



INFORME ESPECIAL

Matchmaking: el surgimiento de la economía colaborativa

Madrid, marzo 2016

d+i desarrollando
ideas

LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN
2. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA?
3. LOS PILARES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA
4. LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA
5. EL IMPACTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL
6. LOS RETOS REGULATORIOS
7. CASOS DE ÉXITO

AUTORES

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia hay episodios en los que parece que la gente alrededor del mundo se rebela; está molesta, está inconforme, percibe y sabe de primera mano que algo va mal con la economía, con la sociedad, con la forma de gobernar y es cuando exige cambios, sale a la calle, se manifiesta y busca nuevas formas para solucionar esos modelos desgastados que han generado crisis e inequidad.

Después de la crisis económica de 2008-2011, muchos países quedaron al borde de la quiebra, con economías muy débiles y altos índices de desempleo. Como resultado de esta frágil situación, entre 2011 y 2012, diversas manifestaciones tuvieron lugar en ciudades como Nueva York, Madrid, Roma, Londres y Sídney; pero también en el mundo árabe.

A pesar de que las exigencias y quejas específicas variaban de un país a otro –en particular en torno al contexto político-, había temas en común, sobre todo los relacionados con la idea de que el sistema económico estaba fracasando y era inequitativo e injusto.

Joseph Stiglitz, economista estadounidense, explica que “los jóvenes estaban cansados e indignados de que tanta gente lo estuviera pasando mal, de que tantos estuvieran perdiendo su vivienda y su empleo”. Añadiendo que tres motivos hacían eco mundialmente: “los mercados no estaban funcionando ya que no eran eficientes ni estables, el sistema político no había corregido los fallos del mercado, y por último que los sistemas económico y políticos eran injustos”¹.

Al mismo tiempo que enfrentábamos una crisis de tales magnitudes, algunos comenzaban a tomar conciencia respecto a que contábamos con grandes cantidades de recursos subutilizados, aunado a la incapacidad para generar empleos para tantos ciudadanos. Por ello, comenzaron a emplear sus conocimientos para desarrollar soluciones novedosas, abriendo la posibilidad de incidir en el desarrollo a través de un crecimiento económico inteligente, sostenible e integrador que resultaría en la creación de empleos, el mejoramiento de la productividad y la cohesión social.

Fue en este contexto que en 2010, gracias a la publicación del libro *What's mine is yours: The rise of Collaborative Consumption*, el modelo de la economía colaborativa comenzó a posicionarse como un modelo horizontal e innovador que a través de las plataformas tecnológicas nos permite optimizar los activos subutilizados y generar nuevas oportunidades de negocio.

¹ Stiglitz, Joseph. *El precio de la desigualdad*. Editorial Taurus. Madrid. 2012

“Esta nueva era de la economía colaborativa ha creado nuevas formas de emprender”

2. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA?

La palabra colaboración se ha convertido en un acertijo entre economistas, filósofos, analistas de negocios y emprendedores, quienes buscan explicar cómo es que la sociedad ha decidido regresar a esquemas antiguos de intercambio en los que la maximización de los recursos disponibles ocupa un lugar central para el desarrollo y el emprendimiento.

Al respecto, el dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre Consumo Colaborativo busca definir a la economía colaborativa como un modelo sostenible para el siglo XXI que promueve valores cooperativos y que supone una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en casos de necesidad².

Un informe elaborado por BBVA dio a conocer que "en aquellas economías donde la recesión económica ha sido más profunda, la predisposición de los ciudadanos y el cambio de mentalidad necesario para la puesta en marcha de iniciativas vinculadas con la economía colaborativa es mayor"³. Por lo que las sociedades se han visto beneficiadas

gracias a que el intercambio y alquiler de bienes y servicios hace que se gaste menos.

El columnista del New York Times, Thomas Friedman, explica que esta “nueva era de la economía colaborativa ha creado nuevas formas de emprender”⁴, convirtiéndose en una respuesta disruptiva, abierta y dinámica para la inequidad y la ineficiencia en el mundo.

La economía colaborativa está arraigada e íntimamente vinculada con la tecnología y el comportamiento de los individuos en el ecosistema digital, el cual engloba nuevas formas de interacción, como las redes sociales, que permiten optimizar los activos subutilizados⁵, gracias a que podemos compartirlos, intercambiarlos o alquilarlos a través de plataformas sin sacrificar los estilos de vida o nuestras libertades.

En el marco de este modelo la gente se ve inmersa en un proceso de innovación social que abre la ventana a intercambios justos entre pares donde se tiene acceso a una serie de beneficios, bienes y servicios sin los costos asociados que conlleva el poseer; esto sumado a que se puede ahorrar dinero, espacio y tiempo; conocer gente y reconvertirse en ciudadanos activos.

² Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI» (Dictamen de iniciativa) <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52013IE2788>

³ Economía Colaborativa. Ruta BBVA.

⁴ Welcome to the Sharing Economy. Thomas Friedman. The New York Times. July 20th, 2013. <http://nyti.ms/1mLPrsQ>

⁵ The Sharing Economy, PwC

“Internet ha provocado una revolución socio-tecnológica”

Es por estas ideas que podemos definir a la economía colaborativa como un modelo estructurado sobre canales y plataformas tecnológicas de participación ciudadana que son autónomas e independientes y que han generado negocios e intercambios basados en la reputación y la relación entre pares, con el objetivo de optimizar los activos subutilizados.

3. LOS PILARES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

De acuerdo con PwC, la economía colaborativa está fundamentada sobre cuatro pilares clave:

PLATAFORMAS DIGITALES QUE CONECTAN OFERTA Y DEMANDA

Los modelos de economía colaborativa están alojados en plataformas digitales que permiten conectar dinámicamente y en tiempo real la oferta y la demanda.

No podemos olvidar que internet es una herramienta catalizadora, democrática y descentralizada que ha provocado una “revolución socio-tecnológica” que -como bien señala el académico Manuel Castells- nos brinda la oportunidad de experimentar interacciones libre de límites espaciales⁶ y capaces de intervenir en el desarrollo de redes personales y corporativas que han reestructurado la vida en sociedad.

TRANSACCIONES QUE REDUCEN LOS COSTOS DE “POSEER”

Bajo este modelo el acceso a bienes, productos y servicios se enmarca en un proceso en el que la gente puede mitigar los costos asociados a la propiedad. Hoy, los consumidores han comenzado a interesarse en alquilar y compartir bienes que van desde casas hasta paneles solares o automóviles. Porque en este modelo: “lo mío es lo tuyo”.

⁶ El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. Manuel Castells.

Figura 1.



Fuente: PwC. The Sharing Economy

“Estamos operando en la economía de la reputación”

MAYOR INTERACCIÓN SOCIAL

La economía colaborativa ha contribuido al fortalecimiento de un intercambio horizontal, entre pares, que empodera a los consumidores y que al mismo tiempo reconfigura el sentido de comunidad y de ciudadanía. Al respecto, Arun Sundararajan, investigador y profesor en la Stern School of Business de la Universidad de Nueva York, señala que “a través de las plataformas de la economía colaborativa los ciudadanos pueden incidir directamente en la solución de aquellas problemáticas que están en su comunidad”.

DEMOCRATIZACIÓN

Gracias a este modelo gobiernos, empresas y ciudadanía hemos comenzado a buscar caminos más viables para el desarrollo económico y social. El columnista del New York Times, Thomas Friedman, explica que esta “nueva era ha creado nuevas formas de emprender”⁷, convirtiéndose en una respuesta disruptiva, abierta y dinámica para la inequidad y la ineficiencia en el mundo.

4. LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Como se mencionó anteriormente, el modelo de la economía colaborativa está construido sobre plataformas tecnológicas de participación ciudadana que

han contribuido en la generación de negocios e intercambios sustentados en la relación entre iguales; pero sobre todo en la reputación.

A través de diversos estudios, el Reputation Institute nos indica que actualmente estamos operando en la economía de la reputación, un mercado en donde el apoyo de los grupos de interés está basado en percepciones sobre quién eres, esto derivado de vivir en un ambiente hiperconectado y reestructurado en comunidades digitales en las que se ha vuelto imperativo construir la confianza, fortalecer y ser coherentes con eso que decimos que somos. Como lo dijo Henry Ford: “No se puede construir una reputación sobre la base de lo que se pretende hacer en el futuro”.

Las posturas positivas o negativas son las que van creando un perfil de confiabilidad y un capital reputacional de las empresas que operan, sobre todo, en la economía colaborativa, ya que las plataformas digitales se han convertido en “entornos influyentes de comunicación que inciden en las percepciones, evaluaciones y expectativas que se forman los consumidores y grupo de interés”⁸.

⁷ Welcome to the Sharing Economy. Thomas Friedman. The New York Times. July 20th, 2013. <http://nyti.ms/1mLPrsQ>

⁸ Reputación y liderazgo. ¿Existe la reputación online? Tres respuestas y más incógnitas. Ángel Alloza, Jorge Cachinero e Iván Pino. Llorente y Cuenca.

“La incertidumbre regulatoria es una constante”

5. EL IMPACTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL

En 2010, la revista Time publicó un artículo en el que señaló que la economía y el consumo colaborativo forman parte de las 10 ideas que cambiarán al mundo. Y es que la economía colaborativa ha crecido más rápido que Facebook, Google y Yahoo juntos; datos de PWC señalan que tan sólo en sus primeros siete años, este sector fue valuado en 15 mil millones de dólares y se espera que alcance su mayor potencial en 2025, con ingresos estimados de 335 mil millones de dólares.

Cifras de JWT Intelligence proyectan que la región más proclive a utilizar los servicios derivados de la economía colaborativa es Asia, con una participación de consumo de 78 por ciento; seguida de América Latina y

Medio Oriente con 70 por ciento, dejando en tercer lugar a Europa y Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) con un 52 por ciento.

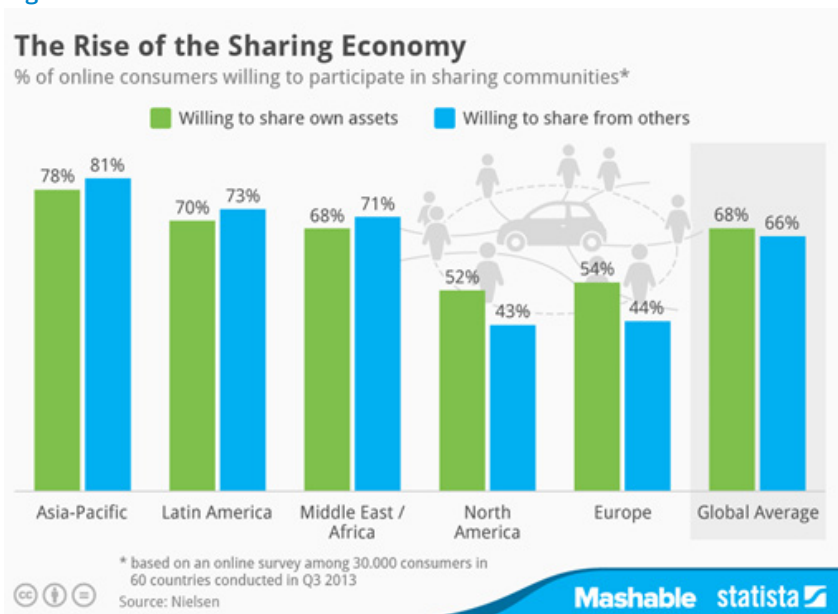
6. LOS RETOS REGULATORIOS

Como consecuencia de su naturaleza disruptiva, del crecimiento económico exponencial y del impacto social que ha tenido la economía colaborativa, los instrumentos de regulación se han visto rebasados, por lo que una preocupación latente es la operación en un ambiente complejo en el que la incertidumbre regulatoria es una constante.

Incluso, las empresas de la economía colaborativa han tenido que luchar contra acusaciones de competencia desleal o de quebranto a las regulaciones actuales, ya que ni los sectores tradicionales de la economía, ni los gobiernos estaban preparados para esta ola de innovación.

Manuel Molano, Director General Adjunto del Instituto Mexicano para la Competitividad A.C., señala que “las acciones de los gobiernos y reguladores pueden dañar el funcionamiento de la economía al poner limitaciones innecesarias a la innovación, a la investigación y al desarrollo”. Por lo que es primordial generar espacios de diálogo donde se comiencen a diseñar esquemas regulatorios ideales que superen estas barreras y no caigan en regulaciones rígidas y restrictivas que deriven en la inviabilidad de estos nuevos negocios.

Figura 2.



“Resulta decisivo el fortalecimiento de un clima de confianza”

Urge posicionar el mensaje de que la economía colaborativa no busca destruir un sistema, ni tampoco busca terminar con los derechos y principios básicos que ya están otorgados en el marco legal y regulatorio que protege a los ciudadanos, sino que pretende ofrecer alternativas y soluciones para los ciudadanos.

Por ejemplo, en ciudades como Ámsterdam o Seúl se han creado acuerdos e iniciativas para que los sectores tradicionales y los de economía colaborativa convivan y coexistan.

En Seúl, por ejemplo, surgió el proyecto “Ciudad que comparte”⁹ el cual fue propuesto por el alcalde Park Won-soon con el objetivo de “promulgar políticas que fomenten la aparición de empresas de economía colaborativa que mejoren la calidad de vida de sus ciudadanos”, esto aunado a que busca promover la cultura de compartir productos y bienes subutilizados como forma para crear valor económico y beneficios ambientales, al mismo tiempo que restablece el sentimiento de pertenencia en las personas y fortalece una sociedad basada en la confianza.

En Ámsterdam, Laila Frank, consultora para el Ayuntamiento de esta ciudad, señaló en entrevista con The Huffington Post que como “la economía colaborativa había llegado para quedarse”¹⁰,

era necesario explorar y buscar un camino normativo ante este nuevo fenómeno. Por ello, en diciembre de 2014, el municipio de Ámsterdam y Airbnb firmaron un acuerdo en el que la plataforma se hace cargo de recaudar para la ciudad un impuesto turístico, establecido en el 5 % (la tasa más alta de Europa). Además de que el home sharing fue enmarcado en una nueva categoría de alquiler vacacional entre particulares.

Pero, aunado al limbo regulatorio al que se enfrenta la economía colaborativa, resulta decisivo el fortalecimiento de un clima de confianza en el que usuarios de países como México, donde la inseguridad ha mermado la noción de comunidad, tengan la certeza de que no corren peligro al hacer uso de estas nuevas plataformas.

Asimismo, es importante que en los países en desarrollo se tome en cuenta el papel que juega la alfabetización digital para que ningún segmento de la población quede excluido de esta nueva forma de compartir.

7. CASOS DE ÉXITO

Además de las exitosas plataformas de Uber, Airbnb o BlaBlaCar, a continuación mencionamos algunas compañías de este nuevo modelo de negocio que pueden ser ilustrativas de cómo la economía colaborativa ha ido permeando en todos los sectores económicos y sociales.

⁹ Sharehub. Seoul Sharing City. <http://english.sharehub.kr/>

¹⁰ Huffington Post. Así resolvió Ámsterdam el rompecabezas de Airbnb. Vanessa Rodríguez. 9 de agosto de 2015. http://www.huffingtonpost.es/2015/08/09/amsterdam-airbnb_n_7923884.html

“El mundo globalizado está lleno de oportunidades y de fuerzas destructivas”

En un sector altamente regulado como es el energético, **Solar City** aparece como una compañía que les permite a los consumidores arrendar paneles solares en lugar de comprarlos y así contribuir al medio ambiente gracias al uso de energías limpias como lo es la energía solar. Además, a través de su Fundación Give Power, Solar City proporciona energía a los más desfavorecidos, de forma que con cada megavatio que instale, la empresa proporcionará electricidad a una escuela sin este servicio.

Por su parte, la empresa holandesa **Vandebrom** es una plataforma colaborativa, con más de 38 mil suscriptores, en la que los consumidores pagan una cuota mensual para contratar directamente de la producción sobrante de pequeños productores de energías renovables, dando liquidez a una inversión ya realizada, así los consumidores pueden elegir a su proveedor de energía y los productores pueden fijar sus propios precios.

En el sector de la agroindustria, el **Buen Campo** es una plataforma mexicana de consumo local en el que se comercializan y distribuyen alimentos (despensas) bajo el compromiso de manejar relaciones de comercio justo con el campo¹¹. El Buen Campo vende canastas de producto de temporada para evitar el desperdicio de los alimentos. En una entrevista con el diario El Financiero, Agustín Ortiz Monasterio, fundador de esta

empresa, declaró que “fueron abriendo el mercado de boca en boca y a través de una comunidad de personas que consumen este tipo de productos”.

Otro ejemplo que podemos destacar es **Coursera**, una plataforma educativa, que fue impulsada desde la Universidad de Stanford, para ofrecer conocimiento y cursos en línea a toda la población. Mientras que **Etsy**, es una comunidad global donde la gente se conecta para comprar y vender productos elaborados por artesanos, artistas y diseñadores, así como para tomar cursos empresariales para artesanos que buscan nuevas formas de mantenerse a sí mismo y a sus familias¹².

Bill Clinton dijo que “el mundo globalizado en el que vivimos es inherentemente inestable, lo cual significa que está lleno de oportunidades y de fuerzas destructivas”, por lo que modelos como la economía colaborativa son una oportunidad que abre nuevas oportunidades y horizontes para quienes buscan diferentes formas de optimizar sus recursos, además de diversificar sus fuentes de ingreso.

Hoy, ya no es posible detener esta revolución; pero ¿seremos capaces de enfrentar los retos y encontrar soluciones eficaces para convivir y conciliar con estos nuevos modelos caracterizados por ser innovadores, disruptivos, económicos y ecológicos al mismo tiempo?

¹¹ El Buen Campo. <http://www.elbuencampo.com/pages/nosotros>

¹² Acerca de Etsy. <https://www.etsy.com/mx/about/?ref=ifr>

Autores



Guillermo Máñez es director del Área de Asuntos Públicos en LLORENTE & CUENCA México. Licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad Iberoamericana. Maestría en Estudios Internacionales por la Universidad Johns Hopkins. Trabajó en el gobierno federal en la negociación política con actores sociales como refugiados centroamericanos (SEGOB) grupos subversivos como el EZLN (SEGOB), corresponsales extranjeros etc. Ha sido consultor de relaciones gubernamentales (STRUCTURA), llegando a ser posteriormente Director de Relaciones Institucionales en Grupo Lala y Presidente Ejecutivo en el Consejo Mexicano de la Carne. Publica en El Economista y Nexos, y contribuye con artículos sobre políticas públicas en Este País. Es socio del Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (COMEXI).

gmaynez@llorenteycuenca.com



María Gutiérrez es consultora en LLORENTE & CUENCA México. Cuenta con experiencia en materia de asuntos públicos, comunicación estratégica y campañas electorales, así como en análisis político y manejo de crisis. Durante la campaña para las elecciones presidenciales de 2012, participó con el Partido Nueva Alianza, formando parte del cuarto de guerra y del área de comunicación estratégica. Ha apoyado en la generación de productos de inteligencia política y en la redacción de artículos de opinión para medios de circulación nacional. Es periodista egresada de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García y cursando un máster en Periodismo Político por la misma institución.

mgutierrez@llorenteycuenca.com

LLORENTE & CUENCA

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio fundador y presidente
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Director General
Corporativo de Talento,
Organización e Innovación
acorujo@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y director general
apinedo@llorenteycuenca.com

Goyo Panadero
Socio y director general
gpanadero@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero
Socio y CEO América Latina
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN RR. HH.

Daniel Moreno
Gerente de RR. HH.
para España y Portugal
dmoreno@llorenteycuenca.com

Marjorie Barrientos
Gerente de RR. HH.
para la Región Andina
mbarrientos@llorenteycuenca.com

Karina Valencia
Gerente de RR. HH.
para Norteamérica,
Centroamérica y Caribe
kvalencia@llorenteycuenca.com

Karina Sanches
Gerente de RR.HH.
para el Cono Sur
ksanches@llorenteycuenca.com

Cink.

Sergio Cortés
Socio. Fundador y presidente
scortes@cink.es

Calle Girona, 52 Bajos
08009 Barcelona
Tel. +34 93 348 84 28

ESPAÑA Y PORTUGAL

Barcelona

María Cura
Socia y directora general
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1^o-1^a
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Joan Navarro
Socio y vicepresidente
Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y director senior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Ana Folgueira
Directora general de
Impossible Tellers
ana@impossibletellers.com

Impossible Tellers
Diego de León, 22, 3^o izq
28006 Madrid
Tel. +34 91 438 42 95

Lisboa

Madalena Martins
Socia
mmartins@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal
Director general
tvidal@llorenteycuenca.com

Carlos Ruiz
Director
cruiz@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5^o Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

ESTADOS UNIDOS

Miami

Erich de la Fuente
Socio y director general
edela Fuente@llorenteycuenca.com

600 Brickell Ave.
Suite 2020
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y CARIBE

Ciudad de México

Juan Rivera
Socio y director general
jrivera@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Panamá

Javier Rosado
Socio y director general
jrosado@llorenteycuenca.com

Av. Samuel Lewis
Edificio Omega - piso 6
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Director general
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Tel. +1 809 6161975

REGIÓN ANDINA

Bogotá

María Esteve
Directora general
mesteve@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B – of. 501
Tel. +57 1 7438000

Lima

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Alejandra Rivas
Directora general
arivas@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero – Edificio World Trade
Center – Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

Santiago de Chile

Claudio Ramírez
Socio y gerente general
cramirez@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.
Las Condes.
Tel. +56 22 207 32 00

AMÉRICA DEL SUR

Buenos Aires

Pablo Abiad
Socio y director general
pabiad@llorenteycuenca.com

Daniel Valli
Director senior de Desarrollo
de Negocio en el Cono Sur
dvalli@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Rio de Janeiro

Yeray Carretero
Director
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801
RJ - 20011-000
Tel. +55 21 3797 6400

São Paulo

Marco Antonio Sabino
Socio y presidente Brasil
masabino@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Director general
jcozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390



d+i desarrollando
ideas
LLORENTE & CUENCA

Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

Desarrollando Ideas es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe
Desarrollando Ideas.

www.desarrollando-ideas.com
www.revista-uno.com