



**universidad
de león**
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Curso 2016 / 2017

DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA A UNA NUEVA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

FROM THE SHARING ECONOMY TO A NEW
GASTRONOMIC EXPERIENCE

Realizado por el alumno D. Rodrigo Miguélez Miguélez

Tutelado por la Profesora Dña. María Aránzazu Sulé Alonso

León, septiembre de 2017

De la Economía Colaborativa



a una nueva Experiencia Gastronómica

Rodrigo Miguélez Miguélez
Grado en Marketing e Investigación de Mercados
2016/2017

Agradecimientos

Hace ya cuatro años que comenzó mi etapa en la Universidad de León y con la presentación de este trabajo finaliza una de las experiencias más enriquecedoras de mi vida. Durante este tiempo me he formado tanto profesional como personalmente, he vivido cientos de situaciones cada una diferente, unas más importantes que otras, pero todas me han llevado a ser lo que hoy soy. Por ello, por la importancia de esta etapa, es momento de agradecer todo el apoyo y la ayuda recibida.

Todo este proceso no habría sido posible sin las personas que han compartido estos cuatro años conmigo, **compañeros** que se han convertido en amigos, **amigos** que han tirado de mí en algunos momentos personales y académicos.

También agradecer al **personal de la Universidad de León**, tanto al Personal Docente e Investigador, como al equipo del área administrativa, como al personal de los servicios adjuntos a la universidad. Todos ellos, de una manera u otra, han contribuido a mejorar mi formación y poder terminar hoy el Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Del mismo modo, agradecer la confianza y dedicación que **María Aránzazu Sulé**, profesora y tutora de este trabajo, ha depositado en mí, puesto que a pesar de las dificultades que han podido surgir a lo largo de la elaboración de este, siempre se ha mostrado dispuesta a ofrecerme su tiempo y su ayuda. Gracias por todo el ánimo recibido.

Por último, no me olvido de **mi familia**, esas personas que me han apoyado en todas las decisiones de mi vida, y que en esta experiencia no iba a ser menos. Su confianza, su apoyo y su incondicionalidad han propulsado mis ganas de seguir, de luchar por todo lo que hoy he conseguido.

Gracias por el apoyo, gracias por la fuerza, gracias por la vida.

Resumen

La inestabilidad económica, la falta de confianza en el sistema político y las consecuencias del consumismo actual han llevado a que los ciudadanos se organicen para intentar cambiar esta situación. Todo ello ha impulsado un nuevo movimiento llamado **Economía Colaborativa**, un nuevo sistema que está cambiando los hábitos de consumo de los ciudadanos para pasar del individualismo al colectivismo, del consumismo al aprovechamiento de recursos, **de la posesión al acceso...**

El consumo colaborativo ha llegado para quedarse, y cada vez son más los sectores en los que la irrupción de este movimiento es notable. Uno de ellos es el **Sector de la Restauración**, en el cual las plataformas colaborativas están cambiando no solo la manera de salir a cenar, si no el propio concepto de viajar. **EatWith** es un ejemplo de esta nueva tendencia de consumo en el que priman las personas, las culturas y las experiencias por encima de la propia alimentación.

Palabras clave: Economía Colaborativa, Confianza, Reputación online, Restauración, EatWith

Abstract

Economic instability, the lack of confidence in the political system and the consequences of current consumerism have helped citizens to organize themselves to try to change this situation. All this has propelled a new movement called **Sharing Economy**, a new system which is changing the consumption habits of citizens to move from individualism to collectivism, from consumerism to the exploitation of resources, **from the possession to the access...**

Collaborative consumption has come to stay, and there are more and more sectors in which the irruption of this movement is remarkable. One of them is the **Restaurant Industry**, in which collaborative platforms are changing not only the way of going out to dinner, but the very concept of traveling. **EatWith** is an example of this new trend of consumption in which people, cultures and experiences prevail over food itself.

Keywords: Sharing Economy, Turst, Online Reputation, Hostelery, EatWith

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. HACIA UN NUEVO SISTEMA ECONÓMICO	1
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
3. LA ECONOMÍA COLABORATIVA	5
3.1. La irrupción de la Economía Colaborativa.....	5
3.2. ¿Cómo definir el término de Economía Colaborativa?	7
3.3. Principales determinantes de la Economía Colaborativa	9
3.4. Los cuatro grandes bloques de la Economía Colaborativa.....	12
3.5. La estructura del Consumo Colaborativo	13
4. EFECTOS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LOS MERCADOS	14
5. LA EXPANSIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	17
6. ESPAÑA COMO TERCERA POTENCIA EUROPEA EN CONSUMO COLABORATIVO	21
7. REGULACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	24
7.1. La regulación en España.....	24
7.2. Actuaciones de la Unión Europea en la regulación	28
8. SISTEMAS DE CONFIANZA Y REPUTACIÓN ONLINE	31
8.1. El papel de Internet y las nuevas tecnologías móviles	31
8.2. Confianza y Reputación Online: el motor de la Economía Colaborativa	32
9. PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA	37
9.1. Compartir coche, trayectos o parking	37
9.1.1. Carpooling.....	37
9.1.2. Alquiler de coches entre particulares	38
9.1.3. Carsharing	39
9.1.4. El “coche de barrio”	40
9.1.5. Estacionamiento compartido	40
9.1.6. Taxi o similares	40
9.1.7. Para el tren	41
9.1.8. Otros	42
9.2. Compartir bicicleta.....	42
9.3. Crowdfunding	43
9.4. Crowdfunding	43
9.5. Crowdfunding	44

9.6. Bancos de Tiempo e intercambio de conocimientos.....	44
9.7. Coworking	45
9.8. Turismo Colaborativo.....	46
9.8.1. Alojamiento temporal P2P	46
9.8.2. Intercambio de casas.....	47
9.8.3. Otros	48
9.9. Logística P2P	48
9.10. Habitaciones en pisos compartidos	49
9.11. Intercambios o redistribución gratuitos	49
9.12. Intercambios o redistribución con pago	50
9.13. Microtarefas	50
9.14. Educación P2P	51
9.15. Niños: juguetes, ropa y otros	52
9.16. Gastronomía P2P.....	52
9.17. Servicios Financieros Colaborativos	52
9.18. Grupos de Consumo de Proximidad.....	53
9.19. Huertos compartidos.....	54
9.20. Monedas complementarias	54
9.21. Economía Colaborativa en la Administración.....	55
9.22. Do It Yourself	55
10. EL CONSUMO COLABORATIVO EN LA GASTRONOMÍA: CASO EATWITH .	
10.1. El sector de la Restauración en España	55
10.2. Social Dining, Mealsurfing o Colunching	57
10.3. Caso EatWith	59
10.3.1. ¿Qué es EatWith?.....	59
10.3.2. Un poco de historia	60
10.3.3. Evolución de la plataforma hacia una gran red social.....	62
10.3.4. La plataforma web de EatWith	63
10.3.5. Funcionamiento de la plataforma y términos de uso	64
10.3.6. La comunicación de EatWith.....	66
10.3.7. Algunas ventajas del uso de EatWith frente a la restauración tradicional.....	67
10.3.8. Regulación y problemas en sanidad	67
11. CONCLUSIONES ALCANZADAS	69
12. REFERENCIAS.....	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1. Tiempo medio de uso de un vehículo	5
Gráfico 3.2. Aprovechamiento de los alimentos en el planeta	5
Gráfico 5.1. Distribución de la inversión en plataformas de consumo colaborativo entre 2000 y 2015	18
Gráfico 5.2. Uso de plataformas de Economía Colaborativa en la UE.....	19
Gráfico 6.1. Porcentaje de uso de servicios en plataformas colaborativas	22
Gráfica 6.2. Motivaciones para el uso de plataformas colaborativas	23

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 3.1. Cambios de la sociedad colaborativa	9
Cuadro 8.1. Herramientas de ayuda a la generación de confianza	37
Cuadro 9.1. Plataformas de Carpooling en España	38
Cuadro 9.2. Plataformas de alquiler de coches entre particulares en España	39
Cuadro 9.3. Plataformas de Carsharing en España	39
Cuadro 9.4. Plataformas de Estacionamiento compartido en España.....	40
Cuadro 9.5. Plataformas de Taxi o similares en España	41
Cuadro 9.6. Plataformas de consumo colaborativo para Tren en España	41
Cuadro 9.7. Otras plataformas de movilidad compartida	42
Cuadro 9.8. Plataformas de servicios de bicicletas compartidas en España	42
Cuadro 9.9. Plataformas de Crowdfunding en España	43
Cuadro 9.10. Plataformas de Crowdfunding en España	44
Cuadro 9.11. Plataformas de consumo colaborativo en grupo en España	44
Cuadro 9.12. Bancos de Tiempo en España	45
Cuadro 9.13. Iniciativas de Coworking en España	45
Cuadro 9.14. Plataformas de alojamiento P2P en España	46
Cuadro 9.15. Plataformas de Intercambio de casas que operan en España.....	47
Cuadro 9.16. Otras plataformas de turismo colaborativo	48
Cuadro 9.17. Plataformas de distribución colaborativa que operan en España.....	48
Cuadro 9.18. Plataformas colaborativas de redistribución gratuita	49
Cuadro 9.19. Plataformas colaborativas de redistribución con pago.....	50
Cuadro 9.20. Plataformas de intercambio de tareas entre particulares	50

Cuadro 9.21. Plataformas de educación colaborativa entre particulares	51
Cuadro 9.22. Plataformas de servicios financieros colaborativos	53
Cuadro 9.23. Grupos de consumo de proximidad en España.....	54
Cuadro 9.24. Iniciativas de huertos compartidos en España	54
Cuadro 9.25. Iniciativas de Economía Colaborativa en la Administración	55
Cuadro 10.1. Plataformas de gastronomía P2P que operan en España.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5.1. Grado de conocimiento de la existencia de plataformas de consumo colaborativo en los países de la UE	20
---	----

1. HACIA UN NUEVO SISTEMA ECONÓMICO

Antes de comenzar a explicar en concepto de **Economía Colaborativa** y analizar todos los aspectos que el tema nos propone, vamos a realizar una breve introducción para ponernos en contexto.

Actualmente, en concreto desde 2008 con el **estallido de la crisis**, y de manera global, vivimos inmersos en una situación de incertidumbre económica, social y medioambiental en la que, ayudadas por las nuevas tecnologías y las redes sociales, se suceden rápidas transformaciones en estos tres ámbitos.

La fuerte crisis económica que hemos vivido en la última década y la falta de credibilidad que tiene la sociedad en las instituciones y empresas por los numerosos casos de corrupción y fraude que copan los titulares en los últimos años han propiciado un cambio en la mentalidad de las personas que ha llevado a un aumento del **asociacionismo ciudadano y la solidaridad**, dos aspectos fundamentales en los que se basa la Economía Colaborativa, ya que este movimiento en muchas de las ocasiones tiene como objetivo compartir y ayudar poniendo en contacto a unas personas con otras.



Fuente: Burgos Vital

Con la aparición del movimiento de la Economía Colaborativa se deja a un lado el sistema vertical que supone el hiperconsumismo, en el que predomina la relación empresa-consumidor, para pasar a un **modelo peer-to-peer**¹ más horizontal, donde todos los actores están a un mismo nivel. Proliferan un gran número de plataformas digitales

¹ De igual a igual. La expresión se utilizará a lo largo del trabajo para referirnos a aquellos sistemas de consumo entre particulares donde ambas partes tienen el mismo poder de negociación.

que hacen más atractiva y dinámica la forma de intercambiar y compartir, y que ayudan a las personas a sacar un mayor rendimiento de sus bienes y recursos infrautilizados basándose en poner en contacto de una forma sencilla y segura a personas de distintas partes del mundo que pueden satisfacer mutuamente sus necesidades y deseos. Es en este punto donde entra en juego uno de los aspectos más influyentes e importantes de la Economía Colaborativa, **la confianza**.

El llamado mecanismo de confianza de la Economía Colaborativa es algo así como una nueva moneda social basada en la reputación que cada persona ha obtenido mediante el uso de cada una de las plataformas de la economía de colaboración o mediante los aspectos personales y profesionales de los mismos.

Está claro que la Economía Colaborativa se ha implantado en la sociedad y que está cobrando cada vez un mayor protagonismo, por ello los principales ideólogos en la materia ven de manera clara la tendencia cada vez mayor hacia estas nuevas formas de vida, incluso Rachel Botsman² (2010) se atreve a decir que “el consumo colaborativo va a tener un impacto similar a la Revolución Industrial”.

Una vez que tenemos clara la irrupción de la Economía Colaborativa y que este movimiento ha llegado para quedarse, debemos ver y analizar como adecuar por parte de las instituciones esta actividad a la legislación, ya que uno de los principales problemas que están surgiendo son las **numerosas ilegalidades** en muchos países y consecuentemente las numerosas quejas por parte de los profesionales de los sectores en los que la Economía Colaborativa ha aparecido de manera más visible, como es el ejemplo del sector del taxi con empresas como Uber³.

A estos problemas y al aumento de las plataformas de la economía de colaboración deben hacer frente las empresas e industrias tradicionales, que pueden tomar dos **posicionamientos muy diferentes**, una oponerse a ello e intentar que desaparezcan, cosa bastante improbable ya que la fuerza social no lo permitiría, o otra aprovechar las plataformas y nuevas herramientas y recursos que les ofrece la Economía Colaborativa

² Co-autora del libro insignia de la Economía Colaborativa “*What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*” en 2010 junto a R.Rogers. desde entonces es una de las personalidades más populares en esta materia.

³ Empresa con presencia internacional que ofrece una red de transporte privado de Vehículos con conductor. Fue fundada en 2009 en San Francisco, California.

y su fuerte vinculación a programas de Responsabilidad Social Corporativa con el uso de productos ya fabricados y la disminución de la contaminación que ello conlleva.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo principal obtener una visión clara y detallada de la actual y emergente Economía Colaborativa que en los últimos años ha cobrado gran importancia dentro del ámbito económico y social a nivel mundial. Centrándonos particularmente en los casos que podemos encontrar en España, veremos cómo la Economía Colaborativa está presente ya en una gran parte de los sectores económicos del país.

En una parte del trabajo nos centraremos en analizar cómo la Economía Colaborativa se ha hecho hueco en el sector agroalimentario, sobre todo en la restauración con la irrupción de plataformas relacionadas con el llamado “mealsurfing”, “colunching” o Social Dining. Para ello nos fijaremos en el caso de la empresa de éxito mundial EatWith.

A lo largo del mismo iremos observando como el término “confianza” entre los sujetos de la Economía Colaborativa desempeña un papel fundamental, el más importante incluso, dentro de este nuevo escenario económico.

De un modo más claro, podemos enumerar los objetivos específicos de este trabajo de la siguiente forma:

- Conocer ampliamente el significado y los aspectos más importantes de la Economía Colaborativa y cómo ha irrumpido en el mundo actual.
- Conocer los diferentes tipos y sistemas de Economía Colaborativa y cuáles son las principales plataformas dentro de cada sector.
- Profundizar en el sector agroalimentario y de la restauración analizando el caso de éxito EatWith.

- Analizar el impacto social de este nuevo escenario surgido con la aparición de la también llamada Economía de colaboración.
- Observar como el término “confianza” puede ser el factor más importante de este nuevo sistema de colaboración.
- Introducirnos en los aspectos legales de la Economía Colaborativa, quizás la mayor incertidumbre dentro de este nuevo plano económico.

La metodología utilizada para la realización de este trabajo y como consecuencia para la consecución de los objetivos expuestos anteriormente ha sido principalmente las fuentes de información secundaria.

Una vez recopilada toda la información necesaria sobre el tema que nos ocupa y que ha sido encontrada en libros especializados, blogs profesionales y particulares, páginas web de empresas del sector, publicaciones y artículos de medios informativos y de prensa, esta ha sido clasificada y contrastada para un mejor uso de la misma.

Una de las **fuentes de información secundaria** más consultada y de la cual hemos extraído gran cantidad de información ha sido el blog Consumocolaborativo.com, especializado en Economía Colaborativa y referente nacional e internacional en este sector. Se ha realizado un seguimiento constante tanto de las publicaciones como de los comentarios y debates que de cada tema propuesto se establecían.

También he hecho uso de **fuentes de información primaria** utilizando la técnica de la observación para analizar cómo se comporta la gente ante el uso de las aplicaciones de Economía Colaborativa, y yo mismo he puesto en práctica el uso de estas herramientas para tener un conocimiento mayor a la hora de elaborar este informe.

Para el estudio del caso EatWith se ha realizado un seguimiento de la plataforma en su página web y redes sociales para analizar todos los aspectos de la actividad de dicha plataforma. Así, para el estudio del funcionamiento de la misma, a parte de la información recibida de la propia web y de diferentes artículos, hemos mantenido contacto con usuarios de la aplicación. También nos ha ayudado a tener una visión más clara la comparación con otras plataformas del mismo sector, ya que en muchos de los aspectos estas plataformas actúan de manera similar.

3. LA ECONOMÍA COLABORATIVA

3.1. LA IRRUPCIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Una de las razones fundamentales para la aparición del fenómeno de la Economía Colaborativa, y en la que la mayoría de los autores coinciden, es **el hiperconsumismo y la producción masiva y excesiva de bienes** que durante el siglo XX se acrecienta a escala mundial. Albert Cañiguera⁴ (2014) apunta que el exceso de producción y el hiperconsumismo de la sociedad no tienen un sentido racional, y en muchas ocasiones solo es utilizado como elemento de comparación entre los individuos de una sociedad cuya máxima en muchas ocasiones es la reputación económica. Los individuos poseemos **bienes individuales** que en la mayoría de las ocasiones son utilizados de manera exclusiva por nosotros mismos y cuando ya no nos sirven, los almacenamos o los tiramos, acabando aquí el ciclo de vida del mismo. Esta manera de consumir nos deja ejemplos llamativos como que un vehículo pasa el 95 por ciento del tiempo estacionado o que un taladro solo es utilizado durante 12 minutos en toda su vida útil (García Vega, 2014).

Gráfico 3.1. Tiempo medio de uso de un vehículo

Tiempo medio de uso de un Vehículo

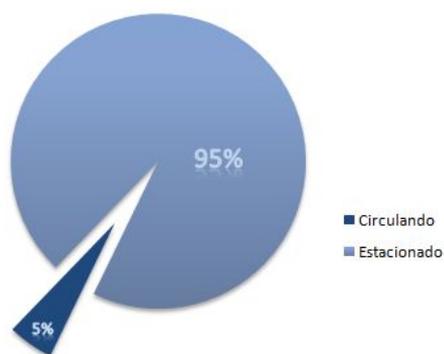
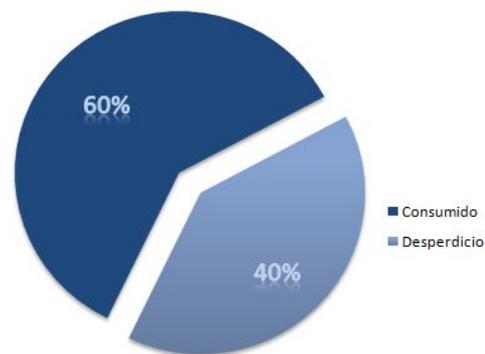


Gráfico 3.2. Aprovechamiento de los alimentos en el planeta

Aprovechamiento de alimentos en el planeta



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del artículo de García Vega “*La imparable economía colaborativa*” publicado en el diario El País (2014).

Estas cifras son el reflejo de una sociedad inmersa en unos **hábitos de compra compulsiva** apoyada en modas, tendencias, comparaciones y estatus que únicamente

⁴ Autor español de referencia en el mundo del consumo colaborativo. Publico en 2013 el libro “*Vivir mejor con menos*” y creador del popular blog Consumocolaborativo.com para la divulgación del movimiento.

vienen marcados por cuestiones económicas. Incluso la manera de diseñar y producir que se ha llevado a cabo en las últimas décadas con técnicas como la obsolescencia programada han ayudado a llegar a este punto de despilfarro y abuso de los recursos.



Fuente: Irradiando

En el siglo XXI **las cosas están cambiando** y se aboga cada día más por un **consumo responsable** y nuevos modelos para sacar el mayor rendimiento posible a los bienes materiales y recursos que ya poseemos. **Los ciudadanos se están organizando en sistemas alternativos al consumismo** y al mercado tradicional para satisfacer sus necesidades bajo premisas como **compartir, rehusar, reciclar o ahorrar** apoyados por las numerosas innovaciones tecnológicas, principalmente por aplicaciones para el móvil y redes sociales. Como explica Cañigüeral (2014) en su libro “*Vivir mejor con menos*”, el desprestigio social de términos como “alquilar”, “compartir” o “revender” está desapareciendo para pasar a ser relacionado con un consumo más inteligente, sostenible, humano y divertido, y a todo ello hay que sumar el beneficio medioambiental, social y económico que estos nuevos modelos de consumo conllevan y que atraen cada día a un mayor número de personas.

Fijándonos en la historia del consumo colaborativo, no queda muy claro quiénes fueron los iniciadores de este movimiento, pero varios autores y publicaciones hacen referencia al hablar de este tema a plataformas como CouchSurfing⁵ y Zipcar⁶, incluso el propio eBay es considerado como el sistema más antiguo de consumo colaborativo, un canal en principio básico de compra venta online de artículos de “segunda mano”

⁵ Fundada en el año 2004 pasa a ser empresa en el 2011 para dedicarse al servicio de alojamiento entre particulares. Su nombre ha pasado a usarse como referencia a la misma iniciativa de consumo colaborativo.

⁶ Empresa dedicada al servicio de carsharing o coches compartidos.

que introducía por primera vez los sistemas de reputación digital que tanto han marcado el posterior funcionamiento de la Economía Colaborativa.

3.2. ¿CÓMO DEFINIR EL TÉRMINO DE ECONOMÍA COLABORATIVA?

No existe una definición exacta para el término de Economía Colaborativa, por lo que en este epígrafe vamos a intentar explicar lo que este movimiento significa analizando la evolución del pensamiento “colaborativo” en los diferentes círculos de pensamiento y artículos bibliográficos.

La primera vez que aparece el **concepto de Consumo Colaborativo** es en el artículo “*Collaborative Consumption*” Ray Algar⁷ (2007) para la revista Leisure Report, y en el cual hace un análisis de la evolución del movimiento colaborativo tomando como ejemplo algunas iniciativas y de cómo el asociacionismo ayuda al poder negociador de los ciudadanos.



Rachel Botsman – Fuente: Friendly Transfer’s Blog

Unos años después, concretamente en 2010, la **autora referente en Economía Colaborativa** por excelencia a nivel mundial Rachel Botsman publica junto a Roo Rogers el libro *What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, con el que el concepto de Consumo Colaborativo logró popularizarse a escala global. En él se exponen ideas fundamentales para entender la Economía Colaborativa, desde el planteamiento del problema y su tratamiento hasta la búsqueda de la solución, en este

⁷ Empresario e investigador especialista en el mundo del fitness y del wellnes en Europa.

caso el movimiento colaborativo. En resumen, los autores señalan el hiperconsumo como principal problema con consecuencias sociales y medioambientales y proponen como solución un sistema basado en el acceso a los bienes y servicios para satisfacer las necesidades en contra de la propiedad de las cosas, y muestra una serie de iniciativas o proyectos. Rachel Botsman se consolida como experta en este tema la exposición de sus teorías en varias charlas TEDx, principalmente la celebrada en 2010 en Sydney.

Otro de los momentos clave para el concepto de Consumo Colaborativo es la inclusión de este fenómeno por la revista Time en la **“lista de las diez ideas que cambiarán el mundo”**, lo que le hace coger relevancia entre los temas a tratar en las principales publicaciones, debates y conferencias de ámbito económico, social y medioambiental.

Una de las conclusiones más claras sobre la Economía Colaborativa nos la da Albert Cañigüeral en su libro *“Vivir mejor con menos”* (2014) cuando dice que **“se trata de compartir los bienes frente a poseerlos, focalizándose en poner en circulación aquello que ya existe, pasando de entender el consumo como propiedad a entenderlo como acceso”**, haciendo también referencia a la famosa cita de Kevin Kelly⁸ de “el acceso es mejor que la propiedad”. Cañigüeral también la define como “una economía basada en el intercambio, la colaboración y la apertura, apoyándose en redes y comunidades horizontales”.

Un año antes, en 2013, Jesús de la Osa, en el número 36 de la revista esPosible apunta que “la economía colaborativa se está convirtiendo en un incipiente y prolífico laboratorio de sostenibilidad al integrar lo ambiental, lo social y lo económico”.

La Comisión Europea en la Agenda Europea para la Economía Colaborativa del 2016, dice textualmente que “el término Economía Colaborativa se refiere a los modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares”.

Todos los cambios que la Economía Colaborativa produce en la sociedad hiperconsumista para convertirla en una sociedad colaborativa los podemos resumir en el cuadro 3.1.

⁸ Fundador y director de la revista Wired, ha publicado numerosos estudios sobre la cultura digital.

Cuadro 3.1. Cambios de la sociedad colaborativa

Sociedad de Hiperconsumo	Sociedad Colaborativa
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
B2P	P2P

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del libro “Vivir mejor con menos” de Albert Cañigueral (2014), p.42.

3.3. PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

A continuación vamos a enumerar las principales razones o situaciones que han llevado a la aparición y desarrollo de la Economía Colaborativa, algunos de los cuales ya hemos ido avanzando en los anteriores epígrafes.

1. **La situación económica:** una de las razones principales y en la que subyacen algunas de las que a continuación de detallaremos es la situación económica vivida a nivel global en la última década. Desde el estallido de la crisis en 2008, las familias han visto mermar su poder adquisitivo por la falta de crédito y el aumento del desempleo. Esta situación ha llevado a que la población tenga que satisfacer sus necesidades con menos recursos y por consiguiente a cambiar sus hábitos de consumo.
2. **Cambio en el comportamiento de los consumidores:** consecuencia del punto anterior ha sido el cambio sufrido en la mentalidad de la sociedad con respecto al consumo. las personas, al verse en una situación de precariedad, son más propensas al asociacionismo ciudadano y al aumento de la solidaridad, dos aspectos que escasean en épocas de abundancia. Como ya hemos apuntado, estos

dos aspectos son claves para el movimiento colaborativo. Los nuevos sistemas alternativos al hiperconsumo y las nuevas relaciones *peer-to-peer* ayudan a los sujetos en dos direcciones, por un lado satisfacen las necesidades de un individuo de una forma más económica y por otro aumentan el aprovechamiento de los recursos.

3. **Desconfianza en instituciones y empresas:** los numerosos casos de corrupción y fraude que han salido a la luz en los últimos años han propiciado una falta de confianza de la sociedad en las instituciones, dejando cada vez más claro que los grupos sociales tiene gran fuerza de negociación, lo que ayuda una vez más al asociacionismo y el aumento de la ayuda entre grupos de personas y la búsqueda de cambios en los diferentes sistemas que les afectan, entre los cuales se encuentra el de consumo. Una actitud en contra de las grandes empresas hace que las personas apuesten por una sociedad basada en una autoproducción y el intercambio entre iguales.
4. **Preocupación por el medioambiente:** la sociedad apuesta cada día más por un consumo sostenible, y la Economía Colaborativa está relacionada directamente con ello, ya que ayuda a la reducción de residuos y la contaminación apostando por un uso eficiente de los recursos y una disminución de la propiedad, y por consiguiente de la producción masiva de bienes.



Fuente: eco-innivera.eu

5. **Internet y la cultura digital:** parece que hoy en día todo gira a través de internet y la Economía Colaborativa no iba a ser una excepción, ya que esta no sería posible sin las plataformas web. Para explicar cómo hemos llegado a este

punto, Albert Cañigüeral (2014) describe tres fases por las cuales ha pasado la cultura digital: en la primera internet sirve como medio de comunicación sin ningún tipo de interacción, en la segunda fase todos los sujetos se relacionan y todos pueden crear contenido con la aparición de las redes sociales, y en la tercera y última fase es donde nace el consumo colaborativo, en la que lo que hasta ahora se compartía o relacionaba por internet pasa al mundo real. Este cambio, que en un principio surge en un ámbito digital, transforma la cultura social y el sistema económico conocido hasta el momento.

6. **El acceso a la tecnología:** España es uno de los países con mayor número de smartphones, y es en ellos en los que las plataformas de consumo colaborativo están más presentes, por lo que el movimiento ha tenido mayor facilidad de penetración en la sociedad. Hoy en día podemos estar conectados, o mejor dicho hiperconectados las 24 horas del día en cualquier punto del mundo.

7. **Los sistemas de confianza y reputación:** como hemos indicado ya durante este trabajo, la confianza y la reputación son aspectos fundamentales para el desarrollo de la Economía Colaborativa. Hace años, cuando se nos planteaban las primeras compras por internet, eran muchas las personas que veían un gran riesgo y falta de seguridad en dicha acción. Con el paso de los años, y gracias a los nuevos sistemas de seguridad y a que las transacciones online se han convertido en una práctica habitual para la mayoría de las personas y cuando los consumidores tienen suficiente confianza en las compras online B2P, se han puesto en marcha los sistemas de compra-venta online P2P o entre particulares. La plataforma eBay, considerada una de las pioneras en este aspecto, ha conseguido un sistema de reputación online basado en las opiniones y evaluaciones de los usuarios lo suficientemente aceptado por los consumidores, hasta el punto de ser el sistema más copiado por el resto de empresas.

Una vez asentados los sistemas de reputación, y con la aparición de las redes sociales y los sistemas de geolocalización, la sociedad estaba preparada para la aparición de los sistemas de consumo colaborativo en los que la confianza y reputación son algo así como monedas sociales.

3.4. LOS CUATRO GRANDES BLOQUES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

La Economía Colaborativa puede ser clasificada en cuatro grandes bloques o tipos dependiendo de la finalidad que tengan los participantes del movimiento y dentro de los cuales existen multitud de empresas y plataformas.

1. **El Consumo Colaborativo.** Es el concepto más extendido y conocido dentro de la Economía Colaborativa, tanto es así que hay autores que no diferencian ambos conceptos y que engloban dentro del consumo colaborativo el resto de bloques. Se trata de poner en contacto a un oferente y un demandante con el fin de realizar un intercambio de bienes o servicios, como puede ser el alquiler de un coche, el intercambio de una casa para vacaciones o compartir trayecto en coche (Cañigüeral, 2014).
2. **El movimiento Makers.** Este movimiento es en muchas ocasiones comparado como la tercera revolución industrial. Se basa en la transformación de la producción con el fin de maximizar la personalización apoyándose en tendencias como la cultura *Do It Yourself* (DIY) o el movimiento *Do It With Others* (DIWO) (Botsman, 2010).

Este tipo de Economía Colaborativa ha llegado ayudado por el intercambio de información entre productores y por la figura del software de libre fabricación, que han propiciado la aparición de espacios creativos compartidos para la relocalización de la fabricación de bienes. Ejemplos como FabCity en Barcelona o FabLabs crean espacios de fabricación digital para que los consumidores puedan crear e innovar dentro de estas comunidades (Cañigüeral, 2014).

3. **El conocimiento abierto.** Uno de los aspectos fundamentales de la Economía Colaborativa es el libre acceso a la información, y las nuevas tecnologías e Internet aumentan las posibilidades para ello. Compartir la información y el conocimiento crea múltiples sinergias en la sociedad, y ello conlleva un mayor nivel de educación, cultura y bienestar. Las mismas plataformas de consumo colaborativo se nutren de ese conocimiento abierto para ir mejorando y crear

nuevos proyectos. Uno de los ejemplos más utilizados es la archiconocida Wikipedia, una plataforma donde los usuarios de todas las partes del mundo comparten sus conocimientos e información.

4. **Las finanzas participativas.** La falta de credibilidad y confianza de las instituciones financieras en los últimos años han conseguido que los ciudadanos busquen alternativas a los tradicionales sistemas de financiación y a las monedas tradicionales. el Crowdfunding, el ahorro colaborativo, los prestamos entre particulares, las criptomonedas o las monedas sociales son algunas de las alternativas para la pequeña financiación y el intercambio de valor (Cañigueral, 2014).

3.5. LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO COLABORATIVO

Volviendo a tomar como referencia a Botsman y Rogers (2010), en su libro *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, establecen lo que para ellos son los tres grandes sistemas del consumo colaborativo y en los que se pueden englobar las cientos de iniciativas que podemos encontrar en la economía colaborativa. Estos tres grandes bloques son los siguientes:

1. **Sistemas basados en productos:** este sistema engloba todas aquellas iniciativas que se basan en el acceso a los bienes en oposición a la posesión de los mismos. Es el sistema más básico y característico de la economía colaborativa. El usuario de este sistema paga por la utilización de un bien que posee otra persona, con lo que se aumenta la optimización y utilización de los bienes que ya están en circulación en el planeta, bien por medio del alquiler, la cesión o la utilización conjunta del mismo.

Dentro de este sistema encontramos iniciativas como plataformas para compartir coche (Blablacar) o plataformas de alquiler de bicis (Bicing).

2. **Mercados de redistribución:** como su propio nombre indica, estos sistemas se basan en la redistribución de los bienes desde las personas o lugares que ya no los necesitan hacia otros que sí. Esta redistribución puede hacerse tanto de forma

gratuita, por intercambio de unos bienes por otros, o por la venta de los mismos. Uno de los ejemplos más claros puede ser la plataforma eBay o No Lo Tiro. Con este tipo de plataformas se reduce la fabricación masiva de bienes y se aumenta la oferta de productos a precios más reducidos.

Albert Cañigüeral en su blog Consumocolaborativo.com expone que Reutilizar puede llegar a convertirse en la quinta R acompañando a Reducir, Reutilizar, Reciclar y Reparar.

3. **Estilos de vida colaborativos:** cuando lo que se comparte no son bienes materiales sino activos intangibles como el tiempo, el dinero, las habilidades, los espacios o las experiencias hablamos de los estilos de vida colaborativos. En un principio estas iniciativas eran creadas para un ámbito más reducido como una comunidad, una ciudad o un barrio, pero podemos encontrarnos actualmente con plataformas que operan a nivel global.

Existen centros o espacios para compartir conocimientos o trabajar conjuntamente (Coworking), se comparten huertos o espacios para el autoabastecimiento (HuertosCompartidos), se pueden tener experiencias gastronómicas en casas particulares (EatWith) o existe la microfinanciación para ayudar económicamente algunos proyectos personales (Crowdfunding). Un ejemplo muy conocido y que entra dentro de las mayores plataformas de economía colaborativa en la actualidad es Airbnb, la cual pone en contacto a viajeros de todo el mundo para el alquiler de habitaciones.

4. EFECTOS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LOS MERCADOS

La Economía Colaborativa y todos los mecanismos que en ella se llevan a cabo han cambiado en gran medida los mercados actuales, que aprovechan los **cambios disruptivos** para en muchas ocasiones mejorar su funcionamiento.

Los agentes encargados de velar por el funcionamiento de los mercados, y concretamente las Administraciones Públicas se han visto obligadas a **responder ante los nuevos modelos y a adaptar las normas** a estos nuevos escenarios. En esta materia no todas las Administraciones han tomado un mismo papel. Algunas han adaptado la normativa favoreciendo la entrada de nuevos agentes y la creación de nuevas plataformas de Economía Colaborativa flexibilizando el mercado, mientras que otras se han quedado ancladas en las leyes que regulaban los mercados tradicionales e incluso han endurecido las barreras de entrada y actividad a nuevos actores.



Fuente: The Next Web

En este nuevo escenario podemos analizar **los efectos que los nuevos modelos de economía están teniendo sobre los mercados tradicionales**, efectos que podemos notar en todos los aspectos de los mercados, tanto por parte de la oferta como por parte de la demanda. A continuación vamos a ver algunos de estos efectos, los cuales han sido reflejados en el informe *“Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa”* realizado por la CNMC⁹ en marzo de 2016:

- Un incremento considerable de la oferta que **incrementa la competitividad de los mercados** con una mayor variedad y cantidad de productos y oferentes. Esta nueva oferta viene dada por la inclusión de un mayor número de productos de competencia directa con los ofertados por las empresas tradicionales y por nuevos productos de creación propia por las nuevas plataformas o empresas de

⁹ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. En 2016 encarga un estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa para analizar los efectos del consumo colaborativo en la economía, en el cual intenta dar algunas pautas sobre cómo se debe actuar en este campo.

Economía Colaborativa. El cambio de mentalidad hacia el acceso a los bienes en vez de a la propiedad, hace que los consumidores aumenten su capacidad de acceso a numerosos bienes y servicios a los que antes no llegaban.

- Los elevados márgenes manejados hasta ahora por empresas en sectores con poca oferta se ven regulados ahora con la aparición de los nuevos agentes económicos, que obligan a estos a reducir sus márgenes y **adaptarse a los nuevos precios**.
- La aparición de la Economía Colaborativa ha hecho que algunas Administraciones Públicas **revisen la regulación** para eliminar algunas barreras de entrada y facilitar la actividad de los nuevos operadores.
- La entrada de numerosas plataformas y empresas de Consumo Colaborativo en el mercado **reactiva la innovación y el aumento de la calidad** como consecuencia de una mayor competencia en diferenciación.
- Aumenta la información sobre los productos y los oferentes gracias a **los sistemas de opinión, valoración y reputación** con los que cuentan las plataformas de Consumo Colaborativo. Esto permite al consumidor una mayor facilidad a la hora de comparar los productos y consecuentemente facilita la toma de decisiones de compra.
- Consecuentemente con el punto anterior, la valoración y opinión vertida por los consumidores en estos sistemas hacen que los objetivos de calidad sean más fáciles de alcanzar, al igual que la **adaptación de las características de los productos y servicios a las necesidades del consumidor**.
- Aumenta el valor percibido por el consumidor gracias a una **mayor interacción** de este con los oferentes, que en muchas ocasiones gracias a estas plataformas, van más allá de la relación comercial.
- La Economía Colaborativa tiene impacto en la **redistribución de la renta disponible**.

- El uso de los sistemas de consumo colaborativo aumenta la eficiencia de la economía y su competitividad. Una **mejor utilización de los recursos existentes**¹⁰ conlleva una mayor sostenibilidad en el consumo y la producción.
- Las empresas tradicionales ven en muchas ocasiones una **nueva oportunidad** en los sistemas de consumo colaborativo diversificando su oferta. En España, la cadena hotelera RoomMate ha creado la plataforma BeMate de alquiler de apartamentos donde, además, se provee de diferentes servicios desde sus hoteles.
- Los medios de pago que utilizan las plataformas de Economía Colaborativa, en su mayoría electrónicos, aumentan la **facilidad de información** tanto a los usuarios como a los agentes encargados de la tributación de impuestos, ya que todos los apuntes de las transacciones quedan registrados.
- En cuanto a la demanda, esta también sufre un aumento gracias a una oferta abundante y a la aparición de nuevos productos innovadores o a iguales productos con precios reducidos.

5. LA EXPANSIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

En los últimos años, coincidiendo con un periodo de recesión económica generalizado en Europa, y quizá como respuesta a ella, han proliferado las iniciativas de consumo colaborativo y el número de personas dispuestas a participar en ellas. Las estimaciones de la Comisión Europea dijeron que en el año 2015 los **ingresos brutos generados por plataformas de Economía Colaborativa** ascendieron a 28.000 millones de euros, viéndose una fuerte evolución ascendente en los principales sectores.

Si hacemos un análisis de la **inversión dedicada a las plataformas de Economía Colaborativa** a nivel mundial, las cifras son abrumadoras. Desde el año 2000 hasta el año 2015, los proyectos de consumo colaborativo acumularon una inversión de 25.972 millones de dólares. Esta evolución de la inversión se acentúa en los últimos años,

¹⁰ Algunos de los datos publicados por la plataforma Blablacar, la ocupación media de los vehículos pasa de un 1,7 a un 2,8 con el uso de las iniciativas de consumo colaborativo.

donde observamos que dicha inversión ha pasado de los 1.820 millones de dólares en 2013 a los 12.890 millones en 2015. (Llamas, 2016)

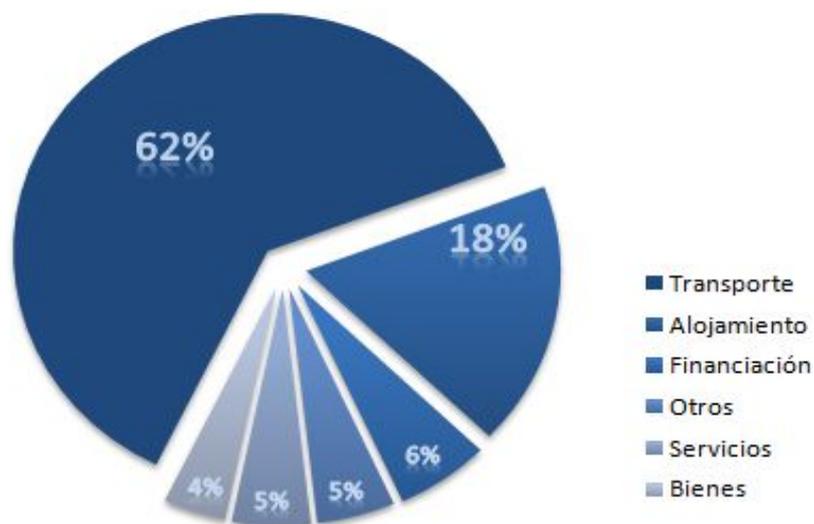


Fuente: Google

Si dividimos la **inversión por sectores**, observamos que el 62% del total de la inversión desde el año 2000 al 2015 está concentrada en el sector del transporte, en el que destacan la plataforma Uber con una inversión de 6.315 millones de dólares y Didi Kuaidi con 4.367 millones. Seguido a esto viene el sector del alojamiento que acumula el 18% del total de la inversión, las plataformas de financiación un 6% y el intercambio de bienes y servicios un 4% y un 5% respectivamente (Llamas, 2016).

Gráfico 5.1. Distribución de la inversión en plataformas de consumo colaborativo entre 2000 y 2015

Distribución de la inversión en plataformas de consumo colaborativo entre 2000 y 2015



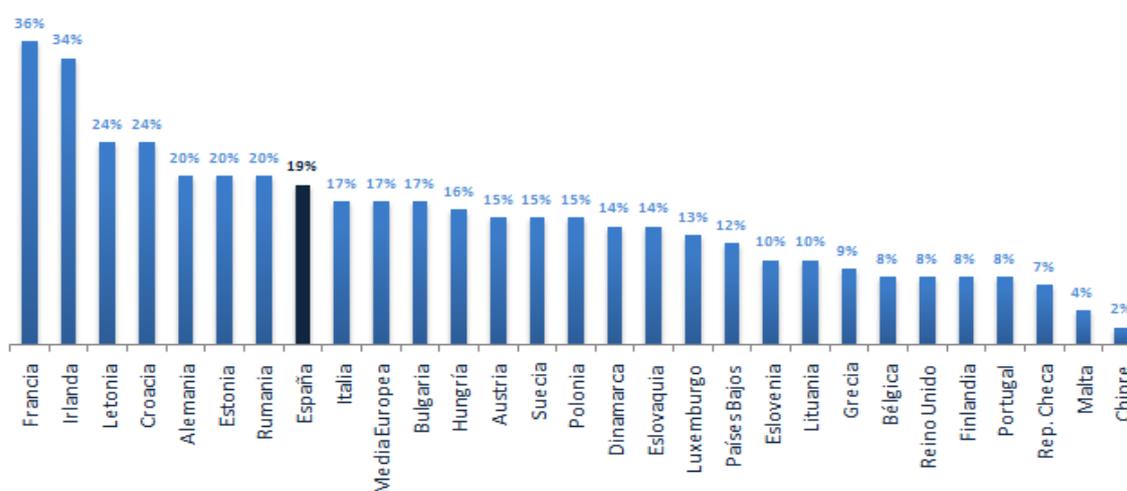
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del artículo de Manual Llamas “*La economía colaborativa en grandes cifras*” publicado en el portal libremercado.com. (2016)

En cuanto al **uso de las plataformas de consumo colaborativo** en la Unión Europea, los últimos datos publicados por la Comisión Europea son del año 2016, y muestran que el porcentaje de personas que han utilizado al menos una vez estas

plataformas asciende a un 17% de media. En el siguiente gráfico podemos ver los porcentajes de uso de plataformas colaborativas en los países de la Unión Europea, en los que observamos la gran diferencia entre unos países y otros llegando a ser de hasta 34 puntos porcentuales entre Francia (36%) y Chipre (2%). En el caso de España, el porcentaje de personas que han utilizado al menos una vez este tipo de plataformas es del 19%, situándose por encima de la media europea.

Gráfico 5.2. Uso de plataformas de Economía Colaborativa en la UE

Uso de plataformas de Economía Colaborativa en la Unión Europea



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del *Informe 04/2016 sobre Nuevos Hábitos de Consumo, Cambios Sociales y Tecnológicos* del Consejo Económico y Social Español, p.43.

La diferencia notable del porcentaje de uso de unos países a otros puede deberse al propio **grado de conocimiento** que tienen los habitantes de estos países sobre la Economía Colaborativa y la existencia de estos sistemas de consumo. Existen países en los que este conocimiento es muy bajo como Reino Unido, Malta o Chipre y otros en los que por el contrario estas plataformas son más populares como Francia y Croacia. En el caso de España, observamos en la Tabla 5.1 que un 38% de la población tiene conocimiento de la existencia de plataformas de consumo colaborativo, si bien nunca las ha usado. En cuanto a la penetración de estas plataformas en España, el 19% de la población las ha utilizado al menos una vez. Desglosando, el 5 % las utiliza regularmente, el 10% ocasionalmente y el 4% solo ha accedido en una ocasión.

Tabla 5.1. Grado de conocimiento de la existencia de plataformas de consumo colaborativo en los países de la UE

	No han utilizado			Si han utilizado			Total	NS/NC
	plataformas colaborativas			plataformas colaborativas				
	Nunca he oído hablar de estas plataformas	He oído hablar pero nunca las he utilizado	Total	He visitado alguna vez y las he usado	Las he usado ocasionalmente	Las he usado regularmente		
Media UE	46	35	81	4	9	4	17	2
Bélgica	61	30	91	2	4	2	8	1
Bulgaria	48	34	82	3	9	5	17	1
R. Checa	46	47	93	3	3	1	7	0
Dinamarca	42	44	86	7	5	2	14	0
Alemania	40	38	78	4	10	6	20	2
Estonia	32	46	78	6	10	4	20	2
Irlanda	34	31	65	6	17	12	35	0
Grecia	64	25	89	3	5	1	9	2
España	42	38	80	4	10	5	19	1
Francia	14	47	61	9	20	7	36	3
Croacia	28	48	76	7	13	4	24	0
Italia	52	31	83	3	9	5	17	0
Chipre	87	11	98	0	1	1	2	0
Letonia	50	25	75	7	8	9	24	1
Lituania	61	29	90	3	4	3	10	0
Luxemburgo	48	38	86	4	6	3	13	2
Hungría	36	47	83	6	7	3	16	0
Malta	83	13	96	1	2	1	4	0
P. Bajos	44	44	88	3	6	3	12	0
Austria	38	47	85	6	5	4	15	0
Polonia	51	33	84	4	7	4	15	1
Portugal	58	34	92	3	3	2	8	0
Rumanía	52	26	78	4	12	4	20	1
Eslovenia	68	19	87	1	8	1	10	2
Eslovaquia	59	22	81	1	7	6	14	8
Finlandia	60	30	90	1	5	2	8	1
Suecia	49	35	84	3	7	5	15	0
R. Unido	70	21	91	1	5	2	8	2

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del *Informe 04/2016 sobre Nuevos Hábitos de Consumo, Cambios Sociales y Tecnológicos* del Consejo Económico y Social Español, p.44.

6. ESPAÑA COMO TERCERA POTENCIA EUROPEA EN CONSUMO COLABORATIVO

España se ha consolidado desde el año 2015 como **uno de los países de la Unión Europea con mayor peso en cuanto a Economía Colaborativa**, y es que desde ese mismo año las cifras son llamativas. En 2015, el 14 por ciento de los turistas que visitaron España se hospedaron en pisos turísticos con un desembolso de 921 millones de euros, y del mismo modo, la cifra de españoles que han usado plataformas de consumo colaborativo para alojarse llega al millón y medio de usuarios en ese mismo año (González, 2016).

El número de empresas dedicadas al movimiento del consumo colaborativo crece continuamente al igual que el número de usuarios, tanto oferentes como demandantes de los servicios de estas. En los últimos años han aparecido dentro del territorio español **más de 500 empresas con base colaborativa** en todos los sectores de la economía. En un estudio realizado por Nielsen¹¹, el 53% de los españoles se muestra partidario de utilizar las plataformas de consumo colaborativo si se diese el caso para compartir o alquilar sus bienes, una cifra muy superior a la media europea que se sitúa en el 44%. En el mismo estudio también se concluye que el 91% de los participantes en alguna iniciativa de consumo colaborativo recomendaría el uso de estos sistemas.

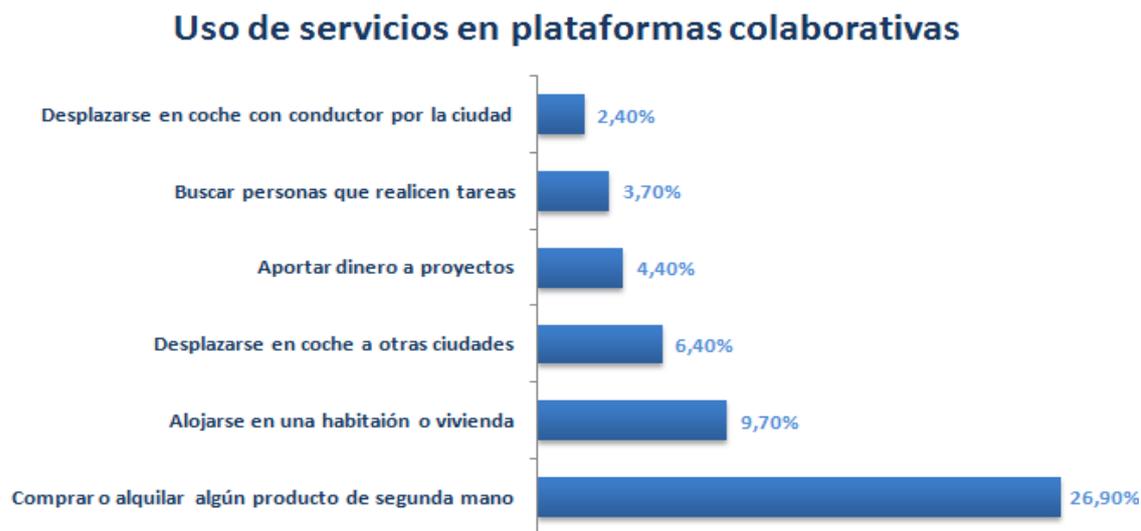
En España, la mayor parte de los datos que poseemos en la actualidad provienen de estudios o encuestas realizadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, y los datos más actualizados hacen referencia a los estudios publicados a finales del año 2016 con resultados en su mayor parte referentes al año 2015.

Los datos reflejados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el Panel de Hogares (2016) muestran que **los españoles confían cada vez más en estas iniciativas**. Una de cada tres personas que usan internet de manera habitual son usuarios de alguna plataforma de economía colaborativa al menos una vez al año, siendo las aplicaciones dedicadas al intercambio, compra o alquiler de productos de segunda mano las más utilizadas (26,9%), seguidas del alojamiento (9,7%) y de las plataformas para compartir trayectos en coche de una ciudad a otra (6,4%). Según este informe las plataformas con menor uso son las destinadas al transporte urbano (2,4%), a la

¹¹ Empresa dedicada a la realización de estudios de mercado, hábitos de consumo y tendencias de compra.

realización de trabajos y tareas (3,7%) y a la financiación de proyectos (4,4%). Otros estudios reflejan que en torno al 6% de los españoles ofrece algún tipo de producto o servicio dentro de la Economía Colaborativa, un punto superior que la media de la Unión Europea.

Gráfico 6.1. Porcentaje de uso de servicios en plataformas colaborativas



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, *Panel de Hogares de abril-junio 2016*.

Siguiendo con el estudio realizado por la CNMC, **el número de oferentes en las plataformas de consumo colaborativo es inferior al número de demandantes** de bienes y servicios en las mismas. Si relacionamos los datos de la oferta con los del consumo, vemos que coinciden en cuanto a que el porcentaje mayor de oferentes es en el sector de la compra-venta de artículos de segunda mano (22,7%).

En el año 2015, las plataformas de consumo colaborativo obtuvo unos ingresos brutos de entorno a 28.000 millones de euros según los datos del Eurobarómetro de 2016, pudiendo llegar a contribuir en la economía de la Unión Europea con una aportación de entre 160.000 y 572.000 millones de euros. Estos datos son reflejo de un sistema económico en el que se pueden compartir tanto activos tangibles como intangibles abarcando todo tipo de recursos, solo hace falta poner en contacto a las personas (R. Salgado, 2017).

En España, la Economía Colaborativa ha venido empujada por la crisis económica de los últimos años que ha fomentado la aparición de multitud de movimientos

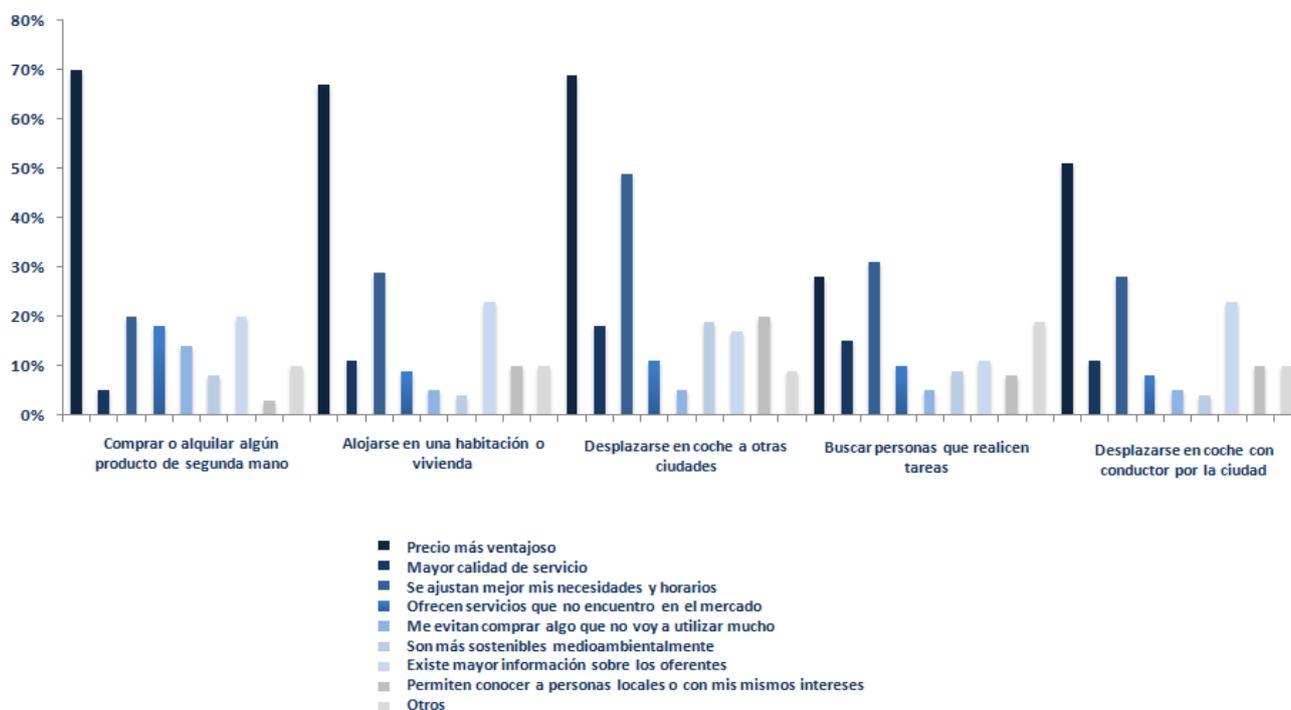
solidarios y de ahorro, y el consumo colaborativo aúna todos ellos ya que, además de conseguir ventajas económicas por parte de oferentes y demandantes, se ponen de manifiesto **grandes beneficios medioambientales**.

Los motivos que llevan a los consumidores a utilizar las plataformas de Economía Colaborativa son muy diversos, y dependiendo del servicio que demandan pueden ser unos u otros. El **principal motivo es la búsqueda de un precio más económico** que el ofertado en el mercado tradicional, seguido de la percepción de que los servicios ofertados en estas aplicaciones se adaptan mejor a las necesidades de los consumidores.

Desglosando por servicios contratados, podemos destacar que las personas que demandan servicios de alojamientos en viviendas particulares tienen como motivación la buena información recibida en las plataformas, y que las personas que demandan servicios de desplazamientos en coche compartido muestran como motivación para usar las aplicaciones de consumo colaborativo la oportunidad de conocer a gente de la zona.

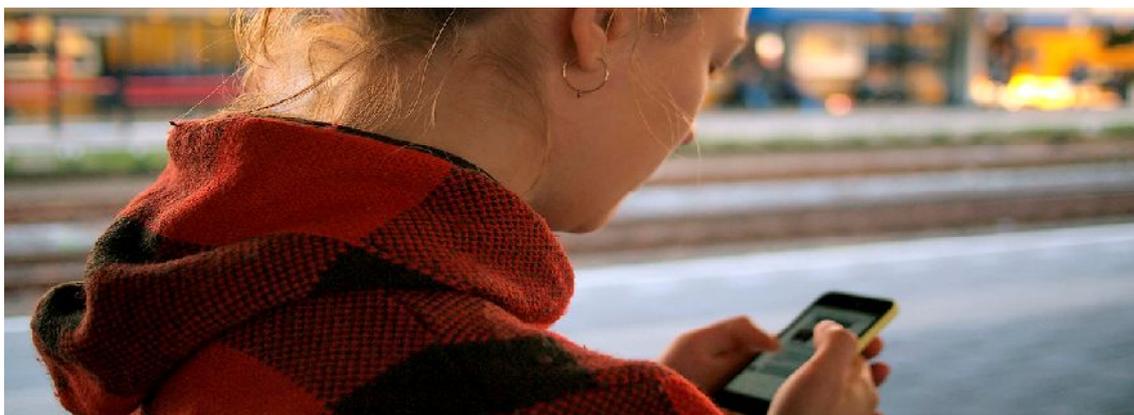
Gráfica 6.2. Motivaciones para el uso de plataformas colaborativas

Motivaciones para el uso de plataformas colaborativas



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, *Panel de Hogares de abril-junio 2016*.

Aún no existen grandes datos estadísticos sobre el impacto económico que la Economía Colaborativa produce puesto que los principales organismos no han introducido en sus macroencuestas o barómetros el estudio del consumo colaborativo. El estudio de este consumo en los hogares o en la sociedad en general nos ayudaría a conocer más en profundidad las consecuencias del auge de estos movimientos y reduciría la incertidumbre que existe al respecto.



Fuente: Ethic.es

Lo que si podemos concluir viendo la evolución de las cifras analizadas en los anteriores apartados es que la **Economía Colaborativa ha llegado para quedarse**, y que su expansión debe ser analizada para que no se escape todo el potencial de este sector.

7. REGULACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

7.1. LA REGULACIÓN EN ESPAÑA

En España, como en la mayoría del resto de los países de la Unión Europea, **no existe** por el momento una **regulación específica** para la Economía Colaborativa. Estas actividades se mueven dentro de las normas que existían antes de la aparición de este movimiento. Desde el Gobierno de España no se habían propuesto ningún tipo de iniciativas al respecto de la implantación de este nuevo sistema de consumo, salvo alguna mención o propuesta aislada de alguno de los grupos parlamentarios. Solo desde alguno de los gobiernos autonómicos, como es el ejemplo de la Generalitat de Cataluña, se vienen anunciando la revisión de las normativas de cada uno de los sectores para que

los mecanismos de la Economía Colaborativa no queden desamparados y sin regulación específica.

Por el momento, las plataformas de consumo colaborativo **desarrollan su actividad bajo la regulación de los servicios de la sociedad de la información**, incluidos en la Ley 34/2002 de Servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. En cuanto a los temas relacionados con la fiscalidad, la competencia o la materia laboral se rigen por las normas específicas de cada uno de los sectores en los que se incluyen las diferentes plataformas de Economía Colaborativa. Otro de los inconvenientes a la hora de regular la actividad es que en muchas de las ocasiones, los diferentes sectores se rigen por diferente legislación dependiendo de la Comunidad Autónoma o región en la que nos encontremos.

Como podemos observar en muchos de los noticiarios de nuestro país, existe un conflicto en la coexistencia de las empresas tradicionales de los distintos sectores y las nuevas plataformas de consumo colaborativo, ya que al margen de la competencia por los consumidores, las normas en vigor solo tienen por objeto a las tradicionales, trayendo como consecuencia multitud de diferentes interpretaciones en muchas ocasiones contrapuestas.

La Administración tiene por delante un **duro trabajo de actualización y adaptación de la normativa** tras la aparición de nuevos papeles dentro de la economía, ya que en el consumo colaborativo el consumidor o usuario es difícil de identificar cuando son los propios usuarios los que ofrecen los bienes y servicios a otros usuarios. Esta cuestión se complica a la hora de tratar la legislación de protección de los derechos de los consumidores, puesto que en este caso no hay una figura clara de “empresa” y “cliente”.

Debido a la gran preocupación por parte de los sectores que se han visto más amenazados por la inclusión de los hábitos de consumo colaborativo, y también como consecuencia de los fuertes intereses de algunos de los agentes de dichos sectores, se ha intensificado el debate de cómo se debería adaptar la legislación a los nuevos sistemas de consumo.

En este debate se observan **tres posturas claramente opuestas**. Una de ellas es la de aquellos que están a favor de adaptar la normativa con un nuevo modelo de

legislación para incluir la Economía Colaborativa en el sistema actual como un agente más; otros se muestran contrarios al movimiento colaborativo y abogan por la prohibición de las plataformas de consumo colaborativo o el endurecimiento de las leyes para acotar su actividad; y unos terceros creen que la mejor solución es apuntar a la autorregulación de la Economía Colaborativa. Si hablamos de las distintas Administraciones, podemos observar también estos tres puntos de vista.

Durante los últimos años, y cada vez con mayor intensidad, en algunos sectores han surgido **fuertes conflictos** que han concluido en enfrentamientos mediáticos y posteriormente en fuertes procesos judiciales y expedientes sancionadores. Los profesionales tradicionales de los sectores más afectados por la aparición de las plataformas colaborativas, especialmente el sector del transporte y del alojamiento, ven como la normativa actual les exige fuertes medidas y en muchas ocasiones grandes costes que los nuevos modelos de consumo colaborativo no se ven obligados a cumplir. Esto ha llevado a los agentes tradicionales a interponer **duras demandas de competencia desleal contra las plataformas de consumo colaborativo**.



Fuente: BlaBlaCar

A continuación pasaremos a analizar brevemente la situación de estos dos sectores para tener una visión sobre los conflictos y los nuevos retos que la Economía Colaborativa plantea.

Sector del Transporte de Viajeros

Los conflictos más destacados han surgido dentro del ámbito del transporte urbano de viajeros, donde los profesionales del taxi no han aceptado la irrupción de los nuevos sistemas de transporte colaborativo, ya que ven amenazado su futuro.

En España, el sistema de transporte de viajeros dentro de la ciudad cuenta con dos modalidades de transporte, el taxi y los vehículos de transporte con conductor (VTC). Pa realizar la actividad en cualquiera de las dos modalidades, la regulación se basa en la concesión y compra de licencias limitadas y la implantación de tarifas previamente pactadas y reguladas (Consejo Económico y Social Español, 2016).

Uno de los problemas aparece cuando la normativa que siguen estas dos modalidades es diferente. Mientras que el sector del taxi se rige por las normas dictadas por cada comunidad o cada municipio, los VTC siguen una regulación a nivel nacional. Es por ello que llegar a una regulación que equipare a ambas modalidades sea mucho más complejo.

En el ámbito de la competencia, las plataformas colaborativas han salido beneficiadas de los conflictos judiciales con los servicios de taxi. En este ámbito, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia considera que en Ministerio de Fomento ha beneficiado con sus normas al sector del Taxi, y ha establecido una serie de recomendaciones para eliminar la competencia desleal:

- Eliminar el límite de licencias de los Vehículos de Transporte con Conductor, que está situado en una licencia VTC por cada 30 licencias de taxi.
- Eliminar o regular la actual prohibición a los Vehículos de Transporte con Conductor de llevar a los pasajeros sin un contrato previo de arrendamiento.
- Eliminar la prohibición a los VTC de circular libremente en busca de usuarios por la ciudad.

Ante esta postura y las últimas resoluciones judiciales, el sector del taxi ha promovido y efectuado varias manifestaciones en las principales ciudades del país, llegando en algunas ocasiones a actos violentos contra los vehículos y conductores de las plataformas colaborativas o de VTC. Esta situación pone de manifiesto la necesaria regulación de la Economía Colaborativa para una convivencia exitosa de ambos sistemas económicos (Cadierno Ferrero, 2016).

Sector del Alojamiento

El alojamiento vacacional está cambiando el modo en el que los turistas planifican sus viajes. En el año 2015, 50 millones de turistas de alojaron a través de la plataforma Airbnb, lo que nos hace una idea del potencial de este nuevo sistema. Para contrarrestar los efectos del consumo colaborativo en el sector tradicional del alojamiento, algunos se han manifestado a favor de prohibir este tipo de plataformas, pero desde diversos organismos españoles la postura es bastante diferente. Así, desde la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia se recomienda una mayor libertad para el acceso de las viviendas de uso turístico al mercado (Lizarralde, 2016).

El conflicto entre los agentes tradicionales y las nuevas plataformas ha llegado ya a los juzgados, y algunas de las sentencias judiciales que se han dado en España lo hacen a favor de la Economía Colaborativa. Por ejemplo, el TSJM ha anulado el Decreto de la Comunidad de Madrid que exigía una contratación superior a 5 días de las viviendas de uso turístico.



Fuente: MPI & Dirsa

Parece que el sector del alojamiento camina hacia un escenario en el que los agentes tradicionales y los nuevos sistemas de alojamiento están destinados a convivir. Falta un duro trabajo de regularización en el que ni unos salgan beneficiados, ni otros perjudicados.

7.2. ACTUACIONES DE LA UNIÓN EUROPEA EN LA REGULACIÓN

Para paliar las repercusiones que pueden tener en un futuro no muy lejano los fuertes conflictos jurídicos que se están produciendo en el entorno del consumo

colaborativo, la Comisión Europea, en la Agenda Europea para la Economía Colaborativa (2016), ha elaborado una serie de propuestas o recomendaciones para los estados miembros de la Unión Europea con el fin de aunar las diferentes legislaciones bajo los criterios de la regulación comunitaria. La guía elaborada por la Comisión Europea resume estas recomendaciones en cinco grupos de actuación:

1. Requisitos de acceso al mercado

- a. Las Administraciones tendrán en cuenta las características de cada uno de los modelos de negocio de consumo colaborativo a la hora de evaluar los requisitos de acceso a los mercados, y valorarán si dichos requisitos son realmente necesarios, justificados y proporcionados.
- b. Se recomienda establecer criterios para cada sector sobre los que se decida cuando la actividad de una persona que ofrece sus servicios a través de plataformas de consumo colaborativo se considera profesional o no profesional.
- c. Se recomienda aprovechar esta situación para revisar la regulación de los requisitos y barreras de entrada a los operadores del mercado, simplificando y modernizando los sistemas para liberalizar a los operadores de requisitos reglamentarios innecesarios.

2. Regímenes de responsabilidad

- a. Las plataformas de Economía Colaborativa deberán seguir trabajando por aumentar la confianza de los usuarios y combatirán los contenidos online maliciosos e ilícitos. Estas plataformas ayudarán a la garantía de calidad de los servicios ofertados en ellas.

3. Protección de los usuarios

- a. Los Estados miembros de la Unión Europea intentarán garantizar la protección de los consumidores con respecto a las prácticas desleales. Esta protección deberá hacerse salvaguardando los intereses de los usuarios y no perjudicando a los particulares que ofrecen servicios en estas plataformas de manera ocasional.

- b. Se deberán reforzar los sistemas de confianza y seguridad para aumentar la credibilidad de la sociedad en la Economía Colaborativa promoviendo la participación en la misma.

4. Trabajadores por cuenta ajena y por cuenta propia en la Economía Colaborativa

- a. Deberá existir la mayor adecuación de la normativa de empleo de cada Estado a las necesidades de los trabajadores, tanto por cuenta propia como ajena, a los sistemas de consumo digital y a las iniciativas de consumo colaborativo, así como ayudar y aconsejar a todos los actores de la Economía Colaborativa a que apliquen dicha normativa de la manera más rápida y sencilla.

5. Fiscalidad

- a. Los Estados miembros de la UE deberán revisar y facilitar la recaudación en materia de impuestos de las plataformas de la Economía Colaborativa. Esta recaudación seguirá las pautas que siguen estas plataformas para el registro de su actividad.
- b. Se promoverá una actitud proactiva por parte de las plataformas de consumo colaborativo para trabajar conjuntamente con las Administraciones fiscales, ayudando al intercambio de información y garantizando el cumplimiento de la regulación fiscal y sobre la protección de datos personales.
- c. Se recomienda proceder a revisar la normativa fiscal para mejorar las condiciones de competencia equitativas entre las empresas tradicionales y los nuevos sistemas de consumo que ofrecen los mismos servicios. Asimismo, se recomienda agilizar los procedimientos de transparencia e información para orientar a las plataformas online a aplicar la normativa fiscal.

Por parte de las Administraciones de algunos países se están tomando ya medidas específicas para dar un paso adelante en la regulación y el tratamiento de la Economía Colaborativa. Así, en países como Austria, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Alemania, Italia, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal y Reino Unido se están llevando **actuaciones que propician la inclusión en su reglamento de leyes específicas** para la Economía Colaborativa. Por ejemplo, en Italia hay propuesta una ley para la tributación de los ingresos obtenidos por la actividad de la economía colaborativa no profesional, con una tasa del 10% cuando los ingresos no superan los 10.000 euros, y en Reino Unido se ha permitido a las personas ganar hasta 7.500 LE libres de impuestos por el alquiler de habitaciones en casas particulares (Consejo Económico y Social Español, 2016).

8. SISTEMAS DE CONFIANZA Y REPUTACIÓN ONLINE

8.1. EL PAPEL DE INTERNET Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MÓVILES

Como hemos apuntado ya en este trabajo, el papel de **internet es fundamental para el rápido y potencial auge de la Economía Colaborativa.**

El acceso a la oferta por medio de plataformas web aumenta de manera considerable el mercado, tanto la oferta como la demanda, al convertir los mercados tradicionales en mercados globales. Esta característica hace que se puedan aprovechar en una mayor medida las economías de escala por parte de los oferentes, lo que conlleva una serie de beneficios para ellos y para los consumidores si nos fijamos en el reducido precio final. Este aprovechamiento de las plataformas online también se demuestra en **una mayor diferenciación y una mejor especialización** en sectores y mercados concretos (CNMC, 2016)

Los mecanismos que internet ofrece ponen a disposición de empresas y consumidores una gran cantidad de **información de calidad**, mucho más actualizada y con un mayor grado de fiabilidad. La fuerte interacción entre los productores u oferentes y el consumidor final hace que se reorganice el mercado. Esta **interacción es la clave**

para el funcionamiento de las plataformas de consumo colaborativo, apoyada por los sistemas de reputación online y los mecanismos de confianza que utilizan.

Otro elemento fundamental para el éxito de la Economía Colaborativa es la irrupción de las **tecnologías móviles** en la vida cotidiana. La fuerte penetración de los Smartphones en la sociedad con la continua conexión a internet y los sistemas de geolocalización favorecen la aparición de plataformas de consumo colaborativo y de usuarios demandantes de sus productos. Estos sistemas han cambiado la manera tradicional de uso de diferentes servicios, como es el ejemplo del taxi, que tradicionalmente era demandado en las paradas habilitadas y actualmente, mediante una aplicación web podemos contactar con el mismo servicio obteniendo de manera anticipada todo tipo de información sobre la persona y el servicio que vamos a contratar (CNMC, 2016).

Internet y los smartphones han sido claves para el cambio de los mercados hacia una economía bajo demanda en la que la inmediatez de respuesta en la interacción entre oferentes y demandantes supone una de los mayores condicionantes para la aparición de las plataformas de Economía Colaborativa y los nuevos modelos de mercados.

8.2. CONFIANZA Y REPUTACIÓN ONLINE: EL MOTOR DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

A lo largo de este apartado vamos a ver como los sistemas de confianza y reputación online son **uno de los motores de la Economía Colaborativa**. La importancia de la gestión de estos dos aspectos, uno consecuencia del otro, hacen que las plataformas e iniciativas de consumo colaborativo tengan cada vez mayor aceptación en la sociedad.

En las relaciones que se han dado en los mercados durante toda la historia muchas veces podemos observar una **asimetría en la información** que nos lleva a un escenario de diferencia tanto en el poder de negociación como en la imagen que proyectan ambas partes. Esto puede llevar a que en ocasiones no se concluyan algunas de las transacciones que podían ser exitosas y viceversa, por lo que el mercado entra en una **situación de ineficiencia**.

Esta situación de información asimétrica, falta de información o poco contraste de la misma hace que la confianza entre oferentes o productos y consumidores o usuarios pueda verse mermada.

Durante muchos años estas **imperfecciones del mercado** han sido controladas mediante diferentes mecanismos tradicionales como la intervención del sector público en los mercados, los seguros o garantías ofrecidas por las empresas, los sistemas de calificación y garantía establecidos en cada sector o la misma autoregulación.

En los inicios de las transacciones por internet, los consumidores y empresas seguían basando su confianza en los mecanismos tradicionales, mucho más enfocados a las simples relaciones comerciales y no tanto a las relaciones personales. El único aspecto personal en la creación de confianza hasta este momento era la prescripción realizada por familiares, amigos y conocidos.



Fuente: unocomacinco.com

Este escenario ha ido cambiando a medida que han ido apareciendo nuevas herramientas online en nuestras vidas. Un paso importante se observó con la **aparición de las redes sociales** en nuestro día a día y su implicación en las relaciones comerciales. Los consumidores actuales, muchos de ellos nacidos dentro de la vorágine “online”, ven necesaria y fundamental la **relación bidireccional** con la empresa, y van mucho más allá compartiendo cada una de sus experiencias de compra en todas las plataformas sociales (Martínez, 2015).

En el terreno del comercio online, **la confianza depende fundamentalmente de la reputación**, y esto se acentúa con la aparición de la Economía Colaborativa. Este nuevo

movimiento basa su funcionamiento en la confianza que los usuarios de las diferentes plataformas tienen entre sí. Esta confianza es creada y apoyada por los **Sistemas de Reputación Online** basados en la información personal y profesional de los usuarios, las transacciones realizadas, las opiniones y experiencias compartidas y las calificaciones sobre los usuarios y los servicios. La actividad que tenemos cada uno de nosotros y el rastro digital que dejamos en la red muestra como somos y ayuda a analizar la confianza que desprendemos en los demás usuarios. Esta confianza es utilizada en las plataformas de Economía Colaborativa como una nueva moneda de cambio capaz de ser imprescindible para que una transacción o intercambio llegue a efectuarse (Botsman, 2010).

Vanessa Martos (2015) define la reputación online como “la percepción de una persona o marca en internet y no depende únicamente del sujeto, organización, o compañía que la ostenta, sino del resto de personas que conversan en online y comparten sus opiniones”.

Esta reputación no solo es necesaria entre los usuarios de las plataformas, sino que **la misma plataforma también debe preocuparse de crear una buena reputación online para generar mayor confianza**. Una vez que el sistema de la Economía Colaborativa ha cogido la magnitud necesaria para asentarse como un nuevo sistema económico, y una vez que la confianza entre los usuarios cada vez está más asegurada, la reputación online que las plataformas deben conseguir puede ser equiparada a la reputación tradicional de las marcas. El **branding de las plataformas de Economía Colaborativa** cada vez tiene mayor relevancia en la construcción de la confianza de los usuarios. Las plataformas están cada vez más concienciadas y se toman en serio este aspecto, por lo que algunas iniciativas como la de la plataforma de alojamientos turísticos Bemate van más allá del mundo online y verifican a cada propietario de manera personal, al igual que los alojamientos. Las estrategias de branding llevadas a cabo por las plataformas colaborativas también están enfocadas a una mayor diferenciación, que en la mayoría de los casos se basa en ofrecer un mayor número de garantías a los usuarios (Rodríguez, 2015).

Las plataformas colaborativas incluyen en su funcionamiento diferentes mecanismos de reputación. Uno de los más utilizados es el **aprovechamiento de los perfiles**

digitales de los usuarios en Facebook, Twitter, Instagram, etc., conectando los perfiles de cada usuario en las diferentes plataformas con estos perfiles en las redes sociales.

Otro de los mecanismos más populares es el utilizado por la plataforma eBay, el Feedback Forum, un **sistema de puntuación mutua entre comprador y vendedor** que otorga a los usuarios diferentes distinciones. Este sistema ha sido adaptado por numerosas plataformas y es considerado como el padre de los sistemas de reputación online (Cañigüeral, 2011).



Fuente: diarioresponsable.com

Otras plataformas como CouchSurfing o Airbnb utilizan **sistemas de referencias** para apoyar la confianza de los usuarios. En estas plataformas de alojamiento, los usuarios pueden ser avalados y verificados con una serie de condiciones.

Crear una sensación de **pertenencia a una comunidad** también puede ser un mecanismo de generación de confianza entre los usuarios. Una de las empresas que han promovido esto es Zipcar (comprada por Avis), cuyos usuarios se denominan entre ellos Zipster, creando una especie de comunidad identificativa y exclusiva entre los usuarios de sus servicios. Esta práctica, utilizada también en el mundo offline es una de las más efectivas ya que son muy fáciles de gestionar.

La empresa española SocilCar ha contribuido a la generación de confianza con un sistema de encuentros entre los usuarios a la hora de entregar y devolver las llaves de los coches alquilados y así dar una sensación de servicio más personal y cercano. Este mecanismo apoya a los ya tradicionales sistemas de geolocalización que poseen muchas de las plataformas de alquiler o préstamo de vehículos.

Rachel Botsman (2010) expone una serie de características esenciales para el diseño e implantación de los sistemas de reputación online en la Economía Colaborativa, las cuales son:

- **Competición:** el ser humano es competitivo por naturaleza, por lo que se recomienda establecer una especie de ranking para aumentar la participación y esfuerzo de los usuarios.
- **Calidad:** los usuarios que mantienen una constante actividad en la generación de contenido en las plataformas y que se toman en serio las valoraciones de los demás usuarios deben ser recompensados.
- **Valoración “pegajosa”:** es aconsejable utilizar algún sistemas de puntuación con símbolos identificativos, como pueden ser estrellas, números, etc., y buscar un nombre atractivo que identifique este sistema.
- **Gente como yo:** la creación de redes cerradas a la hora de valorar las opiniones será acertada, ya que las personas solemos identificarnos con gente de nuestro entorno, misma universidad, mismo trabajo, etc.
- **Vigilancia de los usuarios:** los usuarios vigilan el sistema de reputación aunque la empresa u organización propia de la plataforma debe estar dispuesta a mediar ante posibles conflictos, inclusive expulsando a algunos usuarios que perturban el buen uso de la misma.

Una de las aplicaciones indirectas que puede tener la gestión de la reputación online es la **segmentación de precios**, ya que la diferenciación de los usuarios en cuanto al nivel de reputación que poseen puede hacer que un usuario esté dispuesto a pagar un precio mayor o menor por los servicios ofrecidos por estos (Rodríguez, 2015).

La Economía Colaborativa tiene por delante el reto de gestionar esta reputación online y generar la confianza suficiente en los sistemas, y más cuando cuestiones como la protección de datos juega un papel fundamental en este ámbito. Actualmente, en muchas de los foros y círculos especializados en consumo colaborativo se observa la

preocupación por decidir cómo se gestiona **la propiedad de los datos y la reputación de los usuarios**, si a estos o la plataforma. Por ello, en los últimos años existen iniciativas dedicadas exclusivamente a la gestión de la reputación online, facilitando la tarea a las plataformas y unificando los datos de todas ellas en perfiles de confianza únicos para cada usuario.

Cuadro 8.1. Herramientas de ayuda a la generación de confianza

Plataforma Colaborativa	Descripción
Traity	Plataforma basada en el sistema de gestión de la reputación. Permite a los usuarios utilizar su reputación en cualquiera de las plataformas colaborativas.
Jumio	Plataforma dedicada a la verificación de la identidad de los usuarios de las diferentes plataformas de consumo colaborativo.
Deemly	Sistema de reputación portátil.
MangoPay	Sistema de pagos especializado en Economía Colaborativa que ayuda a obtener una imagen de confianza en las transacciones a los usuarios.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9. PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA

Existen miles de ejemplos de plataformas dedicadas al consumo colaborativo. En este epígrafe vamos a explicar los diferentes ejemplos de plataformas de economía colaborativa tomando como referencia el ámbito español. Siguiendo el listado del blog Consumocolaborativo.com¹² de las múltiples aplicaciones web clasificaremos las mismas dentro de cada necesidad del consumidor a la que hacen referencia.

9.1. COMPARTIR COCHE, TRAYECTOS O PARKING

9.1.1. Carpooling

Este sistema de transporte consiste en compartir vehículo con otros viajeros para realizar trayectos de una ciudad a otra de manera puntual, periódica o habitual. Lo más común es que se realice entre personas que no se conocen previamente y con motivo de ocio. Con la práctica del Carpooling, además de reducir los costes propios del viaje,

¹² Fundado por Albert Cañigüeral en 2011, es hoy uno de los blogs de referencia en todos los países de habla castellana. En el se encuentra el directoria más amplio y actualizado de iniciativas de consumo colaborativo.

también estamos contribuyendo al medioambiente y a la descongestión del tráfico. Como consecuencia de estos beneficios, este sistema de transporte está siendo apoyado por numerosas iniciativas tanto personales como de entidades públicas (Diana, 2011).

Cuadro 9.1. Plataformas de Carpooling en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Blablacar	Antiguamente Comuto.es es quizás la plataforma más conocida en España para compartir coche.
Amovens	Especializada en compartir trayectos y organizarse para asistir a festivales y otros eventos.
Carpling	Muy recomendable para trayectos en la ciudad, como por ejemplo para ir al trabajo o a la Universidad.
MokMokCars	Para compartir trayectos de forma habitual con las mismas personas y ahorrar.
Shareling	Compartir viajes en coche.
Diacamma	Diseñada para compartir coche o taxi.
VoyEnCoche	Una opción para compartir el coche en cualquier situación.
CocheAmigos	Esta plataforma ofrece compartir coche sin pagar comisiones.
TerangaGO	Especializado en los trayectos de regreso de emigrantes a sus países de origen.
Gopli	Esta aplicación no es exclusiva de consumo colaborativo, sino que ofrece varias alternativas de movilidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.



Fuente: El Confidencial

9.1.2. Alquiler de coches entre particulares

Denominado como P2P Carsharing, trata de poner en contacto a personas que poseen un coche infrautilizado y a personas que necesitan un vehículo para una ocasión concreta, utilizando como forma de comunicación las aplicaciones web y móviles. Es una buena manera de sacar un mayor rendimiento y un dinero extra por parte del propietario, y abaratar costes por parte de la persona que lo alquila. En estas

aplicaciones tienen un papel muy importante los sistemas de reputación y confianza debido a los riesgos que conlleva que una persona desconocida utilice nuestro coche particular (Autofácil, 2016).

Cuadro 9.2. Plataformas de alquiler de coches entre particulares en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
SocialCar	Pone en contacto a particulares para alquilar sus vehículos a un precio asequible.
Ridelink	Especializada en el alquiler de coches entre personas del mismo barrio.
Drivy	Una de las opciones sencillas de alquiler de coches entre particulares.
AreaVan	Esta especializada en el alquiler de campervans.
Yescapa	Para compartir caravanas entre personas de una misma área de la ciudad.
FreeCaravan	La plataforma más popular en el alquiler de auto caravanas entre particulares.
Eccocar	Esta plataforma utiliza únicamente la tecnología móvil para el alquiler de coches entre particulares.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.1.3. Carsharing

Consiste en un servicio de coche compartido que pone a disposición de los conductores una flota de coches que pueden ser utilizados en pequeños periodos de tiempo. Mediante una aplicación web o móvil se contrata previamente el servicio y se paga al finalizar el mismo, incluyendo este tanto el combustible como el seguro. En muchos de los casos, estas flotas de vehículos en su mayoría poseen tecnología híbrida o eléctrica por razones de cuidado medioambiental (Electromovilidad, 2012).

Cuadro 9.3. Plataformas de Carsharing en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Avancar/Zipcar/AVIS	Avancar está dedicada a la flota de coches compartidos desde 2005. Fue comprada por Zipcar y en 2013 esta a su vez comprada por AVIS.
Car2go	Con actividad exclusiva en Madrid, especializada en el carSharing "oneway".
RespiroMadrid	Fue el primer servicio de carsharing de la ciudad de Madrid con el objetivo de apoyar la movilidad sostenible.
BlueMove	Carsharing que opera en Sevilla y en Madrid.
Emov	Es una iniciativa creada por Peugeot con una flota de vehículos exclusivamente eléctricos.
Yugo	Modalidad de carsharing para motos eléctricas en Barcelona.
eCooltra	Otra modalidad de carsharing para motos pero sin base específica para su flota.

SomMobilitat	Iniciativa en forma de cooperativa para la movilidad compartida.
ClickCar	Carsharing que opera en la ciudad de Bilbao.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.1.4. El “coche de barrio”

En los últimos años se han creado en algunas de las mayores ciudades europeas un proyecto que combina el Carsharing y el alquiler de coches entre particulares. Consiste en que un grupo de vecinos se pone de acuerdo para adquirir un coche y compartirlo con el resto de las personas del mismo barrio. En Madrid podemos encontrar el proyecto Bluemove Community (Cañigüeral, 2014).

9.1.5. Estacionamiento compartido

La congestión de las ciudades en cuanto a vehículos se refiere afecta notablemente al escaso número de plazas de aparcamiento. Los sistemas colaborativos de estacionamiento compartido se basan en el alquiler, préstamo o cesión de una plaza de aparcamiento cuando la persona que la posee no se encuentra estacionada en la misma.

Cuadro 9.4. Plataformas de Estacionamiento compartido en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Parclick	Plataforma dedicada a las reservas de aparcamiento entre otros servicios.
ParkingHood	Para el alquiler de plazas de aparcamiento entre particulares.
Comparko	Esta aplicación ofrece compartir plazas de garaje en toda España.
Parkly	Especializada en el alquiler de plazas de garaje cuando se encuentran en desuso ocasional.
Wazypark	Esta plataforma está dedicada a facilitar la búsqueda de aparcamiento en las calles de la ciudad.
Parquo	Similar a Parkly, sirve para alquilar plazas de garaje cuando no están siendo utilizadas.
Spotoops	Dedicada a la búsqueda de plazas compartidas de aparcamiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.1.6. Taxi o similares

En este ámbito existen dos tipos de aplicaciones o sistemas diferenciados y uno más polémico que otro.

En primer lugar aparecieron las aplicaciones para compartir taxi entre varias personas que tenían un mismo destino o que este estaba en una misma dirección, muy apropiado para desplazamientos entre la ciudad y el aeropuerto por ejemplo. Estas aplicaciones no crearon gran problema para el sector.

Con el paso del tiempo se crearon las plataformas de conductores particulares para compartir trayectos urbanos. Estas plataformas chocan directamente con el servicio de taxi, ya que el producto es el mismo pero sin la necesidad de pagar las licencias ni seguros que pagan los taxis tradicionales, y es aquí donde salta la polémica. Es tarea de las Administraciones públicas la regulación de estas plataformas para una futura convivencia de ambas ofertas (Cañigüeral, 2014).

Cuadro 9.5. Plataformas de Taxi o similares en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
JoinUpTaxi	Empresa que pone en contacto a viajeros de una misma ciudad para compartir taxi en sus trayectos. Disponible para Madrid y Barcelona.
Uber	Plataforma de vehículos VTC para el transporte de viajeros en trayectos urbanos en la ciudad de Madrid.
Cabify	Especializada en vehículos de alta gama y conductores profesionales ofrece movilidad compartida en España y Latinoamérica.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.1.7. Para el Tren

Estas plataformas se basan principalmente en poner a personas que tienen un destino común en contacto para aprovechar las tarifas de grupo y otros descuentos a la hora de adquirir los billetes de tren.

Cuadro 9.6. Plataformas de consumo colaborativo para Tren en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
CompartirTrenMesaAVE	Pone en contacto a viajeros a través del Facebook para aprovechar las ofertas y tarifas de grupo del tren AVE.
ComparteTren	Plataforma para encontrar mejores precios en el AVE al contratar la tarifa mesa.
TrenHub	Dedicada a la reventa y compra de tarifa mesa del AVE en España.
Truecalia	Portal dedicado a la reventa de billetes de tren cuando no se va a hacer uso de los mismos por algún motivo en particular.
RailPanda	Plataforma para la compra-venta de billetes de tren entre particulares.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.1.8. Otros

Cuadro 9.7. Otras plataformas de movilidad compartida

Plataforma Colaborativa	Descripción
Wydme	Plataforma para compartir vehículo entre los compañeros de trabajo.
Ibilek	Servicio de carsharing que opera en el País Vasco exclusivamente con vehículos eléctricos.
Compartir	Pone en contacto a viajeros para compartir trayectos en diferentes medios de transporte.
ViajamosJuntos	Especializada en el turismo de aventura.
Ibilkari.com	Carsharing exclusivo para socios de Eusko Car Sharing Eikartea. Una especie de cooperativa que tiene actividad en el País Vasco.
Fesedit	Servicio exclusivo para la Universidad de Girona.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.2. COMPARTIR BICICLETA

Estos sistemas de bicicletas compartidas, en la mayoría de las ocasiones bicicletas públicas, se basan en poner a disposición de los ciudadanos una flota de bicicletas completamente equipadas para ser utilizadas como transporte público para moverse de un punto a otro de la ciudad sin la necesidad de preocuparse por el cuidado de la propia bicicleta. Estas bicicletas suelen contar con sistemas de posicionamiento global o de identificación por radiofrecuencia para la seguridad y el seguimiento por parte de las empresas que gestionan el servicio.

Cuadro 9.8. Plataformas de servicios de bicicletas compartidas en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Bicing	Servicio de bicicletas públicas de la ciudad de Barcelona.
CirculaEnBici	Proyecto que ha creado un mapa con todas las iniciativas de bicicleta pública de España.
TallerGratuitodeBici	Tiene actividad en Madrid y reparan tu bicicleta bajo las premisas del consumo colaborativo.
Biciclot	Cooperativa de trabajo dedicada a promover el uso de la bicicleta en el ámbito turístico, educativo y de ocio.
mBici	Cooperativa catalana que ofrece multitud de servicios relacionados con la bicicleta.
LibertaTuBici.org	Programa para promover el uso de la bici que basa su actividad en animar a utilizar las bicicletas de aquellas personas que las tienen paradas y guardadas en sus trasteros.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.3. CROWDFUNDING

El movimiento Crowdfunding, una de las modalidades más conocidas de la Economía Colaborativa, tiene como finalidad la búsqueda de financiación económica para un proyecto concreto. Es una alternativa a los servicios de financiación bancarios tradicionales para buscar una reducción en los costes asociados a ella.

El Crowdfunding comienza con el lanzamiento de la idea o proyecto en una plataforma web explicando claramente en qué consiste. Este proyecto es valorado por los usuarios de la aplicación y si consigue ser aprobado comienza el periodo para conseguir la financiación necesaria. El auge de este tipo de plataformas ha hecho que estas estén ya incluidas en la legislación española y están definidas en la Ley 5/2015 del 27 de abril como plataformas de financiación participativa (Coinc, 2015)

Cuadro 9.9. Plataformas de Crowdfunding en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Lanzanos.com	Es una de las plataformas de crowdfunding más populares de España. Tiene mucha importancia en el sector de la producción musical.
Goteo.org	Definen su principal característica como “la difusión del conocimiento libre y el código abierto. Dedicada a todo tipo de negocios e ideas.
Volanda	Búsqueda de fondos para cualquier tipo de proyecto o idea.
Fandyu	Financiación colectiva para emprendedores.
Verkami	Plataforma de crowdfunding para financiar ideas e iniciativas creativas.
Ulule	Especializada en la búsqueda de financiación de proyectos artísticos y creativos.
Lohagopor	Búsqueda de fondos para ONGs.
Sociosinversores.es	Una de las principales plataformas en España para la financiación y creación de empresas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados de la web universocrowdfunding.com.

9.4. CROWDGIFTING

Las plataformas de Crowdfunding ponen en contacto a grupos de personas con la finalidad de comprar regalos entre ellas. En ellas se crea una especie de bote para el cual cada participante aporta la suma de dinero que considera o la que se haya estipulado previamente. Posteriormente ese dinero será transferido a una cuenta para realizar la

compra del regalo. Podemos decir que esta modalidad tiene algo de semejanza con las conocidas listas de boda (Coinc, 2015).

Cuadro 9.10. Plataformas de Crowdfunding en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Leetchi	Plataforma francesa que ha irrumpido en la Economía Colaborativa española con fuerza.
Kolecta	Promueve el Crowdfunding entre un grupo de amigos en vez de con desconocidos.
Splitfyt	Se basa únicamente en la modalidad de creación de un bote conjunto para la compra de regalos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.5. CROWD...

En este apartado indicaremos aquellas plataformas basadas en la creación de un grupo extenso de personas que se unen para realizar o adquirir algo de manera conjunta.

Cuadro 9.11. Plataformas de consumo colaborativo en grupo en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Screenly	Iniciativa de Crowdticketing dedicada poner en contacto a personas para la compra de entradas de cine.
Film2	Plataforma dedicada a organizar sesiones de cine en casa de un particular e invitar a otras personas de su ciudad.
RadarPrice	Modalidad de crowdsourcing para comparar los precios de los comercios de una misma ciudad.
Unnea	Aplicación móvil para la realización de compras colectivas.
EntreSocios	Plataforma dedicada a la búsqueda de socios para compartir proyectos.
PlaceToPlug	Es una red de puntos de carga para coches eléctricos que pueden ser reservados y utilizan su propio sistema de pago.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.6. BANCOS DE TIEMPO E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS

Los Bancos de Tiempo son plataformas para compartir habilidades entre los usuarios son existir un intercambio monetario. Los usuarios cambiarán las horas prestadas por tiempo recibido por otras personas en otra actividad. Estas plataformas

están muy ligadas a la creación de capital social y a la redefinición del trabajo, tomando como máxima la ayuda mutua dentro de una comunidad.

Cuadro 9.12. Bancos de Tiempo en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
BDTOnline.org	Iniciativa que ha creado un mapa sobre todos los bancos de tiempo de España.
ABT	Asociación dedicada al asesoramiento de la gestión de los bancos de tiempo.
TimeRepublik	Plataforma que ha revolucionado el sistema tradicional de bancos de tiempo con nuevas iniciativas y modelos.
Central de BT habla hispana	Ofrece soluciones, herramientas y asesoramiento a los usuarios de los bancos de tiempo en regiones de habla hispana.
XIC	Bancos de tiempo tradicionales y en su mayoría offline.
Barcelona Actua	Red solidaria creada en Barcelona para la ayuda a personas con necesidades.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.7. COWORKING

Consiste en la creación de espacios físicos en los que profesionales de todos los sectores, emprendedores o estudiantes se unen para trabajar en sus proyectos propios. En un principio estos espacios se crearon como medio para reducir gastos y crear un ambiente profesional fuera de la propia empresa, pero con el tiempo han evolucionado y a día de hoy, estos espacios se basan fundamentalmente en compartir e intercambiar experiencias, conocimientos, ideas y proyectos. Estos espacios son cada vez más numerosos en todo el mundo y están cambiando la manera de aprender y trabajar conjuntamente en espacios de trabajo (Zona Coworking, 2012).

Cuadro 9.13. Iniciativas de Coworking en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
CoworkingSpain	Esta aplicación muestra de manera actualizada los espacios de Coworking disponibles en el territorio español.
eWorky	Plataforma que ofrece a sus usuarios la búsqueda del espacio de Coworking que más se amolda a sus necesidades.
Comunidad CoWorking	Es la primera iniciativa dedicada a la cultura del Coworking en España. Realiza la publicación de una revista online sobre este tema.
Nexodus	Se trata de un software que ayuda a los usuarios de espacios de coworking.
SpaceBee	Plataforma para alquilar o compartir espacios y oficinas profesionales.

CoPass	Iniciativa que registra a los usuarios en modo de “club” para poder hacer uso de multitud de espacios de Coworking en todo el mundo.
Coworkation	Especializado en trabajadores locales independientes.
CoworkingOn	Facilita la búsqueda de grupos de Coworking dependiendo de las necesidades y características de cada usuario.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.8. TURISMO COLABORATIVO

Cuando nos referimos a Turismo Colaborativo o Turismo peer-to-peer hablamos de un nuevo concepto de viajar que se basa principalmente en compartir o intercambiar transporte, alojamiento o experiencias entre los usuarios de las plataformas (Pascual, 2016).

9.8.1. Alojamiento temporal P2P

El alojamiento temporal peer-to-peer es una de las iniciativas más populares dentro del movimiento de consumo colaborativo. Se basa en el préstamo o alquiler de una habitación o espacio para el alojamiento durante la realización de un viaje.

Cuadro 9.14. Plataformas de alojamiento P2P en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Airbnb	Plataforma por excelencia del alojamiento temporal P2P. Opera en todo el mundo y se ha convertido en una de las mayores empresas de la Economía Colaborativa.
CouchSurfing	Sistema de intercambio de alojamiento en casas particulares entre personas que no se conocen previamente. Precursor de esta modalidad.
Bed y Casa	Alojamiento temporal especializado en casas familiares.
9flats	Plataforma con presencia en varias ciudades españolas.
Alterkeys	Esta iniciativa fue comprada por la empresa BeMate. Es el Airbnb español.
HomeAway	Alquiler de apartamentos y chalets a un módico precio para fines vacacionales.
Niumba	Propiedad de Tripadvisor sigue su mismo patrón para el alquiler vacacional.
Rentalia	Plataforma dedicada al alquiler vacacional en Portugal, Italia y España.
Only-Apartments	Plataforma de alquiler vacacional especializada en apartamentos y estudios.
WWOOF	Iniciativa basada cambiar alojamiento y comida por trabajos voluntarios principalmente en granjas orgánicas.

Workaway	Sistema de intercambio justo entre viajeros.
BeMate	Esta empresa une las comodidades de un hotel con las características de un apartamento turístico.
KarmaHome	Plataforma especializada en compartir casa entre amigos o particulares que se conocen previamente.
WarmShowers	Plataforma de couchsurfing especializada en compartir alojamiento entre personas que practican ciclismo.
MyHOSTpitality	Especializada en experiencias de aprendizaje de idiomas al compartir alojamiento con personas nativas de todos los países.
ByDays	Plataforma similar a Airbnb pero enfocada a personas con movilidad especial.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.8.2. Intercambio de casas

En el intercambio de casas los usuarios no obtienen ningún tipo de ingreso monetario, tan solo la reciprocidad del alojamiento. Además, entre los participantes se suelen compartir algunas experiencias sobre el destino. Son plataformas muy utilizadas por personas de entre 30 y 40 años de edad, con familia y de clase media-alta, puesto que esta modalidad de alojamiento otorga la comodidad de un hogar. Es muy importante la información sobre los usuarios ya que cuenta en gran medida la reputación y confianza de unos miembros hacia otros dado que no estamos dispuestos a dejar nuestra casa a “cualquiera” (Cañigüeral, 2014).

Cuadro 9.15. Plataformas de Intercambio de casas que operan en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Knok	Dedicada a poner en contacto a viajeros para el intercambio de casas vacacionales.
MyTwinPlace	Con presencia en más de 160 países en los que viajeros intercambian casa sin dinero de por medio.
Intervac	Una de las plataformas pioneras en el sistema de intercambio de casas.
HappyHamlet	Una manera sencilla y divertida de intercambiar casa con mucha interacción entre sus usuarios.
GoCambio	Se basa en el intercambio de casas a cambio de clases de idiomas.
BeHomm	Especializada en el intercambio de casas entre artistas y diseñadores.
BedRural	Especializada en el ámbito rural.
CasaVersa	Otra opción para el intercambio de casas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.8.3. Otros

Cuadro 9.16. Otras plataformas de turismo colaborativo

Plataforma Colaborativa	Descripción
Wonowo	Es la primera iniciativa que opera como un buscador para el turista colaborativo.
Ijendu	Plataforma a modo de marketplace para organizar viajes bajo el consumo colaborativo.
Troovel	Funciona como una guía de viajes.
Gamping	Pone en contacto a particulares que comparten el espacio de sus casas para acampar.
ChangeYourFlight	Plataforma para intercambiar billetes de vuelo cuando por alguna razón no puedes volar en la fecha fijada.
BoatBureau	Intercambio de pequeñas embarcaciones para realizar actividades de ocio.
Nautal	Alquiler de embarcaciones y organización de excursiones en barco.
BarcoAmigo	Plataforma que pone en contacto a particulares con profesionales en el mundo de la navegación marítima.
StreetBarter	Iniciativa para el intercambio de divisas entre los usuarios de todo el mundo
BeWelcome	Plataforma de intercambio de alojamiento que funciona igual que Couchsurfing
PresentingMyCity	Conecta a viajeros con el fin de conocerse entre ellos y buscar la manera de viajar gratis a lo largo de todo el mundo.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.9. LOGÍSTICA P2P

Las plataformas de distribución colaborativa ponen en contacto a personas que desean enviar o recibir algo a través de personas que van a realizar un viaje o desplazamiento. Esto consigue un método de transporte mucho más ecológico y económico que los sistemas tradicionales. la persona que encarga el transporte ahorra en costes mientras que la persona que realiza el desplazamiento optimiza el espacio de su vehículo y consigue un dinero extra (Rouanet, 2013).

Cuadro 9.17. Plataformas de distribución colaborativa que operan en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
PiggyBee	Aplicación que ofrece poner en contacto a sus usuarios con viajeros para el envío de objetos.
BonCarry	Sistema de envío basado en las relaciones entre sus usuarios creando una red de particulares.

Clicktrans	Iniciativa que intenta optimizar el sistema de envíos y transporte.
Movesimo	Iniciativa similar a Clicktrans pero especializada en el transporte de mercancías.
Tomandgo	Servicio de mensajería entre viajeros.
Glovo	Mensajería urbana entra particulares.
Koiki	Especializada en la mensajería de productos ecológicos y sistemas de transporte beneficiosos para el medioambiente.
UBringg	Entrega urgente mediante sistemas de consumo colaborativo.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.10. HABITACIONES EN PISOS COMPARTIDOS

Este tipo de plataformas están basadas en poner en contacto a personas de todos los lugares del mundo, especialmente estudiantes, con el fin de compartir un piso durante un periodo de tiempo concreto. Existen iniciativas enfocadas exclusivamente al programa Erasmus.

9.11. INTERCAMBIOS O REDISTRIBUCIÓN GRATUITOS

Cuadro 9.18. Plataformas colaborativas de redistribución gratuita

Plataforma Colaborativa	Descripción
VivirSinEmpleo.org	Organización sin ánimo de lucro que ofrece multitud de ideas para el aprovechamiento de los recursos y como vivir compartiendo.
No Lo Tiro	Plataforma que pone en contacto a personas que desean dar las cosas que ya no usas sin ningún tipo de intercambio o contraprestación.
RopaDona	Ofrece el servicio de intercambio de ropa de mujer.
Toys2help	Iniciativa para regalar a otras personas los juguetes que ya no se usan.
Reciclanet	Sistema de arreglo de equipos informáticos y red para compartir software libres.
Donalo	Este proyecto intenta aprovechar los excedentes de las empresas para que no se desperdicien.
Helpin'	Plataforma para el intercambio de favores o objetos entre personas que viven en una misma área de la ciudad.
Trueketeke	Este portal de nueva creación apoya el intercambio gratuito entre empresas y particulares para aprovechar los recursos al máximo.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.12. INTERCAMBIOS O REDISTRIBUCIÓN CON PAGO

Cuadro 9.19. Plataformas colaborativas de redistribución con pago

Plataforma Colaborativa	Descripción
Ebay	Plataforma de referencia mundial en la compra-venta de artículos online. Es una de las iniciativas precursoras del movimiento colaborativo.
MilAnuncios	Uno de los portales de compra-venta de artículos de segunda mano más visitados en España.
Wallapop	Aplicación móvil con un fuerte crecimiento en España para la venta de todo tipo de artículos de segunda mano.
Vibbo	Aplicación web apoyada en la geolocalización para la compra-venta de artículos de segunda mano. Perteneció a la plataforma SegundaMano.com.
LetGo	Aplicación de características similares a Wallapop y Vibbo.
Chicfy	Plataforma de compra-venta de ropa de segunda mano enfocada al público femenino y conocida por sus spots publicitarios.
Closet	Servicio de compra-venta de ropa de segunda mano que sigue el patrón de una red social.
Ticketbis	Redistribución de entradas entre particulares para todo tipo de eventos.
ManzanasUsadas	Especializada en la redistribución de artículos Apple.
Pikeando	Especializada en la redistribución de artículos de Ikea.
UnyBook	Portal dedicado a la venta de apuntes universitarios en España.
FleaMarket	Mercadillo offline de productos de segunda mano que se celebra en la ciudad de Barcelona todos los meses.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.13. MICROTAREAS

Estos portales ofrecen un amplio abanico de usuarios dispuestos a realizar tareas o actividades de toda clase, desde pasear al perro hasta arreglar el coche a precios muy reducidos, y en muchas de las ocasiones negociables. Los retos que estos portales proponen a las Administraciones es cómo regular a las personas que prestan estos servicios, si son trabajadores o no, y que derechos y obligaciones tienen (G. Pascual, 2017).

Cuadro 9.20. Plataformas de intercambio de tareas entre particulares

Plataforma Colaborativa	Descripción
Etece.es	Gran plataforma de microtareas que ha iniciado su actividad con una inversión de 500.000 euros.

Guudjob	Buscador y aplicación de contacto de profesionales para la realización de pequeños trabajos a particulares.
Swapsee	Plataforma para contratar a profesionales independientes de una misma localidad.
Fiverr	Uno de los portales más populares en el ámbito de los servicios online.
AlertaPhone	Plataforma para contactar con profesionales de la reparación de teléfonos móvil.
Gudog	Contacto con personas para el cuidado de perros.
PetBooking	Contacto con personas que se dedican al cuidado de todo tipo de mascotas.
Nidmi	Plataforma para la búsqueda de asistentes o cuidadores de personas dependientes.
BePoppins	Plataforma para el contacto con personas que se dedican al cuidado de los niños.
GetYourHero	Servicio de limpieza del hogar y de espacios comerciales.
Entrenar.me	Marketplace donde encontrar entrenadores personales.
Llollo	Iniciativa que contacta a conductores con personas que están dispuestas a aparcar por ellos a cambio de una pequeña contraprestación económica.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.14. EDUCACIÓN P2P

Los sistemas tradicionales de enseñanza están siendo cada vez más cuestionados en todos los ámbitos de la sociedad. Como alternativa van apareciendo cada vez un número mayor de iniciativas como portales de cursos online, pequeñas capsulas de conocimiento interactivo, video tutoriales para todo tipo de actividades y todo tipo de blogs o comunidades. Pero estas iniciativas no solo están en el mundo online, también existen otras como escuelas particulares creadas por grupos de profesionales de varios sectores o los populares grupos de conversación para aprender idiomas en espacios cotidianos (Cañigueral, 2014).

Cuadro 9.21. Plataformas de educación colaborativa entre particulares

Plataforma Colaborativa	Descripción
Floqq	Se basa en poner en contacto a profesores y alumnos con el fin de impartir pequeñas clases de formación (píldoras).
Tutellus	Como ellos mismos se definen, es un servicio para “aprender y enseñar habilidades y experiencias vitales”.
Foxize	Educación sobre el ámbito de los negocios.
Cursopedia	Plataforma que ofrece la posibilidad de compartir videos formativos entre

	particulares.
Sharing Academy	Contacta a universitarios para que estos se den clases particulares entre sí.
Wanapass	Una larga oferta de particulares que den clases de apoyo a otras personas, adultos o niños.
GoProfe	Iniciativa para poner en contacto a profesores y estudiantes de inglés.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.15. NIÑOS: JUGUETES, ROPA Y OTROS

Estas plataformas surgen de la necesidad de ahorro cuando se tienen niños en la familia. Estos no paran de crecer, de querer nuevos juguetes o de necesitar libros nuevos año tras año. Por ello se han creado diferentes iniciativas de intercambio o alquiler de ropa, juguetes y libros (Cañigüeral, 2014).

9.16. GASTRONOMÍA P2P

Las aplicaciones de Social Dining son plataformas que unen a personas dispuestas a cocinar con comensales dispuestos a ser recibidos y a pagar un precio previamente cerrado. En la aplicación podemos ver el menú que cada anfitrión ofrece, el precio y la valoración que el resto de usuarios ha hecho del mismo (Calvo, 2015).

Según David Basilio, director general de Linkers¹³, el objetivo del Colunching, Mealsurfing o Social Dining es el de de “conocer y probar la cocina autóctona a través de los propios ciudadanos que, con una filosofía de compartir los gastos de elaboración de una comida, se ofrecen como anfitriones gastronómicos” (Gasma, 2014).

Las diferentes plataformas dedicadas a la gastronomía P2P las veremos más adelante, puesto que desarrollaremos con más profundidad esta modalidad en otro punto.

9.17. SERVICIOS FINANCIEROS COLABORATIVOS

El movimiento de consumo colaborativo se ha introducido en el sector financiero rápidamente, y servicios antes exclusivos del sistema bancario tradicional ahora son

¹³ Empresa dedicada al asesoramiento de profesionales en el sector de la Hostelería y el Turismo.

ofertados en múltiples plataformas de Economía Colaborativa. Los préstamos financieros entre particulares, Crowdfunding o Crowdlending que hemos visto anteriormente son solo un ejemplo de estos servicios. Otro ejemplo son las transferencias y giros directos internacionales, que consiguen rebajar en gran medida las comisiones cobradas por los bancos. Otras plataformas basan su actividad en el intercambio de divisas poniendo en contacto a compradores y vendedores de divisas para aplicar un cambio de estas a tiempo real (Compromiso Empresarial, 2016).

El Crowdfunding inmobiliario también se está abriendo paso entre los usuarios de plataformas colaborativas. Funciona igual que el crowdfunding tradicional pero financia proyectos de compra-venta de inmuebles, alquiler de los mismos o proyectos de construcción y reformas.

Cuadro 9.22. Plataformas de servicios financieros colaborativos

Plataforma Colaborativa	Descripción
Communitae	Plataforma dedicada a la búsqueda de financiación a través de pequeños préstamos directos entre particulares.
Arboribus	Financiación para pymes.
Grow.ly	Especializada en la búsqueda de préstamos de particulares a empresas.
Crosslend	Mercado de crédito online que opera en toda Europa.
WeSwap	Plataforma dedicada a poner en contacto a particulares para el intercambio de divisas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.18. GRUPOS DE CONSUMO DE PROXIMIDAD

Se trata de grupos de personas, normalmente vecinos de un mismo barrio o ciudad, que se unen para comprar de forma regular y habitual productos directamente al productor. Este movimiento está muy ligado a una filosofía ecológica y apuesta por las sociedades cooperativistas. Aunque principalmente y en sus inicios los grupos de consumo se creaban para compras realizadas a agricultores, es decir, para comprar productos naturales, en la actualidad las compras abarcan todo tipo de bienes y servicios (Ecoagricultor, 2012)(Vivas, 2014).

Cuadro 9.23. Grupos de consumo de proximidad en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
LaColmenaQueDiceSi	Especializada en la compra de productos naturales a agricultores locales.
ECO agricultor	Plataforma que intenta fomentar el consumo local poniendo en contacto a agricultores, grupos de consumo y particulares.
Grupo a Grupo	Organización de grupos de consumo locales.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.19. HUERTOS COMPARTIDOS

Estas plataformas ponen en contacto a personas que quieren cultivar sus propios productos y a aquellas que poseen un terreno pero no lo trabajan. Estas últimas prestan este terreno a cambio de compartir los productos recolectados. En la mayoría de las ocasiones, se exige a la persona que va a cultivar y trabajar el terreno seguir unas pautas ecológicas sin uso de abonos químicos o herbicidas, del mismo modo que también se prohíbe la venta de la cosecha (Cañigüeral, 2012).

Cuadro 9.24. Iniciativas de huertos compartidos en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
Huertos Compartidos	Su lema es “tú cultivas, yo te dejo la tierra”. Plataforma que tiene su actividad en Madrid y que está dedicada al alquiler de parcelas entre particulares para el cultivo de alimentos.
TuHuertoEcológico	
Huertas Lúdicas	Plataforma de búsqueda de pequeñas parcelas donde cultivar tu propio huerto. Alquiler de pequeños huertos urbanos para iniciar a los niños en el cultivo de alimentos.
Huertos de Ocio	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.20. MONEDAS COMPLEMENTARIAS

Estas monedas surgen como necesidad alternativa para complementar las deficiencias de las monedas en curso legal y para dinamizar el mercado local y la utilización de los recursos propios de una comunidad concreta. Según Bernard Lietaer¹⁴, se trata de “un acuerdo dentro de una comunidad de usar algo como medio de

¹⁴ Economista belga que destaca por sus aportaciones y estudios sobre los sistemas monetarios alternativos. En sus discursos mantiene una postura favorable a la creación de las monedas locales.

intercambio”. Estas monedas han sufrido una importante expansión como consecuencia de la recesión económica gracias a su poder de dinamización económica a nivel local (Gisbert, 2015).

9.21. ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA ADMINISTRACIÓN

Cuadro 9.25. Iniciativas de Economía Colaborativa en la Administración

Plataforma Colaborativa	Descripción
Udaltruke	Intercambio de bienes municipales entre los ayuntamientos de forma gratuita.
Bikekide	Para compartir vehículos entre las Administraciones territoriales.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

9.22. DO IT YOURSELF

El movimiento Do It Yourself consiste en la fabricación o reparación de las cosas por uno mismo como consecuencia del ahorro económico que supone. Este movimiento está muy identificado con filosofías anticapitalistas puesto que una de las premisas es el pensamiento de que no se necesita comprar todo lo que se desea, sino que puede ser producido por uno mismo.

10. EL CONSUMO COLABORATIVO EN LA GASTRONOMÍA: CASO EATWITH

10.1. EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN EN ESPAÑA

En este apartado vamos a realizar una **breve introducción** al Sector de la Restauración en España para tener un punto de partida a la hora de introducirnos en el ámbito del movimiento colaborativo del Social Dining o la gastronomía peer-to-peer.

La gastronomía es uno de los mayores atractivos de nuestro país y uno de los aspectos más importantes en el desarrollo del turismo, tanto nacional como internacional. Durante el año 2016 llegaron a España 75,3 millones de turistas

procedentes de todos los rincones del mundo dispuestos, además de conocer y disfrutar de los rincones de España, a aprovechar los placeres de la gastronomía española.



Fuente: VizEat

El Sector de la Restauración generó durante el año 2016 la cantidad de 35.131 millones de euros, lo que supone un **crecimiento** del 1,9% (650 millones de euros) respecto al año anterior. Este crecimiento consolida al sector, que desde que toco fondo en 2014 tras seis años consecutivos de bajada, ha resurgido hasta alcanzar dicha cifra. Este aumento de las ventas se ve reforzado por el aumento del número de visitas a establecimientos de restauración en un 1,3%. Además, el importe medio del ticket también ascendió hasta alcanzar los 4,82 euros por comensal. Así, la media de visitas que los españoles realizan a establecimientos de restauración aumenta hasta 157 veces al año, siendo los restaurantes de comida rápida y los bares de tapas en los que más aumento se ha notado (Marcas de Restauración, 2017).

Respecto a las **previsiones** hechas para los próximos años, el sector de la restauración espera un crecimiento del 1,6% para el año 2017 y de un 1,5% para el año 2018 (Europa Press, 2017).

En cuanto a los hábitos de consumo, las tendencias muestran que **el envío a domicilio o “delivery” continua ganando peso** en el sector de la restauración suponiendo un 3% de la cuota de mercado. Además, las nuevas tecnologías, las apps y las redes sociales tienen un papel fundamental a la hora de demandar los servicios de restauración en la actualidad (Mapal, 2016).

Estas tendencias cada vez más enfocadas al uso de plataformas web y redes sociales, y la búsqueda continua por parte de los turistas y personas locales de nuevas experiencias de ocio hacen favorable la aparición de las iniciativas de consumo colaborativo como el llamado **Social Dining**.

10.2. SOCIAL DINING, MEALSURFING O COLUNCHING

Ir a cenar a un restaurante tradicional se ha convertido en una experiencia previsible para la mayoría de las personas, por lo que los turistas, que **buscan en sus viajes nuevas experiencias**, demandan en los servicios de restauración algo más que alimentos. De esta cuestión podríamos decir que parte el movimiento del Social Dining.

Las personas buscan nuevas experiencias a la hora de sentarse a la mesa, y que mejor que poder hacerlo con una persona autóctona, que además va a preparar la comida, va a contarnos experiencias locales y anécdotas y nos va a contactar con otros desconocidos que, quien sabe, llegarán a ser nuevos amigos.

El movimiento del Social Dining tiene su **origen** en Francia y ha sido acogido con gran aceptación en muchos países europeos y sobre todo en Estados Unidos. Su **objetivo** es conocer, probar y disfrutar la cocina autóctona a través de particulares locales dispuestos a ofrecer una oferta gastronómica a cambio de compartir los gastos de elaboración (Gasma, 2014).

El **funcionamiento de estas plataformas** es sencillo. El primer paso suele ser la creación de un perfil, que en este caso podrá ser como anfitrión o como invitado. El anfitrión publicará su oferta indicando el tipo de comida, la fecha, el precio y el número de invitados, y en el caso del invitado, este solo deberá seleccionar la oferta que más le guste y ponerse en contacto con el anfitrión. Como es natural en todas las plataformas de consumo colaborativo, los comentarios, valoraciones y publicaciones de las experiencias juegan un papel muy importante.

En el caso de España, este tipo de iniciativas cada vez tienen mayor número de seguidores. España es uno de los países con mayor número de llegada de turistas, y además, parece que la mentalidad de las personas locales está a favor de este movimiento.

Según un estudio realizado por VizEat, una de las mayores empresas dedicadas al Social Dining, el 49% de los turistas españoles encuestados se sienten atraídos por la idea de ofrecer cenas en sus casas, de los cuales el 54% lo haría principalmente por conocer nuevas culturas y solo un 34% lo haría únicamente como fuente de ingresos. En el caso de ser invitados, el 71% de los encuestados estarían interesados en esta modalidad en sus viajes. Si nos fijamos en los criterios que siguen a la hora de compartir mesa, para el 72% la amabilidad y el buen trato es el aspecto más importante, seguido por la relación calidad/precio (49%) y por la calidad de la comida (43%). Un dato curioso es que solo para un 19% de los encuestados sería un impedimento el desconocimiento de las personas con las que van a compartir mesa (Castro Consulting Business Strategy, 2015).

En España hay varias plataformas que ofrecen los servicios de gastronomía P2P, y la mayoría se centra en grandes ciudades como Madrid o Barcelona.

Cuadro 10.1. Plataformas de gastronomía P2P que operan en España

Plataforma Colaborativa	Descripción
EatWith	Plataforma para los amantes de la gastronomía y el turismo que pone en contacto anfitriones con invitados para una experiencia culinaria.
VizEat	Esta aplicación te da la opción de reservar mesa en casas de particulares en más de 60 países de todo el mundo.
CompartoPlato	Plataforma dedicada a compartir comida entre personas locales. Una persona cocina y la otra le compra una porción.
Chefly	Muy similar a CompartoPlato, pero en este caso podrás compartir también mesa con tus vecinos.
Jankon	Plataforma para compartir comida entre particulares.
EcoFoodNet	Portal de intercambio de alimentos que cuenta con un programa de donación a personas desfavorecidas.
YoNoDesperdicio	Plataforma para compartir o redistribuir excedentes de alimentos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos sacados del blog Consumocolaborativo.com.

Con la aparición de las iniciativas de Economía Colaborativa parecía que las alarmas iban a saltar en el sector de la restauración al igual que en el del transporte o el alojamiento, pero de momento parece que, por los resultados positivos del sector en la actualidad, podrán coexistir. Hay que recordar también que es un sector de fácil compatibilidad de los establecimientos tradicionales con las plataformas de Social Dining, puesto que los propios profesionales pueden ofrecer sus servicios por dichas aplicaciones y promocionar así sus establecimientos.

A continuación vamos a centrar el estudio en la plataforma EatWith, una de las aplicaciones con mayor actividad dentro del Social Dining, de la cual analizaremos todos los aspectos relevantes para hacernos una idea general de qué son realmente estas plataformas, cómo llevan a cabo sus servicios y cuál es importancia dentro del sector.

10.3. CASO EATWITH

10.3.1. ¿Qué es EatWith?

Eatwith es una plataforma de Economía Colaborativa que basa su actividad en **contactar a personas que ofrecen comidas o cenas con otras personas que desean ser comensales** en ellas y vivir una experiencia gastronómica diferente (Rodríguez, 2017).

Eatwith te permite reservar una mesa en casa de un anfitrión desconocido para tener una **experiencia social y culinaria**, o por el contrario, te ofrece desarrollar tu capacidad como cocinero o anfitrión y preparar una cena o comida a unos invitados igualmente desconocidos (Pecherska, 2017).



Fuente: EatWith

La experiencia que ofrece este tipo de plataformas no tiene nada que ver con los establecimientos tradicionales de restauración, pero sí que pueden llegar a ser competencia directa de estos. En el restaurante tradicional el consumidor busca principalmente una experiencia gastronómica, sin embargo, en las plataformas de

gastronomía P2P la experiencia va mucho más allá del plato, conociendo nuevas personas, compartiendo vivencias y en muchas ocasiones adentrándose en la cultura y la historia autóctona de la ciudad o el país al que viajas.

Plataformas como Eatwith han encontrado en el sector de la alimentación una **oportunidad de negocio** de Economía Colaborativa que hasta hace unos años no estaba explorada. En este sector, y concretamente en el de la restauración, que ha sido uno de los más reticentes en la llegada del consumo colaborativo, está surgiendo un movimiento que promete cambiar la forma de relacionarse y conocer gente, aparte de la alimentación propia del servicio.

10.3.2. Un poco de historia

Eatwith nace a partir de la idea de Guy Michlin de que comer en casa de un particular durante tus viajes puede convertirse en la mejor de las experiencias.

La **idea** surgió en uno de los viajes que realizaba con su mujer por una de las islas de Grecia en 2011. Guy Michlin recientemente había dejado su anterior vida profesional como abogado de la Fiscalía del Estado de Israel y posteriormente como socio en una de las empresas estadounidenses encargada de la accesibilidad de las personas al sistema sanitario de Estados Unidos.

En 2011, cuando su dedicación era una empresa de Energía Solar en Israel, realizó ese viaje a la isla de Creta donde después de caer durante 4 días en todo tipo de ganchos turísticos (él las llama trampas) decidió buscar una manera alternativa a la forma de disfrutar de la ciudad, de comer mejor y de conocer a nuevas personas del entorno. Después de realizar varias llamadas, consiguió que personal locales les invitasen a cenar, y según sus propias palabras “fue lo mejor que nos pasó en el viaje”. Fue de **esa experiencia que va mucho más allá de la gastronomía** de donde le surgió la idea de crear una plataforma que uniese a anfitriones o chefs con viajeros o comensales para compartir experiencias culinarias en casas particulares (Noguera, 2016).

Lo primero que hizo fue buscar a un **socio cofundador** con un perfil más tecnológico que el suyo, y como un símil con su experiencia en Grecia, alguien le presentó a Shemer Schwarz, un ex trabajador de la unidad de élite del ejército y gran

emprendedor que consiguió vender su primera Start-up a IBM en solo 5 años. Shemer captó la idea de negocio a la primera ya que el mismo había pensado alguna vez en la misma necesidad de cambiarse en la forma de viajar. Después de varias semanas hablando, decidieron poner el proyecto en marcha apoyados de una incubadora de empresas de Tel Aviv.

Una vez que el proyecto estaba desarrollado, el siguiente paso fue la **búsqueda de inversión** a través de una Seed Round¹⁵ para poder comenzar a crear la empresa. Una de las exigencias por parte de los inversores fue que el proyecto debía de ser probado fuera de Israel, por lo que comenzaron a buscar la ciudad idónea para el concepto, y Barcelona parecía esa ciudad. Y lo fue, ya que actualmente es una de las ciudades con mayor número de usuarios de la plataforma, tanto anfitriones como comensales (Noguera, 2016).

Desde su creación en 2012, en tan solo 5 años la compañía ha crecido a tal escala que **hoy se encuentra presente en 50 países de todo el mundo y en más de 200 ciudades**, y esperan que en este año 2017 Eatwith consiga su expansión definitiva (Hsieh, 2017).

650 ANFITRIONES	200 CIUDADES	50 PAÍSES
1,500 MENÚS DISPONIBLES	11,000 CENAS OFRECIDAS	80,000 PLAZAS VENDIDAS

Fuente: EatWith

Durante este año 2017, EatWith ha conseguido financiación por parte de **TripAdvisor**, quien ha apostado de nuevo por el sector de la alimentación en el consumo colaborativo y **va a introducir en su página de viajes un apartado titulado “come con el anfitrión”** para dar apoyo a la plataforma EatWith.

¹⁵ Ronda de financiación generalmente utilizada para el inicio de un proyecto empresarial.

10.3.3. Evolución de la Plataforma hacia una gran Red Social

Dado el origen de la idea, la plataforma **comenzó su actividad enfocada al ámbito del turismo**. Su principal objetivo era unir a viajeros con gente local de todo el mundo alrededor de la mesa para compartir, además de una cena, multitud de experiencias. Como dice su directora general Susan Kim, “nada une a las personas de forma tan orgánica y natural como comer y partir pan en una mesa, compartir un plato es una manera excelente de explorar nuevas culturas de una modo más íntimo y al mismo tiempo relacionarse con personas que nunca habrías tenido la oportunidad de conocer de otra manera”.

Así, al principio de su andadura, Eatwith era definido como el Airbnb de la gastronomía, ya que estaba enfocado a viajeros que en vez de compartir alojamiento, compartían comida.

Pero la idea de que la plataforma solo es para personas que están practicando el turismo ha cambiado, y Eatwith **ahora se ve también como una herramienta para poner en contacto a personas de una misma ciudad**, personas locales que buscan conocer nueva gente con la que relacionarse y realzar el sentimiento de comunidad. De esta manera se busca aprovechar estas nuevas iniciativas de consumo para aumentar las relaciones humanas entre los habitantes de núcleos urbanos.



Fuente: EatWith

Uniéndolos todos los aspectos que ofrece la plataforma, podemos imaginarnos una cena en un pequeño apartamento compartida por el anfitrión, alguno de sus vecinos y amigos, personas de su misma ciudad o trabajo, y algún invitado de cualquier país del mundo. EatWith ha desarrollado las tradicionales experiencias culinarias para convertirlas en una sabrosa red social (Hsieh, 2017).

Esta evolución de una aplicación dedica en exclusiva a viajeros a incluir entre sus usuarios a anfitriones y comensales locales ha sido tan bien aceptada que en tan solo el último año y medio, la mitad del negocio de EatWith ha correspondido al mercado local. De esta evolución ha venido también el uso del sistema de EatWith como plataforma para que personas que están iniciando su andadura en el mundo de la cocina adquieran experiencia y enlacen el inicio de sus negocios al uso de la aplicación (Noguera, 2016).

10.3.4. La Plataforma Web de EatWith

La presentación de la plataforma web de EatWith es bastante sencilla y muy visual. La web se presenta en varios idiomas dependiendo del país donde nos encontremos. En ella el equipo de EatWith nos ofrece desde todos los **servicios disponibles** hasta toda la **información necesaria** para el uso de la plataforma. Dependiendo del servicio que elijamos, las cenas individuales o los eventos privados, la plataforma nos muestra los pasos que debemos seguir para completar el servicio.

- Cenas individuales: se trata del servicio estándar de la plataforma. El usuario elegirá de entre todas las ofertas la que más le guste y se pondrá en contacto con el anfitrión para acordar los términos. El invitado reservará su cena de manera individual y coincidirá con otros usuarios desconocidos dependiendo del número de comensales que ofrece el anfitrión.
- Eventos privados: en este caso el invitado podrá reservar para un grupo de personas cerrado. Del mismo modo, una vez elegida la oferta deberá ponerse en contacto con el anfitrión para cerrar la reserva.

Las ofertas se encuentran **ordenadas y clasificadas por las ciudades** donde se encuentran los anfitriones. Por otro lado, mediante el buscador podemos demandar específicamente la ciudad en la que deseamos ser invitados y la fecha del evento.

En el caso que deseemos **participar como anfitriones**, debemos realizar la solicitud de inclusión en el programa de anfitriones en la sección específica para ello. La

solicitud será estudiada por el equipo de EatWith y valorada para poder llegar a ser anfitrión.



Fuente: EatWith

En la web de EatWith también podemos acceder al **Blog EatWith**, en el que encontraremos noticias y relatos sobre las experiencias de los usuarios, tanto de anfitriones como de invitados.

Desde la página podemos acceder también a las diferentes **Redes Sociales** en las que tiene perfil EatWith.

10.3.5. Funcionamiento de la Plataforma y Términos de Uso

La actividad de la aplicación es sencilla. Se basa en que **los anfitriones suben a la plataforma sus ofertas y los invitados o comensales interesados en ellas realizan la reserva**. EatWith solo actúa como intermediario para ponerlos en contacto, sirve como espacio para que unos y otros lleguen a un acuerdo de préstamo del servicio. De la transacción resultante **la plataforma se queda con el 15%** de la cantidad pagada al anfitrión por parte del comensal.

Para ser invitado solo es necesario crear una cuenta de usuario a través de la plataforma EatWith que puede ser validada mediante el perfil de Facebook. Una vez registrado podrás elegir entre una gran oferta de eventos a lo largo de 200 ciudades de todo el mundo y a diversos precios. El usuario podrá filtrar la búsqueda por tipo de cocina, tipo de evento, precio, etc. El invitado deberá ponerse en contacto con el

anfitrión al realizar la reserva, así como para ponerse de acuerdo en cuanto a temas de alérgenos u otras indicaciones.

EatWith manifiesta en sus términos de uso que no **es parte de ningún acuerdo** entre el anfitrión y el invitado ni funciona como establecimiento, por lo que el usuario tiene la responsabilidad en cuanto al cumplimiento de todas las leyes, regulaciones, tributaciones y cualquier otra obligación que el servicio exija (EatWith, 2016)

Para ser anfitrión se debe rellenar una solicitud previa mediante la web de EatWith. Para la **selección de los anfitriones** han establecido un sistema de validación en el que tan solo aceptan al 4% de las solicitudes recibidas. Los aspirantes son entrevistados personalmente y en la mayoría de las ocasiones el equipo de EatWith visita las casas para inspeccionar de manera física lo que ofrecen. Además, se realiza una cena de prueba donde se analiza la calidad de la comida que ofrece el anfitrión.



Fuente: EatWith

Las ofertas, tanto la comida como la casa, son fotografiadas por un profesional para que las imágenes que aparecen en la plataforma sigan un estilo común y tengan la calidad necesaria. Así es mucho más sencillo y fiable el mantenimiento de la plataforma web.

Una vez que el anfitrión entra a formar parte de la plataforma, para una mayor seguridad de este, tiene la posibilidad de aceptar o denegar las peticiones que tenga, ya que puede haber alguna característica del usuario invitado que no le guste o que no le inspire la confianza suficiente como para invitarlo a su casa.

EatWith proporciona a los anfitriones una **garantía de seguro** para cubrir posibles desperfectos o robos que puedan suceder durante el servicio, del mismo modo que

también cubre los daños que puedan sufrir los invitados durante el evento (EatWith, 2016).

En el caso de EatWith, el 20% de los anfitriones actualmente está formado por personas profesionales dedicados exclusivamente a esta actividad como medio de vida, e incluso algunos de ellos han cambiado su residencia habitual para habilitar un espacio más idóneo para este tipo de eventos. El resto de los anfitriones lo hacen simplemente como hobby o como una experiencia más de ocio sin renunciar a ganar un dinero extra (Rodríguez, 2017).

10.3.6. La Comunicación de EatWith

En cuanto a la comunicación que está llevando a cabo EatWith, la plataforma de basa en sistemas de medición de la satisfacción del usuario, ya que uno de los puntos fuertes de su promoción es el boca-oreja. La compañía utiliza el **sistema NPS**¹⁶ (Net Promoter Score) con el que obtienen datos diarios sobre mide la satisfacción de los usuarios de su plataforma, y generalmente el indicador NPS de Eatwith se sitúa sobre 87, un valor bastante alto, lo que muestra que los usuarios están bastante contentos con sus experiencias, por lo que los comentarios y las recomendaciones a sus amigos y conocidos van en una buena dirección. De esto los responsables de Eatwith concluyen que su mayor fuerza de comunicación es el tráfico orgánico (Noguera, 2016).

Otra de las estrategias que llevan a cabo son **las Relaciones Públicas** y el fuerte interés de los medios de comunicación por las experiencias de sus usuarios. Estas experiencias humanas, sociales y culturales tienen un gran tirón en entrevistas y programas de televisión sobre viajes, turismo o cultura, por lo que la aparición de gente que hace uso de iniciativas colaborativas como es el caso de Eatwith hace que la plataforma tenga gran difusión, convirtiendo a los televidentes en posibles usuarios (Noguera, 2016).

También hacen una gran labor en el ámbito de **las redes sociales**. La compañía cuenta con community manager especializados en distintas ciudades del mundo para poder dirigirse a los usuarios de una manera más personalizada.

¹⁶ Herramienta utilizada principalmente para la medición de la lealtad de los clientes de una empresa en base a las recomendaciones que hacen de la misma.

10.3.7. Algunas Ventajas del Uso de EatWith frente a la Restauración tradicional

El uso de la plataforma EatWith, por su naturaleza, conlleva algunas ventajas con respecto a las empresas o sistemas de restauración tradicional. Algunas de estas ventajas son las siguientes:

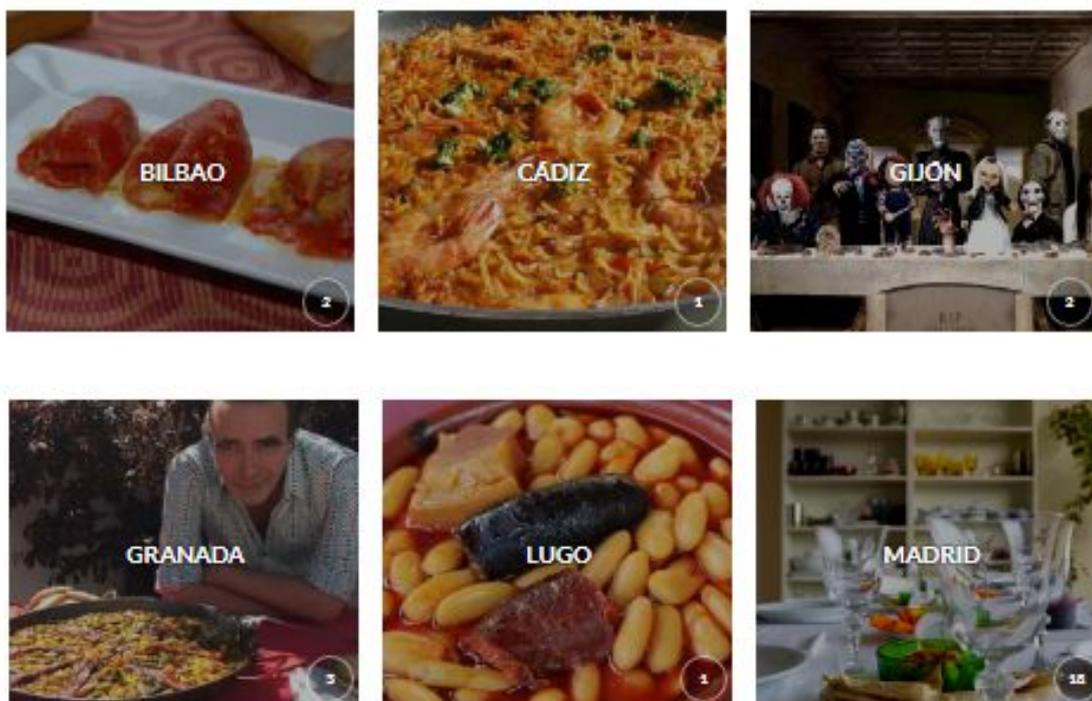
- **Conocer a nuevas personas:** si acudes a casa de un anfitrión, es más que probable que conozcas a nuevas personas y establezcas nuevas relaciones con gente de otros lugares.
- **Financiar tus comidas:** del mismo modo que puedes acudir como invitado nada te impide poder ser anfitrión y ganar dinero por cocinar para otros. De este modo podrás obtener unos ingresos extra.
- **Sin sorpresas:** el equipo EatWith se encarga de verificar si lo que ofrecen los anfitriones es real. Además, la valoración y los comentarios de los usuarios una vez que realizan la experiencia es crucial para la confianza del servicio. En cuanto al precio, este está cerrado con antelación al evento.
- **Menos prohibiciones:** al no tratarse de un establecimiento reglado, cabe la posibilidad de poder fumar, conectarse al wifi, hacer uso de la plaza de garaje entre otras muchas cosas.
- **Seguridad:** los anfitriones están cubiertos por un seguro para protegerlos de posibles robos o desperfectos en sus domicilios mientras transcurre el servicio.
- **Promoción y formación:** los anfitriones pueden aprovechar los encuentros para practicar y formarse profesionalmente o para dar a conocer sus futuros proyectos en el mundo de la gastronomía.

10.3.8. Regulación y Problemas en Sanidad

Como pasa en otros sectores, con la aparición de la Economía Colaborativa se han puesto de manifiesto **diferentes controversias**. En este caso, al tratarse de un servicio

en el que se ofrecen alimentos, el problema no solo afecta a la fiscalidad, sino también al control sanitario.

Por su parte, la FEHR (Federación Española de Hostelería y Restauración), cuando un anfitrión está dado de alta, tiene el carnet de manipulador de alimentos, posee un registro sanitario y paga sus impuestos no existe problema alguno, pero la mayoría de los usuarios de estas plataformas no están en esta situación. También hacen hincapié en el alto riesgo que se asume cuando **no existe un control de calidad y un control sanitario**, a lo que los responsables de EatWith responden con la fiabilidad de su trayectoria, en la que después de todos los años de actividad no se ha dado ningún caso de problema sanitario por la ingesta de alimentos. Además, se deja claro que los comensales en todo momento están informados de que van a comer a casa de un particular, no a un establecimiento profesional (Rodríguez, 2017).



Fuente: EatWith

En cuanto al tema fiscal, las empresas de Social Dining se ven en **el mismo el vacío legal que el resto de las plataformas de Economía Colaborativa**. Como ya hemos visto anteriormente, es trabajo de la Administración el llegar a un acuerdo con los agente de este sistema económico para establece una normativa específica e introducir estas plataformas dentro de un marco legal común.

11. CONCLUSIONES ALCANZADAS

Un nuevo sistema de consumo ha llegado a nuestras vidas, y lo ha hecho con tanta fuerza que es imparable, viene para quedarse y amenaza con cambiar la economía tal y como la conocíamos hasta ahora. Este nuevo movimiento se llama **Economía Colaborativa**.

Los sistemas de consumo colaborativo han formado parte de nuestras vidas desde la antigüedad, desde el ancestral trueque, pero tal y como lo concebimos hoy, tiene su origen, o mejor dicho **su auge a partir de 2008**. Las consecuencias económicas de la fuerte crisis a nivel mundial, el levantamiento de la sociedad frente a instituciones y sistemas en los que cada día hay más desconfianza y el desgaste de un sistema hiperconsumista son los factores que empujan la aparición de estas nuevas iniciativas de consumo colaborativo.

Como explica Cañigüeral (2014), este nuevo sistema es **“una economía basada en el intercambio, la colaboración y la apertura, apoyándose en redes y comunidades horizontales”**. La Economía Colaborativa da un papel más protagonista a los particulares, quienes pueden obtener un mayor rendimiento a los recursos de los que ya disponen. Podemos decir que **el principio fundamental del consumo colaborativo es “dejar de lado la posesión de las cosas para centrarnos en el acceso al uso”**.

Este nuevo sistema **basa su funcionamiento en la organización de las personas para el intercambio**, y es ahí donde juegan un papel fundamental las **nuevas tecnologías, internet y las aplicaciones móviles**. El desarrollo de numerosas plataformas que basan su actividad en poner en contacto a particulares, oferentes y demandantes, han conseguido que la Economía Colaborativa sea altamente aceptada por las sociedades y que esta alternativa al consumismo tradicional haya llegado a la mayoría de los sectores. Como hemos visto en este trabajo, en España operan multitud de plataformas de consumo colaborativo. Las más conocidas y con mayor volumen de negocio se encuentran en el sector del transporte y del alojamiento, los dos sectores donde comenzó con más fuerza este movimiento en todo el mundo. Pero podemos encontrar plataformas desde el intercambio de bienes hasta la financiación, desde la educación hasta la gastronomía, desde el servicio de microtarefas hasta la distribución...

En el funcionamiento de estas plataformas, y por consiguiente, en el funcionamiento del propio sistema tienen mucha importancia los **sistemas de confianza y reputación online**. La confianza es la base para el desarrollo del comercio electrónico, en el que las transacciones no se hacen cara a cara y la información es más asimétrica, y esta confianza depende casi en exclusiva de la reputación. En la Economía Colaborativa, las plataformas crean y apoyan esta confianza mediante los Sistemas de Reputación Online basados en la información personal y profesional de los usuarios, así como en las valoraciones, opiniones y experiencias compartidas por estos en las propias plataformas o en sus perfiles de redes sociales asociadas a estas. Esta reputación no solo es necesaria entre los usuarios, también las propias plataformas deben generar la confianza suficiente para atraer a usuarios que se debaten entre multitud de opciones. Podemos decir que en la Economía Colaborativa la confianza y la reputación son como el “branding” en el marketing tradicional. Cada plataforma ha ido desarrollando sus propios sistemas de reputación de acuerdo con las características del servicio que ofrecen.

La Economía Colaborativa es un movimiento imparable y los datos lo confirman. **En tan solo tres años la inversión en iniciativas de consumo colaborativo se ha multiplicado por siete** y los ingresos generados se prevé que aumenten en los próximos años hasta alcanzar cifras desorbitadas. Además, las encuestas realizadas pronostican que la Economía Colaborativa seguirá en aumento, ya que la aceptación y el propósito de la sociedad juegan a su favor.

La Economía Colaborativa, como todo movimiento social y económico, tiene **fuertes repercusiones** en los mercados actuales. En este caso, **la falta de normativa y la desconfianza de los sectores tradicionales** en estos nuevos sistemas han generado multitud de controversias y fuertes enfrentamientos. Los Gobiernos ya se han dado cuenta de la importancia de este nuevo sistema y ahora solo deben trabajar para poner en marcha mecanismos de regularización para buscar un escenario en el que las empresas tradicionales y las plataformas colaborativas convivan de manera pacífica, sin perjudicar a ninguna parte.

Dado que el sector de la alimentación es uno de los más importantes en nuestro país, hemos centrado una última parte del trabajo en el estudio de la irrupción de la Economía Colaborativa en el **sector de la Restauración**, y hemos tomado como ejemplo la plataforma **EatWith**. Esta plataforma de consumo colaborativo pone en contacto a

particulares que ofrecen un menú en su casa con personas que desean asistir como comensales. Así, unos generan nuevos ingresos y hacen una utilización más eficiente de sus recursos y otros disfrutan de **nuevas experiencias gastronómicas**.

Estas plataformas dedicadas al movimiento denominado **Social Dining, Mealsurfing o Colunching** han cambiado tanto la manera de compartir mesa como la manera de viajar. Los turistas, e incluso las personas locales, ya no se conforman solo con el servicio tradicional de restauración, sino que buscan experiencias más humanas y sociales, y que mejor modo de hacerlo que conociendo a gente autóctona, con cantidad de información y anécdotas sobre el país o la ciudad que deseamos conocer.

En este trabajo hemos visto como **la Economía Colaborativa se ha asentado como la alternativa al sistema económico tradicional**. Las sociedades organizadas tienen un gran poder de cambio, y de ellas depende de cómo evolucione este movimiento en los próximos años, aunque parece que los hábitos de consumo colaborativo harán replantearnos los sistemas tradicionales de economía y nos llevarán hacia grandes cambios estructurales en los mercados.

“Algún día miraremos atrás en el siglo XX y nos preguntaremos por qué poseíamos tantas cosas”. Walsh, 2011

12. REFERENCIAS

- Algar, Ray (2007). *Collaborative Consumption*. Leisure Report 16-17 (4). Recuperado a partir de <http://web.archive.org/web/20130514173126/http://www.oxygen-consulting.co.uk/docs/collaborative-consumption.pdf>
- Botsman, R. y Rogers, R (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* (1ªed.). Londres: HarperCollins.
- Botsman, Rachel (mayo, 2010). *The case for collaborative consumption*. Congreso TEDxSydney 2010. Sydney. [Mensaje en un video] Recuperado a partir de https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption
- Cadierno Ferrero, Rubén (2016). *Principales aspectos del consumo colaborativo en España* (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Recuperado a partir de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/18042/1/TFG-E-186>
- Calvo, Georgina (2015). *Gastronomía P2P*. Recuperado a partir de <http://www.sstendhal.com/magazine/gastronomia-p2p/>
- Cañigüeral, Albert (2014). *Vivir mejor con menos: Descubre las ventajas de la economía colaborativa* (1ª ed.). Barcelona: Conecta
- Cañigüeral, Albert (2011, septiembre 13). *¿Me puedo fiar de ti? ¿De verdad? La reputación como moneda* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://www.consumocolaborativo.com/2011/09/13/la-reputacion-y-la-confianza-como-moneda/>
- Cañigüeral, Albert (2012, mayo 29). *Huertos compartidos: tú cultivas, yo te dejo la tierra* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://www.consumocolaborativo.com/2012/05/29/huertos-compartidos-reforesta/>
- Castro Consulting Business Strategy (2015, junio 16). *El Social Dining se convierte en una realidad en el sector turístico español*. Hosteltur. Recuperado a partir de https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/001577_el-social-dining-se-convierte-en-una-realidad-en-el-sector-turistico-espanol.html

- Coinc (2015, septiembre 29). *Del Crowdfunding al Crowdfunding* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <https://www.coinc.es/blog/noticia/del-crowdfunding-al-crowdfunding>
- Compromiso Empresarial (2016, Febrero 24). *Cinco servicios financieros con éxito basados en plataformas participativas*. Recuperado a partir de http://www.compromisoempresarial.com/innovacion_social/finanzas-sociales/2016/02/cinco-servicios-financieros-con-exito-basados-en-plataformas-participativas/
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016) *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. (Estudio de la CNMC E/CNMC/004/15) Recuperado a partir de <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTIlqyWvobVqreR-iAzz1mhxy2y0/edit?pref=2&pli=1>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016). *Panel de Hogares de abril-junio 2016*. Recuperado a partir de <https://www.cnmc.es/2016-10-21-uno-de-cada-tres-internautas-utiliza-plataformas-de-economia-colaborativa-al-menos-una>
- Comisión Europea (2016). *Agenda Europea para la Economía Colaborativa*. (Documentos de Trabajo, n. COM(2016) 356 final) Bruselas: Comisión Europea. Recuperado a partir de <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>
- Consejo Económico y Social Español (2016). *Informe 04/2016 sobre Nuevos Hábitos de Consumo, Cambios Sociales y Tecnológicos*. (Informe n. 04/2016) Madrid: Consejo Económico y Social, Unidad de Publicaciones. Recuperado a partir de <http://www.ces.es/documents/10180/3557409/Inf0416.pdf>
- Consumo Colaborativo Blog (2017). [Página Web Oficial] Recuperado el 20 de agosto de 2017 a partir de <https://www.consumocolaborativo.com/blog/>
- Consumo Colaborativo (2017). *Directorio de Proyectos de Consumo Colaborativo en España*. Recuperado el 24 de agosto de 2017 a partir de <https://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/>

- Diana (2011, diciembre 1). *¿Qué es el Carpooling?* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <https://www.concienciaeco.com/2011/12/01/qu-es-el-carpooling/>
- EatWith (2017). [Página Web Oficial] Recuperado el 10 de agosto de 2017 a partir de <https://www.eatwith.com/es/>
- EatWith (2017). *Quienes somos*. Recuperado el 10 de agosto de 2017 a partir de <https://www.eatwith.com/es/brand/about/>
- EatWith (2017). *Sé un anfitrión de EatWith*. Recuperado el 10 de agosto de 2017 a partir de <https://www.eatwith.com/es/brand/be-a-host/>
- Ecoagricultor (2012). *¿Qué es un grupo de consumo? Cómo crearlo y gestionarlo*. Recuperado a partir de <http://www.ecoagricultor.com/que-es-un-grupo-de-consumo/>
- Electromovilidad (2017). *¿Qué es el carsharing?* Recuperado el 20 de agosto a partir de <http://electromovilidad.net/que-es-el-carsharing/>
- Europa Press (2017, febrero 2). *La restauración española consolida su recuperación tras crecer un 2% en 2016*. Expansión. Recuperado a partir de http://www.expansion.com/agencia/europa_press/2017/02/08/20170208125332.html
- G. Pascual, Manuel (2017, marzo 29). *En la economía colaborativa también se intercambia sudor*. El País. Recuperado a partir de https://retina.elpais.com/retina/2017/03/29/innovacion/1490786936_925206.html
- García Vega, (2014, junio 20). *La imparable economía colaborativa*. El País. Recuperado a partir de https://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html
- Gasma – Gastronomy and Culinary Management Campus (2014). *El consumo colaborativo llega a la gastronomía* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <https://www.gasma.es/el-consumo-colaborativo-llega-la-gastronomia/>

- Gisbert, Julio (2015). *Las monedas sociales: ¿Qué son? ¿Cómo funcionan?*
Recuperado a partir de <https://www.deotramanera.co/ayudar/economicamente-dinero/monedas-sociales-que-son-como-funcionan>
- González, Manuel (2016, noviembre 8). *España es la tercera potencia de Europa en economía colaborativa*. El Referente. Recuperado a partir de <http://www.elreferente.es/innovadores/esp%C3%B1a-economia-colaborativa-datos-30317>
- Hisieh, Ian (2017, febrero 27). *Una sabrosa red social* [Mensaje en un blog]
Recuperado a partir de <https://www.smart-magazine.com/es/eatwith-startup-comida/>
- Llamas, Manuel (2016, marzo 26). *La economía colaborativa, en grandes cifras*. Libremercado. Recuperado a partir de <http://www.libremercado.com/2016-03-26/la-economia-colaborativa-en-grandes-cifras-1276570467/>
- Lizarralde, C. (2016, junio 10). *La economía colaborativa revoluciona el alojamiento vacacional: regular o desregular*. 20 Minutos. Recuperado a partir de <http://www.20minutos.es/noticia/2769158/0/economia-colaborativa-alojamiento-vacacional-cambio-regular-o-desregular/>
- Mapal (2016). *Estadísticas sobre el sector de la España* [Mensaje en un blog]
Recuperado a partir de <http://mapalsoftware.com/estadisticas-sobre-sector-de-la-restauracion-espana/>
- Marcas de Restauración (2017, febrero 8). *La restauración española consolida su recuperación en 2016*. Recuperado a partir de <http://marcasderestauracion.es/la-restauracion-espanola-consolida-su-recuperacion-en-2016/>
- Martínez, Diana (2015, mayo 12). *Responsabilidad Social Corporativa, Confianza y Reputación Online*. [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://observatorioecommerce.com/rsc-confianza-reputacion-online/>
- Martos, Vanessa (2015, febrero 20). *Cómo construir una reputación online basada en la confianza del usuario*. [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <https://relevanttraffic.com/blog/como-construir-reputacion-online-basada-confianza-usuario/>

- Noguera, Marc (2016, enero 11). *EatWith, el Marketplace de las comidas en casas por Guy Michelin*. [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://foundersandtips.com/eatwith-marketplace-comidas-en-casas-guy-michlin/>
- Osa, Jesús de la (2013). *Entrevista a Albert Cañigüeral*. Revista esPosible 36, 16-22. Recuperado a partir de http://www.revistaesposible.org/numeros/54-esposible-36#.Wbh4_bJJZdg
- Pascual, Roberto (2016, septiembre 13). *Turismo Colaborativo*. [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://www.visionesdelturismo.es/turismo-colaborativo/>
- Pecherska, Izabela (2017, enero 4). *EatWith, el “Airbnb gastronómico” que permite comer fuera, como en casa*. El Mundo. Recuperado a partir de <http://www.elmundo.es/f5/descubre/2017/01/04/586b97bc268e3e10208b45f1.htm>
- Rodríguez, Francisco (2015, mayo 27). *Osremix con Traitu: reputación y confianza*. [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://magazine.ouishare.net/es/2015/05/osremix-con-traitu-reputacion-y-confianza/>
- Rodríguez, Pablo (2017, febrero 13). *La economía colaborativa se sienta a la mesa*. El Mundo. Recuperado a partir de <http://www.elmundo.es/economia/2017/02/13/589e008f268e3e232a8b4737.html>
- Rouanet, Carmen (2013, enero). *La entrega colaborativa: cuando viajeros se convierten en transportistas* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <http://magazine.ouishare.net/es/2013/01/distribucion-p2p-entrega-colaborativa/>
- Salgado, Raúl (2017, enero 9). *La economía colaborativa “conquista” España*. La Razón. Recuperado a partir de <http://www.larazon.es/economia/la-economia-colaborativa-conquista-espana-EB14267751?sky=Sky-Agosto-2017#Ttt1PPs2EsHZUIfL>
- Universo Crowdfunding (2017). *¿Qué es el crowdfunding?* Recuperado el 17 de agosto a partir de <https://www.universocrowdfunding.com/que-es-el-crowdfunding/>

Vivas, Esther (2014, diciembre 31). *Grupos de consumo: yo decido* [Mensaje en un blog] Recuperado a partir de <https://soycomocomo.es/especialista/esther-vivas/grupos-de-consumo-yo-decido>

Walsh (2011). *Today's Smart Choice: Don't Own. Share.* Revista Time. Recuperado a partir de http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html

Zona Coworking (2012). *¿Qué es coworking?* Recuperado el 17 de agosto a partir de <http://www.zonacoworking.es/que-es-coworking/>