la innovación, muestra las condiciones precarias de sus trabajadores”.

Metodología

Para la elaboración del trabajo, partimos de un análisis documental de fuentes primarias y secundarias sobre consumo colaborativo y economía colaborativa para la elaboración de la parte teórica del mismo. Esta aproximación inicial la completamos con una entrevista en profundidad o semi estandarizada (De Miguel, 2005) a un grupo de expertos (siete en total) a través de un cuestionario con preguntas abiertas enviado por correo electrónico y completado por la misma vía y por vía telefónica. El cuestionario incluía cinco preguntas:

1. Compartir es algo tan antiguo como la propia humanidad, en cambio, tanto el consumo colaborativo como la economía colaborativa son fenómenos nacidos en la era de internet que representan una alternativa atractiva para los consumidores. ¿Hasta qué punto pueden llegar a ser importantes?
2. El auge de la economía colaborativa (*sharing economy*) ha provocado un intenso debate sobre su definición, efectos y futura regulación. ¿Qué razones explicarían el éxito inicial del concepto?

3. Autores como Byung-Chul Han (2013) afirman que la economía del compartir conduce en última instancia a la comercialización total de la vida. Y subraya la importancia del dinero: “quien no posee dinero, tampoco tiene acceso al *sharing*”. ¿Estaría de acuerdo con esta afirmación? ¿Por qué?

4. ¿Es cierto que algunas plataformas usan el término “colaborativa” como una estrategia de marketing para ampliar el mercado a costa de invisibilizar algunos de sus efectos? En caso afirmativo ¿Se atrevería a poner algún ejemplo?

5. Desde algunos foros se apunta que la alternativa a la economía colaborativa estaría en la economía solidaria, una economía basada en la búsqueda del bien común frente al interés propio que provoca desigualdades. ¿Es posible que esto sea así? ¿Hay alguna otra alternativa?

La selección de los expertos se realizó teniendo en cuenta que forman parte de un colectivo específico (relacionado con el consumo colaborativo y la economía colaborativa bien desde el punto de vista académico o profesional). Los participantes seleccionados fueron 7:

1. Juan José Montero Pascual, experto en regulación económica y profesor en la UNED.
2. Pako Rodríguez, consultor, autor y fundador de startupscolaborativas.com y miembro de Sharing Madrid.
3. Andrés Boix, profesor titular de Derecho Administrativo de la Universitat de València y director de la Cátedra de Economía Colaborativa y Transformación Digital de esa universidad.
4. Albert Cañigueral, conector de OuiShare, fundador del sitio web ConsumoColaborativo.com en 2011 y autor de *Vivir mejor con menos* (2014).
5. Esko Kilpi, sociólogo y fundador de Esko Kilpi Company, empresa finlandesa de investigadores y estrategas.
6. Itziar García Sagarzazu, PR Manager Spain & Portugal de BlaBlaCar.
7. Ángeles Castellano, secretaria general FACUA Madrid.

Las entrevistas tuvieron lugar en el mes de marzo de 2019 y se informó a los participantes de las razones de la entrevista y de su selección. La receptividad de los participantes fue

muy aceptable y se contactó con ellos por diversas vías (correo electrónico, videollamada y llamada telefónica convencional). Los datos se registraron sobre hojas de apoyo y son los que mostramos en el apartado resultados.

Resultados

1. Para el profesor de la UNED Juan José Montero Pascual experto en regulación económica entendida en un sentido amplio, que incluye tanto el derecho de la competencia como la regulación sectorial y coordinador del libro *La regulación de la economía colaborativa. Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas* (Tirant lo Blanch, Valencia, 2017) el término economía colaborativa no es de su agrado, prefiere hablar de economía de las plataformas. Le parece mucho más acertado ya que el consumo colaborativo o la economía colaborativa son una parte pequeña del fenómeno. Para este profesor Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas electrónicas están transformando no sólo los mercados de alojamiento y transporte, sino más allá, la forma en la que consumimos y trabajamos. Desde Silicon Valley estaría surgiendo una forma de organización industrial en la que nuevos prestadores, a menudo no profesionales, pueden comercializar sus servicios de forma sencilla y segura gracias al servicio de mediación de las plataformas electrónicas y las plataformas son el elemento central de lo que está ocurriendo. La clave no estaría, según Montero Pascual, en el término colaborativo más bien al contrario: nos encontraríamos con una extensión del capitalismo, un nuevo capitalismo digital.

2. Pako Rodríguez (@PakoBautista), consultor, autor y fundador de startupscolaborativas.com, afirma que gracias a las nuevas plataformas digitales, que vienen a sustituir a la tecnología disponible en cada época (tradición oral, escritura, imprenta / prensa, webs 1.0), las transacciones como trueque, alojamiento en casas particulares o movilidad compartida se han visto ampliadas tanto en cantidad (podemos interactuar con cualquier persona en el mundo) como en calidad (los sistemas de valoración y la reputación digital, así como los seguros, aportan un extra de confianza). La escala adquirida es lo que ha creado un sistema económico paralelo y complementario al tradicional y de ahí las quejas de los incumbentes de los mercados que se han visto afectados. Por ejemplo, Wikipedia habría transformado completamente el mercado de las enciclopedias.

Para este consultor las razones que explicarían el éxito inicial del concepto de economía colaborativa surgen del mismo debate y las polémicas surgidas en torno a algunos modelos que no forman parte de este movimiento. Uber y las plataformas de *delivery* copan casi a diario las polémicas en medios de comunicación, pero ninguno de estos modelos representa economía colaborativa como tal, ya que hablamos de profesionales que ofrecen un servicio. Este impacto mediático ha conllevado que, por una parte, buena parte de la población esté familiarizado con el concepto de economía colaborativa y, por otra, que se haya entendido mal que engloba este sector.

Ante la afirmación de Byung-Chul Han “quien no posee dinero, tampoco tiene acceso al sharing” Pako Rodríguez indica que “aunque tiene su parte de razón, ya que quien no tiene activos en propiedad no puede rentabilizarlos en las diferentes plataformas, el problema de base viene dado por limitar el ámbito del sector a las grandes plataformas conocidas”. Según Rodríguez hay otras muchas plataformas que permiten disponer de bienes y servicios a un precio muy reducido o incluso a coste cero (plataformas de donación de objetos como nolotiro.org). Asimismo, también permite hacer uso de bienes sin necesidad de adquirirlos, como venía siendo habitual en la economía tradicional. Este es el caso del vehículo, al que podemos acceder bien alquilándoselo a otro particular o bien a través de las empresas de *carsharing*. En relación a la comercialización de la vida, al final estamos viendo cómo esta nueva economía no es más que un complemento a las actividades que venimos haciendo día a día y no viene a sustituir o eliminar ninguna opción. Quien quiera hará uso de ellas y quien no continuará haciendo uso del sector tradicional. Ambos se verán beneficiados por una mayor competencia y una experiencia más adaptada a los deseos de los consumidores, como ya están reconociendo grandes hoteleras por el efecto Airbnb.

Sí es cierto que algunas plataformas usan el término “colaborativa” como una estrategia de marketing para ampliar el mercado a costa de invisibilizar algunos de sus efectos, aunque puede ser por desconocimiento del propio sector y por la desinformación de los propios medios. En algunas ocasiones aparece como si cualquier aplicación fuese parte del sector por el simple hecho de utilizar la tecnología y esto lleva a confusión. También por supuesto están los que por fines comerciales se apropian del término. Por otra parte, a alguna de las empresas más conocidas, como por ejemplo Uber o Deliveroo, se le colgó desde el primer minuto el término “colaborativa” sin que ellas hubieran hecho nada para ello. Nuevamente fueron los propios medios los encargados de etiquetar en base a la búsqueda del *clickbait*.

Respecto a que la alternativa a la economía colaborativa sea la economía solidaria cree que es necesario diferenciar entre ambas economías. Cada cual tiene su foco y su target y mezclar conceptos conlleva a errores. Es necesario que existan ambas porque cada una cumple su función y el hecho de que exista una no conlleva que la otra vaya a desaparecer. Más bien al contrario, lo ideal sería que la solidaria aprendiera a hacer un uso de la tecnología que la hiciera más eficiente, y la colaborativa debería aprender valores de la solidaria. Hay movimientos como Platform Coop que lleva años intentando sin éxito reseñable mezclar la economía colaborativa o de plataformas con el concepto de cooperativa. Proyectos como Fairbnb no dejan de enviar el mensaje de que son un Airbnb con fines más positivos, aunque su impacto es nulo ya que la propia configuración del modelo (falta de financiación necesaria, gobernanza común y falta de liderazgo...) evita la escala necesaria para tener éxito en un mercado como el de las plataformas.

3. Andrés Boix (@Andres_Boix), profesor titular de Derecho Administrativo de la Universitat de València y director de la Cátedra de Economía Colaborativa y Transformación Digital de esa universidad indica que una cosa es compartir y otra las derivaciones que buscan un lucro económico que se articulan a partir de la misma (que tienen un elemento obvio de compartición e intercambio pero que, en el fondo, pues son otra cosa: comercio y mercado). Para el profesor Boix si nos centramos en las actividades colaborativas no comerciales (esto es, no estables y por las que no se pretende obtener un lucro más allá del derivado, que obviamente siempre existe, del intercambio y la compartición) está claro que en el futuro podrían potenciarse y crecer mucho gracias a la existencia de herramientas de compartición y puesta en contacto electrónicas, que las facilitan enormemente. Por el contrario, juega en contra de este efecto que vivimos en sociedades cada vez más mercantilizadas, donde es habitual que los espacios de intercambio no declinados como comerciales sean reducidos.

Boix intuye que el éxito inicial del fenómeno de la economía colaborativa tuvo mucho que ver con cierto activismo bienintencionado que se combinó con que la idea de colaborar servía publicitariamente muy bien a las empresas que abrían esos nuevos nichos de mercado. Por no mencionar el hecho de que si se hablaba de colaboración parecía que no hacían falta ni reglas, ni controles, ni pago de impuestos... lo que puede tener sentido en actividades verdaderamente altruistas pero no siempre para la micro-actividad comercial o

prestacional. Hay que plantearse hasta qué punto no es la propia vida en sociedad la que nos lleva a compartir inevitablemente y a todo tipo de intercambios que, en la medida en que vivimos en una sociedad capitalista es complicado que se sustraigan a las reglas de mercado cuando éstas empiezan a colonizar esos espacios, nos guste más o menos. Así pues, las más de las veces, esa comercialización total o casi total de la vida no pasa por una decisión voluntaria de participar o no del modelo, sino por la mera convivencia en una sociedad donde esas son las reglas del juego. A salvo de la opción por la vida más ermitaña, ya sea total, ya sea renunciando a ciertos ámbitos de interacción social, las más de las veces no tenemos demasiadas alternativas.

El término colaborativo ha servido para justificar la no necesidad de regulación laboral específica de las prestaciones que se realizan en muchos casos (por ejemplo, plataformas que emplean *riders* para servicios de reparto) o para argumentar la falta de necesidad de tributar a Hacienda por las ganancias obtenidas, por ser estas nimias, ni a la Seguridad social. Asimismo, negocios como Airbnb se han basado en esta idea para justificar que quienes alquilan casas a través de la plataforma lo están haciendo como quien deja la casa a unos amigos, en lugar de asumir que se trataba de ofrecer, las más de las veces, un servicio en el mercado que, en consecuencia, debía ser regido por reglas homologables.

Los ámbitos de funcionamiento del mercado y del intercambio altruista son, por lo general, diferentes. Para Boix, aunque la presión pública y consideraciones de imagen a veces hacen que en la lógica de mercado ciertos elementos reputacionales puedan tener su lugar, por lo general para que una actividad orientada al lucro cumpla ciertos estándares sociales, ambientales, de reparto o de respeto a los derechos de los trabajadores la mejor solución es la regulación pública. Cuestión distinta es que, junto a estos espacios de mercado, pueda surgir otros de intercambio altruista orientado de otras formas. Pero serán espacios, creo, por lo general distintos a los primeros que, si queremos que sean también socialmente sostenibles deberán estar mucho más intensamente regulados que hasta ahora.

4. Albert Cañigueral (@AlbertCanig), conector de OuiShare, fundador del sitio web ConsumoColaborativo.com en 2011 y autor de *Vivir mejor con menos* (2014) indica que en los últimos años se ha producido un cambio de terminología y de escala junto a un nuevo modelo organizacional y opta por hablar de economía de plataformas. Albert, uno de los

referentes del término economía colaborativa en español¹⁰ cree que el éxito del concepto se debió a una confluencia de factores: la aparición del móvil, la geolocalización, la normalidad en las transacciones con desconocidos vía internet y la necesidad de gastar menos o de generar ingresos junto a un *buenismo* inicial llevaron a la popularización tanto del término consumo colaborativo (Botsman y Rogers, 2010) como el de economía colaborativa o *sharing economy*. Cañigueral está de acuerdo en que ha habido varias plataformas que han usado el término “colaborativa” (o *sharing* que “suena incluso mejor en inglés”) como una estrategia de marketing llamémosle *greenwashing*, *sharewashing* u oportunismo. Anecdóticamente nos comenta que incluso el título del libro del profesor Arun Sundararajan (*The Sharing Economy*, 2016) obedece a una estrategia de ventas ya que Sundararajan no tenía previsto que el libro llevase ese título y fueron los editores quienes lo propusieron dado el éxito del concepto. Para Cañigueral estamos en un momento crítico de toma de decisiones para conseguir la mejor versión posible de la economía colaborativa y habría tres líneas de exploración que han ganado interés últimamente: el *Sharing Business Model Compass* de Cohen y Muñoz (2014), el cooperativismo de plataforma y la economía colaborativa procomún.

5. El sociólogo e investigador finlandés Esko Kilpi (@EskoKilpi)¹¹, indica que mucha gente ve las plataformas *peer-to-peer* como *game changers* en el mundo del trabajo con el potencial de reinventar la economía y otorgar a los individuos el poder de la corporación. Otros se muestran escépticos y advierten que las nuevas arquitecturas de participación y elección son en realidad arquitecturas de explotación, dando lugar a una nueva clase de trabajadores, "el precariado", personas que padecen condiciones inseguras, trabajo a muy corto plazo y salarios bajos sin costo ni poder de negociación colectiva, abandonados por los sindicatos, atomizados e impotentes. Y aunque se muestra optimista ante las posibilidades que existen con la economía de la red donde los individuos pueden interactuar de forma voluntaria entre sí utilizando las nuevas plataformas/aplicaciones y los dispositivos móviles relativamente baratos que poseen para crear valor de una manera más sostenible de lo que fue posible durante la era industrial vivimos en un momento de confusión intelectual donde aún persiste la brecha digital que crea y refuerza la desigualdad de oportunidades.

¹⁰ <https://www.innovaspain.com/albert-canigueral-connector-ouishare-espana-america-latina/>

¹¹ <http://www.kilpi.fi/#more>

6. Itziar García Sagarzazu, PR Manager Spain & Portugal de BlaBlaCar @ItziarGSagar, nos apunta que en 2018 la economía colaborativa representaba en España entre un 1 y un 1,4% del PIB según un estudio prospectivo de Fundación EY en consorcio con Adigital y COTEC y que la previsión para 2025 era alcanzar entre un 2 y un 2,9%. También aporta el informe en el que PWC evaluaba el tamaño y la presencia de la economía colaborativa en Europa y en el que se pronosticaba que habría cinco negocios cuyo volumen podría multiplicarse por 20 en Europa: las finanzas colaborativas, el alojamiento compartido, el transporte compartido, los servicios profesionales bajo demanda y los servicios para el hogar bajo demanda. Estos cinco sectores, que se basan en plataformas online y que en PWC consideraban el núcleo duro de la economía colaborativa, generaban en 2016 unas transacciones por valor de 28.000 millones de euros anuales¹².

En el momento de hacer la entrevista solo había transcurrido un día desde que BlaBlaCar había lanzado un estudio sobre el impacto medioambiental del coche compartido *Zero Empty Seats* que refuerza la tesis de la compañía sobre el ahorro que supone compartir coche en términos de impacto medioambiental. Ante nuestro interés por conocer las razones del éxito del fenómeno nos apunta al cambio de mentalidad (de consumo, económico y social) apoyado en el nuevo paradigma tecnológico. Todo esto sumado a la priorización del acceso, una mayor productividad (en términos de eficacia, eficiencia y optimización de recursos) han hecho que haya una evolución positiva. Los pronunciamientos públicos (por parte de los actores del sector y de la Comisión Europea) han dejado muy claro, en su opinión, qué es economía colaborativa y qué son plataformas bajo demanda e indica que el público y los consumidores identifican a BlaBlaCar como economía colaborativa. Para Itziar, la economía colaborativa no permanece rígida o pura. Evolucionan. La aparición de la economía circular es un ejemplo claro de esa evolución.

7. Ángeles Castellano, secretaria general de FACUA-Consumidores en Acción @acastellanotw opina que la economía colaborativa, entre particulares, ha existido siempre. Lo que estamos viviendo actualmente es un fenómeno diferente: el capital y grandes empresas se adueñan de las plataformas tecnológicas desarrolladas para ese fin, el de la economía colaborativa, y lo convierten en un lucrativo negocio que además trata de

¹² <https://www.pwc.es/es/publicaciones/digital/evaluacion-economia-colaborativa-europa.pdf>

esquivar cuestiones básicas como los derechos de los consumidores y la tributación en los países donde operan, con la falsa excusa de que sólo son medios intermediarios tecnológicos (la justicia europea ya ha establecido que no es así). Para Ángeles, su importancia es obvia porque su uso es creciente, el hecho de que estas plataformas tecnológicas aparezcan es inevitable porque son consecuencia del desarrollo tecnológico. Lo que sí es evitable es su falta de regulación y para Castellano eso es lo que persiguen desde FACUA, para que se sigan respetando los derechos de los consumidores.

Para la secretaria general de FACUA-Consumidores en Acción, el éxito de la mal llamada economía colaborativa (porque, según ella, no es cierto que lo que tenemos en mente, esto es, plataformas como Airbnb o Cabify sean economía colaborativa, sino que “son empresas de servicios que utilizan las plataformas de la economía colaborativa) radica fundamentalmente en que es más flexible para los consumidores: es de fácil acceso, ofrece más posibilidades de las que había hasta ahora y sobre todo, a un precio en muchas ocasiones más bajo que la oferta tradicional”.

Para Ángeles Castellano el problema es cuando no es una economía colaborativa real, esto es, cuando hay detrás una empresa explotando unos bienes (propios o ajenos) que establece un modelo de negocio a partir de estas plataformas. Se trata de un problema por la falta de responsabilidades, ojo: si dos particulares acuerdan compartir un trayecto en el coche de uno de ellos, rige una responsabilidad legal, si es una empresa la que está ofreciendo ese servicio, rige otra. Desde FACUA todo el trabajo y sus energías se centra en la falsa economía colaborativa: que las empresas que explotan las plataformas tecnológicas de economía colaborativa se sometan a derecho y cumplan con las obligaciones y garantías legales de cara a los consumidores y desde luego a los sectores en los que operan.

En cualquier caso, la economía compartida, cuando es real, cuando es entre iguales, no es necesariamente un intercambio que utilice el dinero: un ejemplo sería una madre que recoge en coche al hijo de otra en el colegio y a cambio la segunda madre los lleva al tenis los martes por la tarde, por poner un ejemplo. Los intercambios entre iguales se han dado desde siempre y no siempre implican dinero, el valor puede residir en otras cuestiones.

Conclusiones

Tras la exposición de los resultados, obtenidos mediante las entrevistas realizadas ad hoc para el presente trabajo, detallamos a continuación las conclusiones asociadas a dichos datos y los debates que plantean:

- Al éxito inicial del fenómeno de la economía colaborativa ayudó cierto activismo bienintencionado combinado con que la idea de colaborar servía a algunas empresas o plataformas que usaron el término “colaborativa” como estrategia publicitaria o de marketing.
- Buena parte de la población está familiarizada con el concepto de economía colaborativa y aunque el tiempo y determinados pronunciamientos han ayudado a entender qué es economía colaborativa y qué son plataformas bajo demanda tal vez parte del público o de los medios confunden qué engloba este sector y mezclan economía colaborativa con falsa economía colaborativa, economía de las plataformas o capitalismo digital.
- Si bien para algunos autores (Cantalapiedra, 2018) la alternativa a la economía colaborativa estaría en la economía solidaria (una economía basada en la búsqueda del bien común frente al interés propio que provoca desigualdades) el hecho de que exista una no conlleva que la otra vaya a desaparecer. Lo mismo ocurriría con nuevas propuestas como el cooperativismo de plataforma, la economía colaborativa procomún o la economía circular.
- Finalmente, aunque algún autor (Slee, 2018) indique que “es posible que ya hayamos pasado la cima de la economía colaborativa”, consideramos que tal vez necesitemos un tiempo prudencial (como se ha hecho con el Manifiesto Cluetrain) para analizar sus efectos y su impacto.

Bibliografía

- Algar, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, 4, 72-83.
- Alonso, L.E. (2017). Consumo colaborativo: las razones de un debate, *Revista Española de Sociología*, núm. 26, vol.1, 2017, pp. 87-95.
- Alonso, M., y Miranda, A. (2017). La empresa colaborativa. La nueva revolución económica. Madrid. Pearson.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of business research*, 67(8), 1595-1600.
- Bauwens, M. (2005). The political economy of peer production. *CTheory*, 12-1
- Bellver, J. (2018). Entrevista a Juliet Schor sobre las plataformas de economía colaborativa. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 141.
- Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale LJ*, 114, 273.
- Botsman, R., y Rogers, R. (2011). What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live. HarperCollins Business.
- Bulchand-Gidumal, J., y Melián, S. (2016). Una guía para entender la economía colaborativa: de clientes-consumidores a individuos-proveedores. Autoeditado por los autores en Amazon. Disponible en <https://www.amazon.es/entender-econom%C3%ADa-colaborativa-clientes-consumidores-individuos-proveedores/dp/8461766547>
[Consulta 01 abril 2019]
- Comisión Europea, «A European agenda for the collaborative economy», COM (2016) 356 final, 2.6.2016.
- De Miguel, R. (2005). “La observación sistemática y participante como herramienta de análisis de los fenómenos comunicativos” en BERGANZA CONDE, María Rosa y RUIZ SAN ROMÁN, José A. (Coord.), Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación, Madrid: McGraw-Hill.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., del Río, M. D. L. C., y Maldonado-Eraza, C. P. (2016). Economía Colaborativa: Análise da Produção Científica en *Revistas Acadêmicas. Revista de Gestão e Secretariado*, 7(3), 1-20.
- Felson, M., y Spaeth, J. L. (1978). Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach. *American behavioral scientist*, 21(4), 614-624.
- Frenken, K. (2017). Political economies and environmental futures for the sharing economy en *Philosophical Transactions of the Royal Society A* 375: 20160367.

- Recuperado de: <https://doi.org/10.1098/rsta.2016.0367> [Consulta 6 de julio 2018]
- Geron, T. (23 de enero de 2013). Airbnb And The Unstoppable Rise Of The Share Economy. Forbes. Recuperado de: <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#6066cb816790> [Consulta 6 de julio 2018]
- Gil, J. (2018). ¿Qué son las economías colaborativas? *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (141), 49-62
- Gordo, Á., Cassidy, P., de Rivera, J. y Apesteguía, A. (2016). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms' user interface and design. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. Disponible en: <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/2926.pdf> [Consulta: 1 de diciembre de 2018]
- Hamari, J., Sjöklint, M., y Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.
- Han, B.C. (3 de octubre de 2014). ¿Por qué hoy no es posible la revolución?. El País. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2014/09/22/opinion/1411396771_691913.html. [Consulta 7 diciembre 2017]
- Kalamar, A. (2013). Sharewashing is the New Greenwashing. OpEd News.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Montero Pascual, J. J. (2017). *La regulación de la economía colaborativa: Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas*. Tirant lo Blanch, Valencia.
- Morozov, E. (4 de octubre de 2014). La tecnología que nos aísla. El País. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2014/10/03/opinion/1412336783_752251.html. [Consulta 12 diciembre 2017]
- Noguera J. M.; Martínez, J.; Ojeda, M. A.; Pérez, M., Grandío, M. (2014). *Economía de la participación*. Madrid: Fundación EOI.
- Reich, R. B. (2015). The share-the-scrap economy. Recuperado de: <http://robertreich.org/post/109894095095> [Consulta 11 de septiembre de 2018]

- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Barcelona: Espasa.
- Scholz, T. (2016). *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*. Nueva York: Rosa Luxemburg Stiftung.
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance & Management Economics*, 4(3).
- Slee, T., (2016). *Lo tuyo es mío*. Barcelona: Taurus.
- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Mit Press.
- Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A., & Kuiper, C. (2015). How the internet, the sharing economy, and reputational feedback mechanisms solve the lemons problem. *U. Miami L. Rev.*, 70, 830.
- Walker, E. T. (2015). Beyond the rhetoric of the "sharing economy". *Contexts*, 14(1), 15-17.