

Treball de fi de grau

Títol

Autor De

XXXXX Tutor De

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

À

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

Índice

Resumen	6
Primera parte: Conceptualización de la Economía Colaborativa	8
1. JUSTIFICACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL OBJETO DE ESTUDIO	8
1.1 Introducción.....	8
1.1.1 La nueva comunicación en Internet	12
1.1.2 La economía colaborativa	13
2. OBJETO DE ESTUDIO	16
2.1 Objetivos generales y específicos	16
3. MARCO TEÓRICO	18
3.1 Definición de economía colaborativa	18
3.2 Segmentos de la economía colaborativa.....	19
3.2.1 Economía colaborativa basada en el consumo	21
3.2.1.1 Tipos de consumo colaborativo: optimización del uso de activos	24
3.2.1.2 Tipos de consumo colaborativo: recirculación de bienes	26
3.2.1.3 Tipos de consumo colaborativo: construcción de conexiones sociales	28
3.2.2 Economía colaborativa basada en la producción	33
3.2.3 Economía colaborativa basada en las finanzas.....	37
3.2.4 Economía colaborativa basada en el conocimiento	38
4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	41
5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	42
Segunda parte: Análisis y diagnóstico de la economía colaborativa.....	45
1. EL CONTEXTO: ¿POR QUÉ SURGE AHORA LA ECONOMÍA COLABORATIVA ?	45
2. ¿CUÁL ES EL PAPEL DE LOS MILLENNIALS EN ESTE MOVIMIENTO?	51
3. ¿CÓMO PUEDE AFECTAR ESTE MODELO AL FUTURO DEL TRABAJO?	56

4. ¿HAY UNA GRAN DIFERENCIA ENTRE LAS EMPRESAS COLABORATIVAS COMERCIALES Y LAS EMPRESAS COLABORATIVAS SIN ÁNIMO DE LUCRO?	58
4.1 ¿Dónde están las cooperativas?	60
5. ¿PUEDE LA ECONOMÍA COLABORATIVA FOMENTAR UNA REEDUCACIÓN EN VALORES DE LAS PERSONAS QUE USAN ESTE TIPO DE SERVICIOS?	63
6. CONCLUSIONES.....	66
FUENTES PERSONALES.....	68
BIBLIOGRAFÍA	69
WEBGRAFÍA	69
ANEXOS.....	74
1. Fragmentos de algunas de las entrevistas en profundidad	74
1.1 Entrevista a Cristóbal Gracia.....	74
1.2 Entrevista a Esther Val	78
1.3 Entrevista a David de Ugarte	81
1.4 Entrevista a Yassine el Moufti.....	84
1.5 Entrevista a Carlos Hervás	85
2. Estudio de impacto de Airbnb	87

Resumen

Estamos asistiendo al auge de un modelo de organización económico y social llamado economía colaborativa, que se basa en la premisa principal del acceso a los bienes y servicios sobre la propiedad de los mismos, y que promueve una transición del bien individual al bien común. La tecnología ha propiciado una acelerada expansión de la economía colaborativa, que se ha introducido en el consumo, las finanzas, la producción y el conocimiento, y dentro de cada uno de estos segmentos, detectamos iniciativas de economía colaborativa en sectores empresariales muy diversos, hasta el punto que no hay apenas ningún sector económico que no se haya visto afectado por este modelo.

La economía colaborativa ha sido impulsada por factores de diferente índole, siendo los más relevantes los motores sociales, económicos, tecnológicos y políticos. El aumento de la densidad de la población, el deseo de comunidad, la urgencia de la necesidad de ser sostenibles debido a la destrucción de los recursos naturales del planeta y el carácter más empático de los seres humanos configuran el factor social. La coyuntura económica ha sido también un propulsor destacado de la economía colaborativa, pues las plataformas de este tipo suponen para sus usuarios un ahorro de dinero o incluso les pueden proporcionar ingresos extra. Por ejemplo, la red social Couchsurfing conecta a viajeros de todo el mundo que bien pueden hacer de huéspedes o de anfitriones de viajeros en sus viajes, lo cual garantiza experiencias cercanas y supone un ahorro económico. Otras plataformas, como Airbnb, permiten a las personas hospedar en espacios sin utilizar de sus hogares a viajeros, por un precio normalmente inferior al de un hotel. Esto permite a los usuarios de Airbnb monetizar las habitaciones sobrantes de sus casa para generar un ingreso extra. Otro motor económico es la atracción de los inversores capitalistas en este nuevo modelo de negocio, que se percibe como un gran nicho de mercado. Cabe destacar también la crisis económica como acelerador de la economía colaborativa, ya que es percibido por muchos como una forma de consumir y relacionarse con su entorno alternativo y que además les genera ingresos.

El motor tecnológico es fundamental, puesto que la economía colaborativa se ha expandido a escala global gracias a Internet. Aunque este modelo es posible a escala local, Internet facilita las relaciones entre desconocidos a través de las empresas de economía colaborativa desde todos los rincones del planeta.

Por último, el político es también un motor relevante, pues este modelo aglutina muchos valores reclamados por la sociedad, como la solidaridad, el altruismo y la recuperación del sentimiento de comunidad, además de que la economía colaborativa *empodera* a las personas, en el sentido en que

muchas de las empresas que forman parte de este modelo están permitiendo a las personas incidir sobre las necesidades de su comunidad, muchas de las cuales ya no les proporcionan sus gobiernos debido a la desmantelación del Estado del Bienestar que hemos sufrido en las últimas décadas en los países donde se habían logrado cubrir unos servicios básicos, como es el caso de España.

En la presente investigación se realiza una explicación del fenómeno de la economía colaborativa seguido de un análisis del mismo, con la motivación de dar una visión amplia y crítica de este recientemente surgido movimiento.

Primera parte: Conceptualización de la Economía Colaborativa

1. JUSTIFICACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Introducción

Nos encontramos en una época de gran incertidumbre, no sólo económica, sino también medioambiental, política, social y cultural. Los palpables efectos que está empezando a tener el cambio climático no pueden abordarse sin plantear otro sistema económico que el actual, que necesita expandirse para sobrevivir y su crecimiento es posible a partir de la destrucción de recursos. En las últimas dos décadas han proliferado movimientos sociales contra la globalización, como el movimiento altermundista, que encuentra sus orígenes en el levantamiento zapatista de 1994 en Chiapas, México, y que abarca movimientos de todo tipo que a pesar de sus matices, se oponen a la globalización por beneficiar a las grandes multinacionales y a los países más ricos, por promover un modelo económico insostenible e injusto, por precarizar el empleo o socavar la capacidad democrática de los Estados, entre muchas otras críticas. Los estados están experimentando una cesión de competencias a otros organismos: por un lado, a entidades internacionales como el FMI, la OMC o el Banco Mundial; por otro, a nivel local mediante la descentralización del poder político, fiscal y administrativo; y por la privatización de algunas de sus funciones. Esta transformación es debida en gran parte a las políticas de globalización, descentralización y privatización, que tienen impactos dispares según la sociedad, pero quizá el rural sea uno de los sectores más afectados, pues la orientación neoliberal del comercio en el mercado mundial y sus correspondientes políticas fiscales y tecnológicas ejercen una gran influencia en los campesinos pobres y los pequeños agricultores.

Tras la crisis mundial de 2008, se han levantado un sinnúmero de movimientos y protestas que, aunque son diferentes y responden a realidades distintas, tienen un denominador común, que es el descrédito de la clase política y la oposición al modelo neoliberal impuesto a nivel global. Las revoluciones del mundo árabe iniciadas en 2011, el movimiento de los Indignados o 15M (2011) o el estadounidense Occupy Wall Street (2011) son expresiones de un sentimiento de oposición extendido globalmente. El 15M, así como Occupy Wall Street o el movimiento de las plazas en Grecia forman parte de un fenómeno arraigado a un contexto político y económico global. Aun así, no es una mera réplica importada de la Primavera Árabe: todos ellos son movimientos con características propias pero interrelacionados e interdependientes que, desde su propia

singularidad, forman parte y se sienten partícipes del mismo ciclo global. Todos estos movimientos han relegitimado la protesta social. La legitimidad que tuvo el 15M en el momento de su nacimiento se pudo observar en su masividad, arraigo y difusión territorial, así como en su impacto en la agenda política y simpatías entre la opinión pública. En EE UU, aun siendo un movimiento de menor arraigo, ha despertado simpatías en amplios sectores de la población. Su discurso entró en resonancia con el sentir y el pensar de una porción significativa de los trabajadores estadounidenses y dio coherencia política e intelectual a las intuiciones de muchos de ellos en su percepción de la injusticia social y la naturaleza de la crisis.

El mundo que conocemos se gestó en los años 70, cuando pasamos de un capitalismo keynesiano al capitalismo neoliberal, que se ha convertido en la política económica y la ideología dominante. El neoliberalismo se caracteriza por una menor intervención del Estado, que cede parte de su soberanía a entidades internacionales y supranacionales. Se prioriza la rentabilidad por encima de los servicios públicos. La rentabilidad es un falso criterio para avalar ciertos servicios que no son rentables, pero sí necesarios, como la sanidad, la educación y el transporte público. Sin embargo, todas estas instituciones se han ido desmantelando en los países capitalistas en las últimas décadas. España es un claro ejemplo de ello. El descenso de la riqueza en las clases medias es notorio en la mayoría de países de la UE. Los países de la periferia, los PIGS (Portugal, Italia, Grecia y España) han sido los más resentidos. Según el el VIII Informe de Cáritas, “en los últimos años se ha producido un descenso de la renta media, lo que supone un empobrecimiento de nuestra sociedad. Este proceso afecta especialmente a las personas y familias más vulnerables (con baja intensidad laboral, inmigrantes extracomunitarios, hogares monoparentales, personas sin hogar).”¹ El estudio también documenta que “aunque los primeros efectos de la crisis económica fueron amortiguados por las prestaciones por desempleo y por el apoyo de las familias, el agotamiento de las ayudas económicas, la prolongación de las situaciones de desempleo, las políticas de ajuste y sus recortes, unido a las dificultades en las familias, han creado un caldo de cultivo para la irrupción de una segunda oleada de empobrecimiento y exclusión social con efectos más intensos.”²

Los gobiernos del PP y del PSOE han afrontado la recesión con una política de recortes y el desmantelamiento de los servicios públicos. La reforma del mercado laboral en España mediante la

1 VIII Informe del Observatorio de la Realidad Social. Equipo de Estudios Cáritas Española.
<http://edit.um.es/exclusionsocial/files/2014/02/2013-C%C3%A1ritas.pdf>. (Consultado mayo 2014)

2 Ídem.

aprobación del “Real Decreto-ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral”³ También a una flexibilización del mercado laboral, que ha contribuido a un descenso de los salarios y de la población ocupada, al facilitar las contrataciones y despidos y por tanto la precarización del empleo.

Durante décadas las empresas se han posicionado como los motores de la sociedad, y se ha definido al ser humano como un *homo economicus* guiado por la competencia con los demás. Pero la determinación de que somos seres individualistas y egoístas no es la única versión, hay otras teorías que sostienen que hay otros rasgos centrales en la naturaleza humana, como la empatía, que destaca el sociólogo, economista, escritor, orador, asesor político y activista estadounidense Jeremy Rifkin. El autor sostiene que “los científicos sociales están comenzando a reexaminar la historia con una lente empática, descubriendo así corrientes históricas ocultas que sugieren que la evolución humana no sólo se calibra en función del control de la naturaleza, sino del incremento y la ampliación de la empatía hacia seres muy diversos y en ámbitos temporales y espaciales cada vez mayores. Las pruebas científicas de que somos una especie básicamente empática tienen consecuencias sociales profundas y de gran alcance, y podrían determinar nuestra suerte como especie.”⁴ El neoliberalismo que idearon autores como Von Hayek y Milton Friedman, que se extendió de la Escuela de Chicago al resto del mundo, ha impregnado la mayoría de las sociedades, introduciéndose en todos los ámbitos. Pero a pesar de su poder, nuestro modelo ha perdido afinidad ideológica en la sociedad. Muestra de ello son los movimientos de protesta que han surgido en los últimos años en todo el mundo.

A partir de los años 90 nos insertamos en la globalización, que es la fase histórica del capitalismo moderno. Se caracteriza por el hecho de que el capitalismo ha tenido una expansión geográfica que ha alcanzado casi todo el planeta. La globalización no sólo ha conllevado una expansión geográfica: ha habido una expansión del capitalismo hacia todos los dominios o aspectos de la sociedad, una mercantilización generalizada por el capitalismo en toda la vida cotidiana, con cada vez menos aspectos de la sociedad que estén fuera de una lógica mercantil.

³ http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/formacion/reforma_mercado_laboral/ (Consultado mayo de 2014)

⁴ RIFKIN, Jeremy. La civilización empática. El País, 19 marzo 2010.
http://elpais.com/diario/2010/03/19/opinion/1268953211_850215.html (Consultado febrero de 2014)

Esto también implica un elemento de interrelación. El planeta se hace un poco más pequeño, hay más interrelación económica, social y política. Lo que pasa en otra parte del planeta en tiempo real y al instante real nos afecta aquí.

Una de las particularidades de la crisis actual es que la crisis económica se mezcla por primera vez con una crisis ecológica. Esto aumenta el potencial de inestabilidad de la situación actual. El cambio climático es la principal manifestación de ello. La dinámica del capitalismo es dañina para el equilibrio ecológico, porque exige una exacerbada explotación de recursos naturales. Según Fernández Durán, “a finales del siglo XX la contaminación se convierte ya en un problema cada vez más global, como el propio capitalismo, cuando al principio del siglo la contaminación aunque grave y hasta muy grave, en algunos casos, era un problema puramente local.”⁵ Desde una óptica más general, es que estamos asistiendo a una crisis del modelo de la civilización; un modelo de organizar la sociedad, porque el modelo actual perjudica a la mayoría de la sociedad, además de que es insostenible para nuestro planeta.

Una gran crisis siempre implica una reorganización de las relaciones sociales. De una crisis se sale muy distinto a como se ha entrado, es un punto de inflexión.

Mi premisa es que todos estos elementos están provocando un cambio profundo de valores en la sociedad con respecto al consumo, a la producción, a la propiedad, al estatus, a la identidad y al modo de relacionarnos con nuestro entorno. Estos cambios son facilitados por Internet, medio a través del cual la sociedad se está empoderando. “las revoluciones en las comunicaciones no dejan de proporcionar escenarios cada vez más incluyentes para la maduración de la empatía y la expansión de la conciencia”, apunta Rifkin.⁶ En este ámbito, un modelo económico está emergiendo alrededor del intercambio de bienes y servicios entre individuos en lugar de la tradicional relación entre empresa y consumidor. Esta economía está redefiniendo las relaciones en el mercado entre los tradicionales vendedores y consumidores, expandiendo modelos de transacción y consumo, e impactando los modelos de negocio. Nos referimos a la economía colaborativa, concepto en el que se centra este trabajo y que explicaremos ampliamente en el marco teórico. La economía

5 FERNÁNDEZ DURAN, Ramón. El antropoceno: la crisis ecológica se hace mundial. La expansión del capitalismo global choca con la biosfera. <http://www.rebellion.org/docs/104656.pdf> (Consultado febrero de 2014)

6 RIFKIN, Jeremy. “La civilización empática”. El País, 19 marzo 2010. http://elpais.com/diario/2010/03/19/opinion/1268953211_850215.html (Consultado febrero de 2014)

colaborativa se refiere a los sistemas económicos y sociales que permiten el acceso compartido a los bienes, servicios, datos y talento.⁷

1.1.1 La nueva comunicación en Internet

En la web 2.0 los usuarios ya no son seres pasivos que buscan y reciben información, sino que la lógica de la conectividad entre comunes o *Peer to Peer* permite el contacto directo entre los usuarios sin necesidad de intermediación de los seres dominantes de la era de los medios masivos de comunicación. Se han cambiado las reglas del juego y la web 2.0 ha propiciado el empoderamiento de los consumidores, que ahora tienen mucha más capacidad para incidir en las empresas que las campañas de publicidad que las mismas corporaciones dirigen a los consumidores. Cuando una persona comparte su experiencia a través de empresas de economía colaborativa o de redes sociales como Facebook y Twitter, la confianza que proporcionan sus comentarios y el efecto que causan es mucho mayor que el plan de marketing de la compañía. Las empresas no pueden eludir esta realidad. Ahora, invertir millones en promocionar un producto o servicio se queda en papel mojado si hay una contracampaña por parte de los consumidores, por esto las empresas deberían incorporar las demandas y las experiencias de los consumidores en su propio plan empresarial.

La conectividad e interactividad de las personas en la red ha amplificado las posibilidades de colaboración que se dan entre ellas. Un destacado ejemplo de producción comunal de conocimiento mediante la colaboración es la Wikipedia, la mayor enciclopedia online del mundo.

Actualmente, los usuarios ya no usan Internet únicamente para compartir actividades, opiniones y conocimiento, sino también bienes y servicios. Durante la última década ha emergido un fenómeno que abraza nuevos modelos de propiedad, acceso, producción y finanzas que difieren del modo de operar del sistema capitalista clásico, entre los que encontramos el diseño conjunto, la creación conjunta, la colaboración abierta distribuida (crowdsourcing) o el micromecenazgo (crowdfunding). Todas estas prácticas forman parte de la Economía Colaborativa. Cabe destacar que estos

⁷ Consumo Colaborativo. Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Collaborative_consumption (Consultado enero de 2014)

fenómenos están interrelacionados y son interdependientes, porque todos son resultado de una horizontalización de las relaciones humanas mediante la cooperación.⁸

Esta horizontalización de las relaciones humanas está provocando una disrupción en la estructura social, política y económica jerárquica para dar paso a estructuras horizontales. Los investigadores John Hagel y John Seely Brown definen la *push economy* (de tipo jerárquico) como una economía de producción de masas basada en la anticipación de la demanda de los consumidores por parte de las compañías, que luego producen los recursos necesarios en el momento y lugar adecuados para encontrarse con esta demanda. En contraste, definen la *pull economy* (basada en redes) como un sistema económico basado en plataformas de producción abiertas y flexibles que usan las redes tecnológicas para orquestar un amplio abanico de recursos.⁹

El fenómeno de la *pull economy* no se confina únicamente en negocios desarrollados a través de Internet, sino que la extensión del uso común de internet está propiciando que se apliquen técnicas colaborativas en ámbitos diversos, como el entretenimiento, la vida social, la política, la educación y el gobierno.¹⁰

1.1.2 La economía colaborativa

La revolución en la forma de consumir, producir y relacionarse de las personas que participan en la economía colaborativa no es un factor aislado, sino que esta voluntad de empoderamiento de las personas puede verse en muchos ámbitos. El activista estadounidense, escritor y estratega en torno a la organización comunal David Bollier investiga en torno al concepto de procomún, que hace referencia a “compromisos sociales y negociaciones en constante evolución para la gestión responsable de un recurso compartido.” El activista resalta que “el procomún puede ser un modelo amenazante para muchos agentes corporativos y gubernamentales, ya que propone un empoderamiento de las personas y un papel diferente, más activo para la gente que el simplemente

8 Synthetic Overview of the Collaborative Consumption. P2P Foundation, (2012:16)
<http://p2p.coop/files/reports/collaborative-economy-2012.pdf> (Consultado febrero de 2014)

9 SEELY BROWN, John; HAGEL, John. The power of pull: how small moves, smartly made, can set big things in motion. Editorial Basic Books (2010) (Consultado enero de 2014)

10 BOLLIER, David. When push comes to pull. The New Economy and Culture of Networking Technology. A Report of the Fourteenth Annual Aspen Institute Roundtable on Information Technology. Editorial The Aspen Institute (2006)

consumir o votar.”¹¹ El autor resalta que “Internet ha potenciado las identidades sociales y los intereses no económicos de la gente, convirtiéndolos en una fuerza con mucha influencia en las redes electrónicas. La creciente popularidad del sistema operativo GNU/Linux y del software de fuente abierta (open source) confirman rotundamente el poder del procomún on line. Hay otros muchos, como los sitios web de colaboración, los servidores de listas por grupos de afinidades, las redes inalámbricas, los archivos on line para eruditos, y los archivos compartidos entre iguales (peer to peer)”.¹²

Ecuador es un ejemplo de sociedad que actualmente está preparándose para comenzar una transformación basada en el procomún, con lo que se constituiría como el primer país en instaurar una economía del bien común. El proyecto FLOK Society del Gobierno de Ecuador pretende construir una economía social del conocimiento basada en el respeto a la naturaleza, el software y culturas libres. En un discurso sobre la Flok Society, el presidente de Ecuador, Rafael Correa, manifestó: "los neoliberales impulsaban los paraísos fiscales. Nosotros, como socialistas del siglo XXI, vamos a impulsar los paraísos del conocimiento, el conocimiento como bien público y de libre acceso", comunicó el presidente de Ecuador, Rafael Correa, en la provincia del Oro (Ecuador), cuando daba un discurso sobre el proyecto de la Flok Society al final de diciembre de 2013.¹³

También cabe destacar que una de las grandes megalópolis del mundo, Seúl, la capital de Corea del Sur, se está posicionando para ser una ciudad modelo para compartir. El nuevo proyecto, llamado “Sharing City, Seoul” pretende acercar la economía colaborativa a todos los ciudadanos de Seúl ampliando las infraestructuras compartidas, la promoción de las empresas de intercambio existentes, la incubación de nuevas empresas de economía colaborativa, la utilización de los recursos públicos de inactividad, y proporcionar un mayor acceso a los datos y las obras digitales. El proyecto fue creado en septiembre de 2012 como parte del plan del Instituto para la Innovación en

11 GOTEIO. Entrevista a David Bollier en torno a la economía y las relaciones del procomún. Diario.es. 02 mayo 2013 http://www.eldiario.es/colaboratorio/procomun-economia-P2P-comunidad-recursos_6_128147189.html (Consultado febrero de 2014)

12 Ídem

13 Discurso de Rafael Correa sobre la Flok Society. <https://www.youtube.com/watch?v=wxct7h53dgM#t=840> (Consultado mayo de 2014)

Seoul (Seoul Innovation Bureau) para resolver los problemas sociales, económicos y ambientales de forma innovadora.¹⁴

14 JOHNSON. Cat. Is Seoul the next great sharing city? <http://www.shareable.net/blog/is-seoul-the-next-great-sharing-city> (Consultado mayo de 2014)

2. OBJETO DE ESTUDIO

El trabajo de investigación: “Del yo al nosotros: análisis y diagnóstico de la economía colaborativa”, se propone explicar y analizar el creciente fenómeno de la economía colaborativa relacionándolo con los diferentes elementos con los que se encuentra interrelacionado, para dar una visión amplia del concepto de economía colaborativa, de su impacto y de los retos que se le están presentando. La economía colaborativa es un modelo de organización económica y social que funciona a través de la red y que está expandiendo a un ritmo muy acelerado. Como explicaremos a lo largo de este trabajo, la economía colaborativa se ha introducido en el consumo, las finanzas, la producción y el conocimiento, y dentro de cada uno de estos segmentos, detectamos iniciativas de economía colaborativa en sectores empresariales muy diversos, hasta el punto que no hay apenas ningún sector económico que no se haya visto afectado por este modelo: lo encontramos en el turismo, la gastronomía, la educación, el periodismo, el transporte, el arte y la cultura, la construcción, la ingeniería, la ecología... Hoy es posible acomodarse en casas de desconocidos en la mayoría de ciudades del mundo completamente gratis. Lo permiten comunidades como Couchsurfing, una red de viajeros deseosos de hacer de los viajes una auténtica experiencia social. Si se acercan a la comarca del Bages, encontrarán la ecored *A bona hora*, una comunidad de intercambio de bienes y servicios –como una visita médica o un cesto de alimentos- que forman personas del Bages que se han replanteado su papel como consumidores y han encontrado un espacio para establecer relaciones económicas más justas y sostenibles, que además benefician a la comarca. La producción tampoco es ya algo exclusivo de las fábricas. La presencia de Laboratorios de Fabricación (Fab Labs) en todo el mundo ha democratizado el acceso de cualquier persona a la maquinaria necesaria para la producción industrial, antes impensable. Esto les permite fabricar objetos individualizados o inaccesibles debido a su alto coste.

2.1 Objetivos generales y específicos

El objetivo general de este trabajo es, por un lado, explicar este joven modelo de forma exhaustiva, teniendo en cuenta los 4 segmentos de la economía colaborativa, que serán ilustrados con algunos ejemplos, que incluirán también información de impacto de las iniciativas que se expliquen. En segundo lugar, como objetivo específico, se pretende hacer un análisis y diagnóstico de la economía colaborativa, teniendo en cuenta las distintas variables que surgen a partir de las preguntas de investigación, y que son: el contexto del surgimiento de este movimiento o por qué ha surgido ahora; la posibilidad de que estemos pasando de una era del hiperconsumo a una era del acceso; cómo afectará este modelo en un futuro al mercado de trabajo; el análisis de las críticas que le han

surgido a este movimiento (especialmente a las empresas con ánimo de lucro) y la posibilidad de que la confianza entre desconocidos que promueve la economía colaborativa pueda provocar una reeducación horizontal en valores entre las personas que participan en el uso de estas iniciativas. Estas líneas de análisis específicas se explicarán y contrastarán con las entrevistas en profundidad realizadas a diferentes expertos y usuarios de la economía colaborativa.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Definición de economía colaborativa

La economía colaborativa, también conocida como economía comunitaria o malla se refiere a los sistemas económicos y sociales que permiten el acceso compartido a los bienes, servicios, datos y talento.¹⁵ “OuiShare, la asociación internacional que promueve esta nueva economía, prefiere el término economía colaborativa en vez de su versión anglosajona, economía 'compartida' (shared economy), que puede llevar a pensar, erróneamente, que la gratuidad es siempre la regla. Gansky (2010) también califica este movimiento como The Mesh (la Malla) que es un concepto muy amplio que incluye para la autora cualquier modelo que utilice la tecnología para conectar personas, cosas o ideas y que se basa en la premisa principal del acceso sobre la propiedad”.¹⁶ La principal diferencia entre la economía capitalista y la economía colaborativa es la propuesta de compartir o intercambiar los bienes en lugar de poseerlos, es decir, el paso de la propiedad al acceso y al uso, la transición del bien particular al bien común. Estos sistemas tienen una variedad de formas, pero casi todas hacen uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para empoderar a las personas, empresas, organizaciones sin fines de lucro y del gobierno con información que permite la distribución, el intercambio y la reutilización del exceso de capacidad en los bienes y servicios.¹⁷ Compartir siempre ha dependido de una red comunicativa pero Internet está redefiniendo el alcance y las posibilidades de la economía colaborativa al desvanecerse las barreras geográficas entre las personas, haciendo posible que conecten y compartan unas con otras unidas por el compromiso de la confianza. Una premisa común es que cuando la información sobre los bienes es compartida, el valor de esos bienes aumenta, para la empresa, para los individuos y para la comunidad.¹⁸ La economía del intercambio está asociada a un conjunto de valores, entre los cuales encontramos a menudo la confianza, la transparencia, el empoderamiento, la expresión economía creativa, la autenticidad y la conexión humana. “Si el siglo XX fue el del hiperconsumo basado en el

15 Consumo Colaborativo. Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Collaborative_consumption (Consultado enero de 2014)

16 VAL, Esther. La economía colaborativa. ¿Hacia un modelo más humano y sostenible? <http://www.slideshare.net/carapilla/mfm-final> (Consultado abril de 2014)

17 SUNDARARAJAN, Arun. "From Zipcar to the Sharing Economy". *January 3, 2013*. Harvard Business Review. Retrieved 13 June 2013. (Consultado marzo de 2014)

18 GERON, Tomio (November 9, 2012). "Airbnb Had \$56 Million Impact On San Francisco: Study". *Forbes*. Retrieved 13 June 2013. (Consultado marzo de 2014)

crédito, la publicidad y la propiedad individual, para los impulsores de miles de iniciativas de economía compartida, el siglo XXI ha de ser el del consumo colaborativo a través de la reputación, la comunidad y el acceso compartido.”¹⁹

El término economía colaborativa comenzó a aparecer a mediados de la década de los años 2000. El profesor de derecho de Harvard, Yochai Benkler, uno de los primeros defensores del software de código abierto, postula que la tecnología de red podría mitigar este problema a través de lo que él llama producción entre iguales basada en comunes.²⁰ El poder de la actividad social y económica común para hacer frente al agotamiento de los recursos en todo el mundo y crear nuevos modelos para el desarrollo de la riqueza y el valor social fue popularizado por Rachel Botsman y Roo Rogers en el libro *Lo que es mío es tuyo* (2010) y Lisa Gansky en el libro *La malla: por qué el futuro de los negocios es compartir* (2010).

3.2 Segmentos de la economía colaborativa

Las relaciones que se producen entre las personas a través de la economía colaborativa se inician en la red pero casi siempre el acto de colaboración o intercambio se desarrolla en el ámbito físico. La economía colaborativa se puede clasificar en cuatro segmentos: el **consumo colaborativo**, la **producción contributiva**, las **finanzas participativas** y el **conocimiento abierto**.²¹

El **consumo colaborativo** es el segmento más visible. Incluye diferentes tipos de relaciones de intercambio y de colaboración, como el trueque, los vehículos o los domicilios compartidos entre particulares o las donaciones. El consumo colaborativo es el ámbito que mayor crecimiento está teniendo en el mercado y es un modelo disruptivo de los negocios capitalistas, hasta el punto que muchas empresas tradicionales están incluyendo servicios de consumo colaborativo. Este modelo de consumo se explicará con detalle en el siguiente apartado.

¹⁹ Revista Es Posible. Julio/agosto Nº 36. (2013:7) <http://www.revistaesposible.org/revista-esPosible-numero-36/HTML/index.html#/1/zoomed> (Consultado marzo de 2014)

²⁰ BENKLER, Yochai (2002). "[Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm](#)". *The Yale Law Journal* 112. Retrieved 13 June 2013. (Consultado marzo de 2014)

²¹ CAÑIGUERAL, Albert. Los retos de la economía colaborativa. Extraído de "Economía en colaboración", Dossier Nº 12 de Economistas Sin Fronteras, enero de 2014.

La **producción contributiva** ha instaurado un nuevo modelo industrial de producción entre iguales a partir del Movimiento Makers y de la cultura Do It Yourself (DIY). El término “maker” fue acuñado por Dale Dougherty, de la O’Reilly Media. Tal movimiento se basa en la cultura del “Hágalo Usted Mismo (DIY)”.²² Además, ha facilitado la democratización de las herramientas digitales para el diseño y la producción (como impresoras 3D, cortadores láser, escáneres 3D y software tipo CAD), y la apertura de espacios de producción. “Chris Anderson considera que la combinación de estos principios da lugar al comienzo de una nueva revolución industrial que democratiza la producción física, a semejanza de cómo los blogs y las redes sociales han democratizado la publicación de contenidos”²³, apunta el emprendedor experto en economía colaborativa Albert Cañigual.

El **conocimiento abierto** (*open knowledge*) es el tercer segmento de la economía colaborativa. Se trata del conocimiento que puede ser producido, usado y redistribuido sin restricciones legales, sociales ni tecnológicas. El conocimiento abierto engloba datos, contenidos (como música, películas y libros) y todo tipo de información general. El concepto de conocimiento abierto está vinculado al concepto de código abierto, que hace referencia al software distribuido y desarrollado libremente. El conocimiento abierto facilita que muchos ámbitos se vuelvan más transparentes, como por ejemplo los gobiernos, la educación, la cultura y la ciencia, pues el acceso a la información ya no es privilegio de unos pocos sino que su acceso se democratiza. Algunos ejemplos de conocimiento abierto son las licencias Creative Commons, la Open Knowledge Foundation o el Gobierno Abierto. “También se inventan nuevos modelos de organizaciones en áreas como la investigación (HackYour Phd), la ley (ShareLex) o la política (“Parlements et Citoyens” en Francia, por ejemplo).”²⁴

22 GOTEIO. Cultura libre y la peer production: la era maker. 12. de agosto 2013. http://www.eldiario.es/colaboratorio/Cultura-libre-peer-production-maker_6_163843622.html (Consultado abril de 2014)

23 CAÑIGUAL, Albert. “Los retos de la economía colaborativa”. *Dossieres Economistas Sin Fronteras* Nº12. *Economía en colaboración* (2014:22) <http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-12-Econom%C3%ADa-en-colaboraci%C3%B3n.pdf> (Consultado marzo de 2014)

24CAÑIGUAL, Albert. “Los retos de la economía colaborativa”. *Dossieres Economistas Sin Fronteras* Nº 12. *Economía en colaboración* (2014:22) <http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-12-Econom%C3%ADa-en-colaboraci%C3%B3n.pdf> (Consultado marzo de 2014)

Las **Finanzas Participativas** contemplan modelos como la financiación colectiva (crowdfunding) y los préstamos entre personas (LendingClub), las monedas alternativas (Bitcoin)²⁵ y las economías del regalo.²⁶ Las finanzas Peer to Peer o participativas encuentran sus raíces en la iniciativa estadounidense de financiación colectiva Kickstarter, ahora ya consolidada.

3.2.1 Economía colaborativa basada en el consumo

El consumo colaborativo es el segmento más visible de la economía colaborativa, así como el más amplio. Una de las teóricas más destacadas del consumo colaborativo, Rachel Botsman, lo subdivide en tres categorías, que se explicarán a continuación. El consumo colaborativo hace referencia a la forma tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar bienes y servicios, todo ello redefinido a través de Internet, y que se basa en sistemas de reputación y la confianza entre las personas, dado que la mayoría de relaciones a través del consumo colaborativo se hacen entre desconocidos. Este movimiento implica un cambio económico y cultural de migración de hábitos de una etapa marcada por el consumismo individualizado hacia un escenario más colaborativo y comunitario potenciado por los medios sociales y las plataformas de red entre iguales (*Peer to Peer*).

El término fue acuñado por primera vez por el periodista Ray Algar en un artículo titulado “Collaborative Consumption”, que se publicó en el número de abril de 2007 de la revista Leisure Report, pero el concepto comenzó a popularizarse en 2010 con la publicación del libro de Rachel Botsman y Roo Rogers *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*.

En España, el fenómeno del consumo colaborativo empezó a darse a conocer entre 2012 y 2013, especialmente en el mundo del turismo.

En casi todos los casos, la principal motivación que atrae a los usuarios de Consumo Colaborativo es el prisma económico. “El consumo en colaboración desplaza la actividad económica desde los

25 Nota: Este invierno bitcoin sufrió una grave perca al caer uno de sus principales mercados, Mt. Gox, lo que supuso una pérdida de alrededor de 375 millones de dólares para sus clientes.

<http://www.rtve.es/noticias/20140225/nubarrones-sobre-bitcoin-tras-caida-mtgox-uno-principales-mercados/887061.shtml> (Consultado mayo de 2014)

26 <http://cristobalgracia.com/> (Consultado abril de 2014)

intermediarios hasta los consumidores-productores, y hace posible estilos de vida alternativos.”²⁷ La motivación económica puede ser tanto para ganar dinero como para ahorrarlo.

Un segundo motivo que impulsa muchas de estas prácticas es el ecológico. La mayoría de estas iniciativas reducen, buscándolo o sin buscarlo, la huella ecológica, ya que implican algunas veces reutilización de bienes, otras reducción de desechos o compartición de medios de transporte, y todo ello desencadena a su vez reducción de demanda de bienes y la disminución de los desechos que se generan con la filosofía de comprar-tirar-comprar. Sin embargo, no debemos olvidar que ser eco-friendly no es muchas veces la principal fuerza que mueve a las empresas y a los consumidores del Consumo Colaborativo, sino que a menudo es una realidad intrínseca del Consumo Colaborativo. Estas consecuencias positivas aunque inesperadas o involuntarias ocurren porque la sostenibilidad y la comunidad son una parte inherente, inseparable del consumo colaborativo, y no un añadido.²⁸

El cuadro a continuación resume de forma sintética los tres modelos de Consumo Colaborativo, que plantean autores como Rachel Botsman (2010).

27 SCHOR, Juliet. Boston College. Consumo Colaborativo, una introducción. Dossiers Economistas Sin Fronteras Nº 12. *Economía en colaboración* (2014:7) <http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-12-Econom%C3%ADa-en-colaboraci%C3%B3n.pdf> (Consultado marzo de 2014)

28 BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:74) (Editorial Collins, 2011)



29

En tercer lugar, “muchos de los que participan en estas iniciativas lo hacen por conocer gente, hacer nuevos amigos y expandir su red social.”³⁰ La economía colaborativa relaciona a las personas directamente y rompe con la jerarquía vertical establecida entre los consumidores y las empresas. Ya sea a través de trueques, de regalar objetos que no usamos, de compartir bienes, de ofrecer o intercambiar servicios, de conectarse con otras personas con similares pasiones o cualquiera de las posibilidades del Consumo Colaborativo, este sistema vaticina una transición del yo a una sociedad del nosotros. Participar en el Consumo Colaborativo crea comunidad: Los procesos orientados a colectivos para la innovación abierta, la innovación dirigida por el usuario, la co-creación y el co-diseño, a través de plataformas o empresas, son manifestaciones del reconocimiento de la innovación productiva impulsada por la comunidad. También hay un fuerte florecimiento del consumo colaborativo, impulsado por comunidades web y por el compartimiento de las infraestructuras físicas, como en el uso compartido de vehículos. El fuerte crecimiento del co-working y espacios hacker (hackerspaces) puede ser visto también como parte de este mismo

29 Revista Es Posible, editorial. Julio/agosto Nº 36. (2013:7). Fuente adaptada de www.consumocolaborativo.com (Consultado marzo de 2014)

30 SCHOR, Juliet. Boston College. “Consumo Colaborativo, una introducción”. Dossieres Economistas Sin Fronteras Nº 12. *Economía en colaboración* (2014:7). (Consultado marzo de 2014)

contexto.³¹

Las razones de los usuarios para participar en la economía colaborativa son diversas. En cuanto a los diferentes tipos de consumo colaborativo, que explicaremos a continuación, y que son la optimización del uso de activos, los mercados de redistribución y los estilos de vida colaborativos, la motivación de los usuarios puede ser por diversos motivos, como ahorrar o ganar dinero, hacer amigos, ganar tiempo o espacio o sentirse parte de una comunidad al hacer algo que beneficia a otros.³²

3.2.1.1 Tipos de consumo colaborativo: optimización del uso de activos

Como avanzábamos en el cuadro anterior y como defienden Rachel Botsman y Roo Rogers (2010), se pueden clasificar las manifestaciones de Consumo Colaborativo en tres sistemas: un primer sistema de **optimización del uso de activos**, basado en productos que se abren al acceso de otras personas sin necesidad de comprarlos y por lo tanto de poseerlos. Con esto, cambia el modelo de propiedad privada individual hacia la extensión del uso de los objetos por parte de terceros. Los servicios de alquiler de vehículos entre particulares, como es el caso de Social Car, que permite a las personas alquilar su coche a terceros cuando no lo usan, generando un ingreso extra, permiten a centenares de personas acceder al uso de diferentes medios de transporte para desplazarse por la ciudad sin necesidad de poseerlos.

Existen diferentes tipos de sistemas basados en productos, pero Rachel Botsman y Roo Rogers los simplifican en dos: el primer modelo es aquél en el que una compañía o un particular posee un producto y múltiples usuarios comparten los beneficios de este producto a través de su utilización, como por ejemplo **Airbnb** o **Avancar**, que se explicarán a continuación.

El segundo modelo es el de “extensión de vida del producto”, mediante el mantenimiento, la reparación o la renovación/actualización. Es un método muy adecuado para productos electrónicos que necesitan de un conocimiento especializado para ser reparados o productos que deben ser renovados constantemente como los muebles.³³

31 Synthetic Overview of the Collaborative Consumption. P2P Foundation, (2012:24) (Consultado febrero de 2014)

32 BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (Editorial Collins, 2011)

33 BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:101). (Editorial Collins, 2011)

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Airbnb es una compañía que gestiona una red global de alojamientos que ofrecen particulares con habitaciones, inmuebles o incluso barcos que no usan y que pueden rentabilizar arrendándolos por noches o días a un precio mucho menor que un hotel y con el valor añadido de la calidez que supone estar en casa de alguien. Airbnb es una vieja idea revalorizada de nuevo a partir de conexiones entre pares por medio de las nuevas tecnologías. En casos como este una parte obtiene un beneficio económico y la otra parte ahorra dinero.

Airbnb generó 128 millones de euros en Barcelona en el período comprendido entre agosto de 2012 y julio de 2013: “Barcelona, cuarto destino por número de huéspedes de la plataforma después de Nueva York, París y Londres, registró 170.290 huéspedes y cuenta con 3.967 anfitriones (ciudadanos que alquilan su casa o parte de ella)”³⁴, lo que indica un crecimiento de un 383% en un año. A nivel global, 10 millones de viajeros se alojaron con Airbnb en 2013 en 30.000 ciudades de 190 países. “Los datos revelan que la plataforma, fundada en agosto del 2008 en San Francisco sobre la base de la economía colaborativa, se ha convertido en algo más que un fenómeno global”.³⁵

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Avancar es una empresa de carsharing que actualmente opera en Catalunya y que forma parte de la compañía estadounidense de coches compartidos Zipcar desde 2012, que opera internacionalmente y cuenta con 750.000 socios en el mundo. Avancar, desde su nacimiento en 2005 ya cuenta con 6.000 socios y 120 Avancars circulando por Barcelona. El carsharing es una alternativa a poseer un coche.³⁶

El consumo Colaborativo basado en la optimización de recursos ya sea mediante el alquiler o la venta es la seguridad y la confianza. Este obstáculo hace que mucha gente no quiera dar el paso a este tipo de consumo, pero este sistema goza normalmente de muchas medidas de seguridad y recursos

34 GASTESI, Aintzane. Airbnb reivindica su aportación a la economía de sus principales mercados La Vanguardia, 17 de agosto 2014. (Consultado marzo de 2014)
<http://www.lavanguardia.com/tecnologia/internet/20140217/54401380117/airbnb-reivindica-aportacion-economia.html> (Consultado marzo de 2014)

35 Ídem

36 <http://www.avancar.es/about/about-avancar> (Consultado marzo de 2014)

para que los usuarios ganen confianza. La mayoría de plataformas de consumo colaborativo disponen de sistemas de reseñas y comentarios que permiten a los usuarios valorar y opinar sobre los servicios disfrutados o los productos usados, de modo que hay una retroalimentación y las personas pueden saber de antemano qué prestadores de servicios son más fiables y cuáles no. Pero cuanto más participamos en el consumo colaborativo y más presencia tenemos en múltiples plataformas de este tipo, obtenemos más reputación y esto conlleva una mayor capacidad de participación y consideración por parte de los demás miembros de la comunidad. Y la reputación de los miembros de la comunidad contribuye a que se construya la confianza entre desconocidos, principio fundamental para la creencia en los comunes: “los sistemas de reputación online, así como otros ejemplos de retroalimentación por parte de los miembros de una comunidad, nos aportan ese tipo de valoraciones que motivan a la gente a actuar de forma responsable.”³⁷

3.2.1.2 Tipos de consumo colaborativo: recirculación de bienes

Otro sistema es el de la **recirculación de bienes** a través de los mercados de redistribución. Se puede llevar a cabo mediante donaciones, trueques y mercados de segunda mano, entre otros. La gran variedad de sitios web que permiten realizar este tipo de transacciones aglutinan toda clase de objetos intercambiables (Freecycle.org, Ropadona.com, Armariocompartido.es, Craigslist.org, Reciclalia.es, Ticketbis.com, etc.). En menos de una década el modelo de la Malla se ha infiltrado en docenas de categorías, incluyendo la moda, el gobierno, la energía, el turismo, el entretenimiento, el transporte, la comida y las finanzas.³⁸ Ejemplos destacados en España son **Ebay** y **Nolotiro.org**

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Ebay es una plataforma destinada a la subasta de productos a través de Internet fundada en 1995 por Pierre Omidyar. Contempla distintos tipos de transacciones: la subasta, en la que el vendedor pone un precio a su producto estableciendo un período de tiempo determinado durante el cual los compradores deben pujar. El comprador que puge más alto se llevará el producto bajo las condiciones de entrega y devolución que imponga el vendedor. Otro tipo de transacción es el ¡Cómpralo ya!, con el que el vendedor pone un precio y si un comprador está dispuesto a pagarlo

37BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (Editorial Collins, 2011)

38 GANSKY, Lisa. The mesh. Why the future of business is sharing (2010:19). (Editorial Portfolio/Penguin, 2010)

puede hacer la compra. El último sistema son los anuncios clasificados, en los que se exponen las características de artículos para su posterior venta.

Los vendedores establecen la política de pagos (PayPal, tarjeta de crédito, transferencia bancaria o contra reembolso).

En las transacciones realizadas a través de Ebay no interviene la empresa, por lo que los usuarios son responsables de sus acciones y el éxito de la compraventa depende de su buena fe. Por tanto, se basa en la confianza entre desconocidos, aunque dispone de distintas medidas de seguridad que, aunque no definitivas, proporcionan mayor fiabilidad al sistema. Los usuarios pueden calificar a los vendedores a los que han comprado un producto con puntos positivos o negativos en función del éxito de la operación. También dispone de un Foro de Retroalimentación, que permite a los usuarios hacer comentarios sobre otros en relación a transacciones específicas realizadas personalmente. Las formas de pago de los productos también pueden disponer de la *protección al comprador* de Ebay, que en caso de fraude cubre una cantidad de la pérdida.

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Nolotiro.org es otra plataforma de consumo colaborativo española del mismo grupo que Ebay pero con la diferencia que no hay ninguna motivación económica: en el sitio web los usuarios ofrecen a la comunidad pertenencias que ya no quieren o no necesitan para que las aprovechen personas que pueden hacer uso de ellas. No hay opción de intercambio en forma de trueque o de compra, por lo que fomenta el altruismo y constituye una forma más pura de consumo colaborativo. Esta empresa española es similar a la red global Freecycle, que tiene la misma filosofía: la basura de una persona es un tesoro para otra.

Freecycle también opera en España y cuenta con más de 7 millones de usuarios alrededor del mundo, que forman parte de 5.121 grupos, que son moderados por voluntarios locales de cada ciudad o pueblo donde funciona Freecycle. El movimiento que ha generado iniciativas como estas es tal que en 2007 Yahoo! situó Freecycle como el tercer término relacionado con el medio ambiente más buscado en el planeta, después de calentamiento global y reciclaje. Según Rachel Botsman y Roo Rogers (2010) "Freecycle es ahora es uno de los movimientos de tipo grassroots - que significa que está constituido por los miembros de una comunidad- con un mayor crecimiento en el mundo, con más de 7 millones de miembros en más de 95 países desde Australia a Rusia,

Singapur, Alemania o incluso en lugares como los Territorios Ocupados de Palestina”³⁹

3.2.1.3 Tipos de consumo colaborativo: construcción de conexiones sociales

El último sistema es el de **construcción de conexiones sociales**, en el que personas con intereses similares se unen para compartir, ofrecer, recibir o intercambiar bienes menos tangibles, como el tiempo, las habilidades o el espacio. Ejemplos de ello son Couchsurfing, una comunidad de viajeros de todo el mundo que ofrecen su sofá o encuentros con visitantes a sus países de forma gratuita, para compartir su tiempo, su día a día, sus experiencias y su ciudad. Ejemplos destacados son **Couchsurfing** y los **Sistemas CES**, dentro de los cuales pondremos hincapié en los **Bancos de Tiempo**.

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Couchsurfing es un servicio de hospitalidad en línea. Cuando una persona se registra en la página oficial puede localizar contactos en los lugares donde viaje y dormir en sus sofás, como también pueden ofrecer hospedar a viajeros de todo el mundo.

Actualmente, esta comunidad global ya cuenta con 7 millones de personas en más de 100.000 ciudades⁴⁰, que comparten sus vidas, su mundo y sus jornadas. Couchsurfing es una red de viajeros deseosos de hacer de los viajes una auténtica experiencia social.

La participación es libre y gratuita, aunque la comunidad acepta donaciones. Para los miembros de Couchsurfing el mundo es mucho más pequeño de lo que la gente piensa. Valoran experiencias reales con extraños, que a menudo acaban convirtiéndose en amigos. Las experiencias y la cultura se pueden compartir tanto cuando una persona decide viajar haciendo Couchsurfing y así tiene la oportunidad de vivir la cultura desde dentro y conocer lugares de interés personal del huésped que probablemente no aparecerán en las guías, como haciendo de huésped y compartiendo su cultura con un viajero.

39 BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:124). (Editorial Collins, 2011)

40 Extraído de www.Couchsurfing.org

El responsable de comunicación de Couchsurfing.org, Heather O'Brien, opina que "con el Couchsurfing se construye una comunidad global. Si tú preguntas a la mayoría de couchsurfers te dirá que no sólo es sobre sofás. El alojamiento gratuito ayuda a romper algunas de las barreras para explorar en estos tiempos de crisis económica pero resulta que la gente se preocupa más por conocer personas interesantes en el mundo y compartir experiencias increíbles con ellas".⁴¹

"El número de couchsurfers está constantemente creciendo, un nuevo miembro se da de alta cada 11 segundos. El año pasado Barcelona tenía 19.903 y ahora el número ha crecido hasta 32.747. (a fecha 20 de agosto 2012) ", explica el responsable de comunicación de Couchsurfing, Heather O'Brien, en un artículo del periódica La Vanguardia.⁴²

Los valores de Couchsurfing son: compartir tu vida, crear conexiones, ofrecer hospitalidad, mantenerse curioso y dejar el espacio que nos han ofrecido mejor de cómo estaba. Couchsurfing.org sirve como una plataforma intermediaria entre viajeros que comparten sus vidas. Tanto si se hospeda a viajeros como si se viaja al entorno de otros, en Couchsurfing.org se defiende que la generosidad, cuando se proporciona honestamente, tiene la capacidad de cambiar el mundo.⁴³ Un segundo principio es el de ofrecer hospitalidad. La relación que se establece entre viajeros atraviesa el mundo virtual para llevarse a cabo en el mundo físico. Se basa en una completa confianza entre desconocidos. Los usuarios disponen de distintos sistemas de reputación y control. Cuando se ha hospedado a un viajero o se viaja a otro país, se pueden escribir referencias que servirán para mejorar o empeorar la reputación de las personas con las que hemos tenido una experiencia o que repercutirán a nuestra reputación en la comunidad. Los usuarios también pueden verificar su identidad y el lugar en el que viven. Estos procedimientos alimentan la masa crítica de personas que se necesitan para que la comunidad funcione, pero aunque podamos tener referencias de las personas a las que vamos a alojar o con las que nos alojaremos, supone confiar nuestra seguridad en manos de desconocidos en un país extranjero o abrir las puertas de nuestros hogares a desconocidos.

"Las comunidades colaborativas ilustran como nuestro comportamiento en las redes sociales se está traspasando al mundo físico. Tal vez el ejemplo más destacado de cómo estamos llevando a las

41SANCHO, Jesús. El Couchsurfing gana adeptos en Barcelona. La Vanguardia. 28 agosto 2012 (Consultado abril de 2014)

42 Ídem

43 Los valores del Couchsurfing. <https://www.couchsurfing.org/n/values> (Consultado marzo de 2014)

comunidades virtuales en el mundo real es Couchsurfing.”⁴⁴ Couchsurfing es un ejemplo de sistema de la economía colaborativa que no necesita de un retorno de beneficios inmediato, con lo que se trata de una reciprocidad indirecta. Mientras que en plataformas como Swap se debe intercambiar un bien por otro, en Couchsurfing los viajeros no tienen por qué ofrecer sus sofás. Cuando más participas en la comunidad obtienes más valoraciones y más recompensas, pero también puedes viajar sin hospedar o simplemente participar en los cientos de actividades que se organizan en diferentes ciudades, a través de las cuales los viajeros pueden compartir su tiempo y aficiones. Incluso puedes encontrarte con otras personas únicamente para tomar algo o pasar parte de tu tiempo. Esta reciprocidad indirecta se puede enmarcar en la teoría sociológica de la economía del regalo⁴⁵, en la que los bienes y servicios se otorgan sin acordarse la sustitución de una cosa por otra, ya sea monetariamente o mediante el intercambio de objetos elegidos por mutuo acuerdo como de equivalente valor.

44 BOTSCHAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:176). Editorial Collins.

45 J. CHEAL, David. The gift Economy (Editorial Routledge, 1998)

Sistema de Intercambio en Comunidad (CES en sus siglas en inglés *Community Exchange System*) es una forma de comercio complementario global a través de Internet que permite el intercambio de bienes y servicios, tanto a nivel local como global. El sistema de CES no posee una moneda física y constituye una forma diferente de utilizar el dinero que se aleja de la convencional, que es posible gracias a la red. Las monedas sociales revalorizan las comunidades y movilizan productos y servicios que escasean en las distintas localidades, especialmente en la coyuntura de crisis económica: “Al complementar el flujo de caja convencional con un sistema de intercambio local, una comunidad puede proporcionar una fuente adicional de bienes y servicios esenciales que se vuelven escasos en las crisis económicas y protegerse de los cambios y las fluctuaciones de la oferta monetaria nacional.”⁴⁶

Un ejemplo de CES es la Ecoxarxa del Bages en Catalunya. La forman un grupo de personas de la comarca y alrededores que han decidido replantearse su papel como consumidores a través de un espacio en Internet de intercambio de bienes y servicios que ofrece la plataforma virtual CES (Community Exchange System). La página funciona de forma virtual pero las transacciones se hacen de forma física y añaden valor a la comunidad. Ejemplos de transacciones son comida, reparaciones de automóviles, clases particulares o sesiones con un psicólogo de la comarca.

Cabe resaltar que actualmente España es el país con más ecoredes del mundo. Tiene 192, lo que supone un 29,58% del total mundial. A nivel global, más de 25.000 personas forman parte de la red internacional de usuarios del CES, distribuidos en más de sesenta países.⁴⁷

Los sistemas de intercambio en comunidad (Community Exchange Systems), sistemas de intercambio comunitario local (LETS o Local Exchange Trading Systems), los sistemas de intercambio de crédito mutuo (Mutual Credit Trading Systems en el original) o los bancos de tiempo (Time Banks) son los diferentes tipos de Sistemas de Intercambio en Comunidad existentes.

46 ¿Qué es el Sistema de Intercambio en Comunidad (CES)? https://www.community-exchange.org/docs/whatces_es.htm. (Consultado abril de 2014)

47 A bona hora. Ecoxarxa del Bages. <http://abonahora.wordpress.com/> (Consultado marzo de 2014)

Un ejemplo muy relevante de CES son los **Bancos de Tiempo**, sistemas comunitarios en los que las personas depositan horas de su tiempo ayudando a otras personas y por ello obtienen horas en las que serán ayudados por otras personas de la comunidad. El Banco de Tiempo es el primer banco que funciona sin dinero; únicamente se puede depositar tiempo y su moneda es la hora. En los Bancos de Tiempo se intercambian servicios entre personas y para ello se usa la moneda/tiempo. Una premisa fundamental es que el tiempo de todas las personas tiene el mismo valor independientemente del servicio o valor que se ofrezca. Ejemplos de servicios y favores son clases de inglés, jardinería, música, pintura y cualquier otro servicio o favor que uno quiera ofrecer.

Los Bancos de Tiempo forman parte de una economía complementaria que permiten dar alternativas a diversos problemas presentes en la economía de mercado. Actualmente estos proyectos pueden ser potenciados con el soporte de la tecnología de la información.

El dinero de tiempo se crea a través de crédito mutuo: cada transacción se registra como un crédito y débito en las cuentas de los participantes. Los Bancos de Tiempo permiten la cooperación entre los participantes y permiten revitalizar la vida de la comunidad: “Investigaciones han demostrado que el 72 por ciento de las personas que participan en la experiencia de los Bancos de Tiempo tienen un sentido más fuerte de comunidad, como resultado, y el 86 por ciento de las personas dicen que han aprendido una nueva habilidad, como resultado de la participación en los Bancos de Tiempo”⁴⁸ Además, devuelven a las personas su papel central en una institución bancaria en lugar de tenerlo el mercado financiero.

El procedimiento es el siguiente: las personas se registran abriendo una cuenta y especifican los servicios que quieren prestar y los que desean recibir, además del número de horas mensuales que pueden proporcionar a la comunidad. Cada vez que un usuario presta un servicio recibe el equivalente de horas ofrecidas a la comunidad en horas acumuladas en su cuenta. Luego, el usuario podrá canjear las horas acumuladas por servicios que quiera recibir por parte de otro miembro de la comunidad.⁴⁹

48 BOTSCHAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:160). (Editorial Collins, 2011)

49 Asociación para el desarrollo de los bancos de tiempo (ADBdT) <http://www.bdtonline.org/que-es-un-banco-de-tiempo/> (Consultado abril de 2014)

Un denominador común en todas las manifestaciones y propuestas de consumo colaborativo encuadradas en estos tres sistemas es el cumplimiento de unos principios esenciales: masa crítica, capacidades sin utilizar, creencia en lo común y confianza entre desconocidos.⁵⁰

Para participar en el consumo colaborativo, teniendo en cuenta que la mayoría de las veces requiere relacionarnos con desconocidos y un cambio de hábito, se necesita una masa crítica. Cuando sabemos que un sistema funciona o que la gente tiene muchas más buenas experiencias que decepciones, nos sentimos más cómodos para probarlo. La prueba social es también crucial en el Consumo Colaborativo. A menudo nos basamos en lo que hacen las personas a nuestro alrededor para actuar.

También se necesitan capacidades sin utilizar o productos ociosos que están almacenados la mayor parte de su vida útil y a los que el Consumo Colaborativo devuelve el uso. Este segundo factor no sólo hace referencia a bienes materiales: “Los activos sin usar no solo hacen referencia a los productos físicos, como motos, coches o taladros, sino también a activos menos tangibles, como el tiempo, las habilidades, el espacio o los productos básicos, como la electricidad”.⁵¹ La tecnología tiene un papel fundamental en la capacidad de compartir, pues “optimiza la localización de los recursos y permite reunir o agregar personas con intereses comunes capaces de construir comunidades interesadas y sistemas de pago o intercambio.”⁵²

Por último, la confianza entre desconocidos es un principio esencial para garantizar la viabilidad del Consumo Colaborativo. Las iniciativas “cuentan con sistemas de referencias y comentarios que influyen en la toma de decisiones y la actitud de otros usuarios a la hora de compartir el bien de alguna de las maneras posibles.”⁵³

3.2.2 Economía colaborativa basada en la producción

La economía colaborativa también se ha introducido en el ámbito de la fabricación, mediante la producción entre comunes. Este ámbito está encabezado por los Makers, que son aquellas personas

50 BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:75) (Editorial Collins, 2011)

51 Ídem

52 Revista Es Posible. Julio/agosto Nº 36. (2013:8) <http://www.revistaesposible.org/revista-esPosible-numero-36/HTML/index.html#/1/zoomed> (Consultado marzo de 2014)

53 Ídem

que se convierten en productores siguiendo la filosofía del Do It Yourself (DIY). Así como Internet ha democratizado el acceso a la información y al conocimiento, también ha democratizado la fabricación, de modo que la creación de nuevos productos ya no sólo está en manos de las grandes empresas y fábricas, sino que el abaratamiento de los costes de las tecnologías que permiten producir toda clase de objetos, ha permitido a muchas personas convertirse en fabricantes.

El periodista editor jefe de la revista Wired y autor del libro *Makers: the new industrial revolution*, Chris Anderson, sostiene que al igual que la web ha cambiado, redistribuido y acelerado la difusión de información, además de crear y provocar una disrupción en industrias como la discográfica o la cinematográfica, el diseño y la producción efectuado por los Makers nos llevará del engorroso proceso de manufacturación basado en el capital a uno más flexible basado en la creatividad. El autor resalta el carácter local y a la vez de alcance mundial del movimiento Makers gracias a la tecnología.⁵⁴

Según Chris Anderson, el movimiento Makers tiene tres características principales⁵⁵: en primer lugar, es posible debido a la actual mayor facilidad de acceso de las personas a herramientas digitales para el diseño y la fabricación, como por ejemplo las impresoras 3D o los cortadores laser. En segundo lugar, la norma cultural que promueve compartir nuestras creaciones y colaborar con los otros, subyacente en las comunidades online: “los Makers pueden tomar ventaja de la innovación colaborativa de la web, recurriendo a prácticas de código abierto y todas las otras fuerzas sociales que han surgido online en las últimas dos décadas. Alimentadas por los sitios de crowdfunding, como Kickstarter e Indiegogo, los Makers pueden incluso emplear su propia red de contactos para conseguir dinero. El viejo modelo de manitas que trabajan solos en sus sótanos está dando paso a un movimiento global de personas que trabajan juntos online.”⁵⁶

Un tercer elemento, apunta Anderson, es que cualquier persona que lo desee puede enviar sus diseños a los servicios de fabricación comercial para producir en cualquier cantidad, con la misma facilidad con la que pueden fabricarlo en sus escritorios. Esto se debe a que actualmente las

54 Fragmento del libro *Makers: la nueva revolución industrial*, de Chris Anderson. Citado de: <http://www.marcialpons.es/static/pdf/makers.pdf> (Consultado abril de 2014)

55 ANDERSON, Chris. The Maker Movement: Tangible Goods Emerge From Ones and Zeros. Wired, 16 abril de 2013 <http://www.wired.com/2013/04/makermovement/> (Consultado abril de 2014)

56 ANDERSON, Chris. The Maker Movement: Tangible Goods Emerge From Ones and Zeros. Wired, 16 abril de 2013 <http://www.wired.com/2013/04/makermovement/> (Consultado abril de 2014)

personas pueden alquilar los servicios de algunas fábricas que disponen de esta opción flexible, accediendo a ellas a través de Internet, con lo que se supera la barrera de poseer una fábrica. Hay compañías como **Shapeways** y **Ponoko** que ofrecen la fabricación digital como un servicio y permiten a cualquier persona alquilar herramientas que otrora fue imposible, como fresadoras digitales o impresoras 3D. Según un estudio de mercado de la empresa Jones Lang Lasalle “la impresión en tres dimensiones transformará determinadas fases de la fabricación así como la naturaleza de fábricas y cadenas de suministro. A pesar de estar dando aún sus primeros pasos, la impresión 3D cuenta con potencial a largo plazo para provocar lo que algunos analistas han denominado una «nueva revolución industrial.”⁵⁷

El desarrollo de espacios creativos compartidos como los FabLabs y los Makerspaces son también cruciales en el impulso del movimiento Makers.

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Los **Fab Labs** (por su acrónimo del inglés Fabrication Laboratory), son espacios concebidos para la producción a nivel personal o local de objetos físicos mediante el uso de ordenadores.

Aglutinan toda clase de herramientas. Generalmente contienen una cortadora láser controlada por ordenador para ensamblar estructuras 3D a partir de partes 2D, una fresadora para hacer piezas medianas de muebles y de casas, una cortadora de vinilo para fabricar circuitos flexibles y antenas, una fresadora de precisión para hacer moldes tridimensionales, herramientas de programación y una máquina de prototipado rápido de tipo RepRap.⁵⁸

El concepto nació a principios del presente siglo en el Centro para Bits y Átomos (CBA) del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), que investiga en torno al empoderamiento de las comunidades por medio de una tecnología de base, a partir de una colaboración entre dicho centro y el Grupo de Invención Grassroots.

57Abc.es. Impresoras 3D y la “nueva revolución industrial”. 17 julio 2013.
<http://www.abc.es/economia/20130717/abci-impresion-inmuebles-industriales-201307161827.html>
(Consultado abril de 2014)

58 Fab Lab. Wikipedia. http://en.wikipedia.org/wiki/Fab_lab (Consultado abril de 2014)

El Fab Lab es el componente de extensión educativa del CBA, que amplía su investigación sobre la fabricación digital y la computación. Se constituye como una plataforma técnica de creación de prototipos para la innovación y la invención, que estimula la iniciativa empresarial local y también promueve el aprendizaje y la innovación. El Fab Lab conecta a una comunidad mundial de estudiantes, educadores, técnicos, investigadores, responsables e innovadores, que configuran una red de intercambio de conocimientos que se extiende por 30 países y 24 husos horarios. Dado que todos los Fab Labs comparten herramientas y procesos comunes, el programa es la construcción de una red global, un laboratorio distribuido para la investigación y la invención.⁵⁹

Los primeros Laboratorios de Fabricación empezaron a emerger en 2002 en países como India, Costa Rica, Noruega, Boston y Ghana, siendo una unidad de producción a escala local. La Fab Foundation estima que a día de hoy hay 59 Fab labs oficiales en todo el mundo.⁶⁰

Este tipo de laboratorios permiten el empoderamiento de las personas, que pueden fabricar objetos de forma individualizada y personalizada, además de que aumenta su valor social, dado que se apropian del proceso de producción y pueden incidir directamente en sus vidas solucionando sus problemas o simplemente fabricando cosas inexistentes o inaccesibles por ellas.

Según la definición de la Fab Foundation, la misión de la Fab Lab es construir una red global de laboratorios locales equipados con herramientas que permitan a los individuos fabricar digitalmente aquello que deseen, favoreciendo así la creatividad de los mismos. El acceso a los laboratorios debe ser universal y compartido por todos. En los laboratorios, la educación es horizontal, de modo que los proyectos y el aprendizaje avanzan por la colaboración entre iguales. Además, los participantes de los Fab Labs deben responsabilizarse de la seguridad de las personas y las máquinas, la limpieza de los espacios de trabajo, el cuidado de las herramientas, los incidentes y las necesidades y, por último, de la confidencialidad de los proyectos que se gestan en el laboratorio, aunque la propiedad intelectual corre a cargo de sus creadores.⁶¹

59 What is a Fab Lab? FAB FOUNDATION. <http://www.fabfoundation.org/fab-labs/what-is-a-fab-lab/>. (Consultado abril de 2014)

60 Fab Lab. Artículo de Wikipedia http://es.wikipedia.org/wiki/Fab_lab

61 Ídem

3.2.3 Economía colaborativa basada en las finanzas

Las **Finanzas Participativas** contemplan modelos como la financiación colectiva (crowdfunding), los préstamos entre personas (LendingClub) y las monedas alternativas (Bitcoin).

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

El micromecenazgo es quizá el modelo de finanzas participativas más visible. Es un sistema de finanzas participativas que ha tenido un gran impacto global, ya que es una alternativa de financiación de proyectos de todo tipo, como culturales, campañas políticas, lanzamiento de nuevos medios de comunicación u otros negocios, educación, vivienda o financiación de deudas. Especialmente ha impulsado el lanzamiento de muchos proyectos culturales y artísticos de autores noveles o poco consolidados que no han encontrado una vía de financiación tradicional. El criterio que usan las plataformas de crowdfunding tiene como precedentes las donaciones, pero como ocurre con los otros pilares de la economía colaborativa, el medio utilizado para realizar esta conexión entre mecenas y creadores (Internet), permite llegar a muchas personas interesadas, que pueden convertirse en potenciales micro mecenas. Otra vez, la red permite aumentar el impacto de viejas prácticas. El funcionamiento es sencillo: “Los promotores de un proyecto lo cuelgan en páginas como Kickstarter⁶² y Indiegogo⁶³, plantean un objetivo de financiación y buscan pequeños contribuyentes a los que obsequian con vivencias, regalos o descuentos sobre el producto final financiado.”⁶⁴

Un caso pionero en la industria musical fue el del grupo de rock británico Marillion, que logró financiar en 1997 una gira por los Estados Unidos a través de la campaña de micro mecenazgo “Tour Fund”, con la que recaudó 60.000 dólares.⁶⁵ Un caso muy conocido en la industria cinematográfica española fue el de *El Cosmonauta*, la primera película del cine español en financiarse a través del micro mecenazgo. También “Los amores difíciles” de Lucina Gil, fue financiada en gran medida a través de ésta fórmula.

62 <https://www.kickstarter.com/> (Consultado mayo de 2014)

63 <https://www.indiegogo.com/> (Consultado mayo de 2014)

64 M. PAUNÉ, Meritxell. El micromecenazgo emerge en Catalunya. 13 enero 2011. <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110113/54099834625/el-micromecenazgo-emerge-en-catalunya.html> (Consultado abril de 2014)

65 CASTRATARO, Daniela. A social history of crowdfunding. <http://socialmediaweek.org/blog/2011/12/a-social-history-of-crowdfunding/#.U32wrijwASU> (Consultado abril de 2014)

El cofundador de la empresa de crowdfunding Verkami⁶⁶ resalta en una entrevista para la plataforma web Crowdfacy que esta fórmula “Va mucho más allá de la financiación, del dinero que se quiere conseguir. Se trata de consolidar una comunidad alrededor de tu proyecto y que realmente se establezcan vínculos. Esto es una de las cosas más importantes, más allá de que se consiga financiación para el proyecto”.⁶⁷ También Carlos Hervás, fundador de la plataforma basada en el crowdfunding Lánzanos, ha destacado en una entrevista realizada por la autora de este trabajo, que el trato directo del productor con el cliente, y también la forma en que el usuario se involucra con el autor del proyecto, es una forma mucho más cercana y gratificante. Hervás ha explicado que “una película llamada INK se estrenó en cines y no tuvo mucho éxito ni repercusión alguna, y las ganancias permitieron que estuviera en cartelera poco tiempo. Pero entonces alguien la colgó en internet y la gente empezó a descargarla, y se convirtió en una de las mayores descargas del sitio web *Bigtorrent*. Gracias a Internet esa película se ha convertido en un éxito y ha llegado a mucha gente.”⁶⁸ Este joven emprendedor considera que el mercado es una cosa viva y equilibrada y concibe internet como una puerta para la nueva economía, que tendría que equilibrarse hacia la mayoría, que son los usuarios de internet. La plataforma Lánzanos, al estilo de la neoyorquina Kickstarter, se basa en el crowdfunding o financiación en masa, y ayuda a los innovadores a encontrar patrocinadores que apoyen económicamente sus proyectos –creativos o culturales, benéficos o pequeñas empresas-, como método alternativo.

3.2.4 Economía colaborativa basada en el conocimiento

El **conocimiento abierto** hace referencia a aquél conocimiento que puede ser producido, usado y redistribuido sin restricciones legales, sociales ni tecnológicas. El conocimiento abierto engloba datos, contenidos (como música, películas y libros) y todo tipo de información general. Algunos ejemplos de conocimiento abierto son las licencias Creative Commons y la enciclopedia global Wikipedia.

66 <http://www.verkami.com/> (Consultado mayo de 2014)

67 Entrevista a Jonàs Sala, co-founder de Verkami. <http://www.crowdacy.com/entrevista-jonas-sala-verkami/> (Consultado abril de 2014)

68 Entrevista realizada por la autora de este trabajo y consultable en los anexos a Carlos Hervás, fundador de la plataforma de micro mecenazgo Lánzanos.com.

Las obras de distribución abierta cuentan con una serie de características: son obras a las que se puede acceder de forma integral, normalmente de forma gratuita a través de la descarga, aunque también las hay a bajo precio en Internet. La obra debe poder redistribuirse en su forma original, modificada, en una forma derivada o formando parte de un paquete hecho a partir de obras de distintas fuentes y además, la licencia de la obra no debe exigir un cobro por la distribución. Sin embargo, la licencia también puede exigir que se reconozcan a los creadores y contribuyentes de aquella obra que se quiere redistribuir. No deben haber, además, restricciones tecnológicas para la ejecución de los actos ya enumerados, por lo tanto se debe poner a la disposición de los usuarios la obra en formato de datos abierto, de forma pública y sin barreras monetarias que les impidan llegar a ella. El creador de una obra, si lo desea, también puede conservar la integridad de su obra pidiendo que en caso de distribuirse habiendo sido modificada, la versión resultante tenga un nombre o número de versión distinto. Las licencias de obras de distribución abierta además, no deben discriminar personas o grupos determinados ni ámbitos de trabajo específico. Además, las personas a quienes se redistribuya una obra no deben añadir una licencia extra, los derechos de una obra, aunque se extraiga dicha obra de un paquete del que forma parte, se deben mantener y, por último, la licencia no debe restringir la distribución de otras obras.⁶⁹

EXPERIENCIAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Uno de los ejemplos más destacados de conocimiento abierto es la **Wikipedia**. La enciclopedia global Wikipedia o el software Linux son ejemplos de plataformas que se han creado y luego optimizado a partir de un proceso abierto y colaborativo.

Wikipedia es una enciclopedia digital creada en 2001 por Jimmy Wales y Larry Sanger, organizada como una comunidad abierta, libre y políglota que se va construyendo a partir de la colaboración de personas de todo el mundo. Incluye más de 37 millones de artículos escritos en más de 284 idiomas. “Wikipedia fue creada con la idea de producir textos de calidad a partir de la colaboración entre usuarios, a semejanza de los proyectos de desarrollo de aplicaciones libres.”⁷⁰ El proyecto de Wikipedia está dirigido a todo el mundo, y prácticamente cualquier persona puede editar sus artículos. La veracidad de su contenido se controla por la acción de la misma comunidad, además de que la empresa dispone de un personal que hace un control de los contenidos, por tal de eliminar

69 <http://opendefinition.org/od/espanol/> (Consultado en abril de 2014)

70 Wikipedia. Artículo sobre la historia de la Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> (Consultado mayo de 2014)

errores e incidir sobre los actos vandálicos por parte de algunos internautas. El hecho de que casi cualquier persona pueda editar sus contenidos es a la vez una ventaja y una desventaja, pues algunas personas introducen informaciones interesadamente parciales o sesgadas. Ante este problema, Wikipedia dispone de una Política de Punto de Vista Neutral⁷¹ o NPOV (por sus siglas en inglés, Neutral Point of View), con lo que se incide en que se reflejen en los artículos diferentes puntos de vista, especialmente para aquellos que puedan resultar más polémicos, de modo que la información sea general y neutral.

71 Wikipedia. Artículo sobre el Punto de Vista Neutral
http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Punto_de_vista_neutral (Consultado mayo de 2014)

4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

En esta primera parte del trabajo se ha explicado en profundidad el fenómeno de la economía colaborativa, definiéndose los segmentos en los que se divide y poniendo ejemplos de cada uno de estos segmentos. Tras el estudio de la documentación surgen distintas preguntas de investigación, a las que intentaremos dar respuesta mediante una metodología cualitativa de estudio de casos, que incluye aportaciones de varias procedencias, que incluyen la documentación, entrevistas en profundidad y la asistencia a un congreso sobre la economía colaborativa, el OuiShare Fest 2014 en París los días 5, 6 y 7 de mayo.

En la segunda parte del trabajo se analizará y se realizará un diagnóstico de la economía colaborativa a partir de cinco preguntas de investigación, que definirán las variables que se quieren indagar con este trabajo, y que son las siguientes:

¿Por qué ha surgido la economía colaborativa ahora?

¿Cuál es el papel de los *Millennials*⁷² en este movimiento?

¿Cómo puede afectar este modelo al futuro del trabajo?

¿Hay una gran diferencia entre las empresas colaborativas comerciales y las empresas colaborativas sin ánimo de lucro?

¿Puede la economía colaborativa fomentar una reeducación en valores de las personas que usan este tipo de servicios?

⁷² Los Millennials son los jóvenes de entre 18 y 35 años, nacidos en la era de Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación ‘Del yo al nosotros: análisis y diagnóstico de la economía colaborativa, nace con la inquietud de investigar este joven fenómeno desde una perspectiva fundamentalmente social, tecnológica, y sociológica. El marco teórico o conceptualización de la economía colaborativa es una investigación no experimental de tipo descriptivo sobre los distintos segmentos de la economía colaborativa, en los que se incluye la explicación de experiencias de economía colaborativa para su mayor comprensión. Su realización se ha basado en una investigación puramente documental, mediante el uso de bibliografía y webgrafía.

Para la segunda parte del trabajo, el análisis de la economía colaborativa a partir de la indagación de cinco variables concretas, que responden a las preguntas: ¿Por qué ha surgido la economía colaborativa ahora?; ¿Cuál es el papel de los *Millennials*⁷³ en este movimiento; ¿Hay una gran diferencia entre las empresas colaborativas comerciales y las empresas colaborativas sin ánimo de lucro?; ¿Cómo puede afectar este modelo al futuro del trabajo?; y ¿Puede la economía colaborativa fomentar una reeducación en valores de las personas que usan este tipo de servicios? Se utilizará la metodología cualitativa del estudio de casos, pues es adecuada para intentar dar respuesta a por qué y cómo surge un fenómeno, en este caso la economía colaborativa, para el que además las teorías existentes son todavía insuficientes. Este método también nos permite estudiar el fenómeno desde diferentes perspectivas: en este estudio, especialmente el contexto tecnológico, sociológico, político y económico que contextualiza la economía colaborativa.

Este método también es “apropiado para investigaciones a pequeña escala, en un marco limitado de tiempo, espacio y recursos.”⁷⁴

Para analizar los diferentes temas en los que se ha querido indagar a partir de unas preguntas de investigación, se ha hecho una entrevista modelo en profundidad a diferentes expertos y usuarios de la economía colaborativa, de la sociología y del ámbito académico. Aunque las preguntas han variado ligeramente teniendo en cuenta la especialidad de cada entrevistado y a algunos de ellos solo no se les pudo preguntar sobre la totalidad de las variables del presente trabajo, el conjunto de entrevistas responden a todas las preguntas de investigación y dan una visión amplia del

73 Los Millennials son nativos digitales, jóvenes de entre 18 y 30 años.

74MURILLO, Javier. Estudios de caso.

http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/EstCasos_Trabajo.pdf (Consultado abril de 2014)

fenómeno. Las respuestas se han complementado con documentación bibliográfica. Una vez respuestas las preguntas de investigación, se detallan los resultados a los que hemos podido llegar.

A continuación, justificaremos la elección de los entrevistados:

Carlos Hervás fue entrevistado por la autora de este trabajo en abril de 2012 para la realización de un reportaje sobre la plataforma de micro mecenazgo Lánzanos. Parte de la entrevista se ha podido aprovechar para el marco teórico, pero no tiene relevancia para la investigación que sigue a continuación.

El segundo, Albert Cañigüeral, es un ingeniero multimedia y emprendedor, fundador del mayor directorio de consumo colaborativo en España, consumocolaborativo.com⁷⁵ y conector en España de la mayor comunidad de emprendedores, simpatizantes y expertos en torno a la economía colaborativa, Oui Share.

El tercero, Cristóbal Gracia, es un economista que también forma parte de consumocolaborativo.com y de Oui Share en España. Este emprendedor también es fundador de la plataforma Favorece, que experimenta con la economía del regalo, que consiste en regalar aquello que no necesitamos sin pedir nada a cambio.

Esther Val ha sido otra fuente de gran utilidad. Esta experta en Responsabilidad Social Corporativa realizó una tesis de fin de máster sobre la economía colaborativa: “La economía colaborativa: ¿hacia un modelo más humano y sostenible?”. Val es también miembro de Oui Share en España y trabaja en Airbnb.

Luis Tamayo es también conector de Oui Share en Madrid. Es un sociólogo cuyas líneas de investigación han girado en torno al análisis de tendencias y de movimientos sociales y el consumo colaborativo.

También se ha realizado una entrevista a Roger Sunyer, un cooperativista y consultor independiente vinculado a la innovación social y económica.

⁷⁵ www.Consumocolaborativo.com

Del ámbito internacional, la autora pudo entrevistar al profesor de Información, Operaciones y Dirección y Coordinador de la Stern School of Business de la Universidad de Nueva York, Arun Sundarajan. Este investigador es experto en la economía digital y el poder transformador de las redes.

También se realizó una entrevista al economista, cooperativista, escritor y tecnólogo experto en la democracia a través de la red y fundador del Grupo Cooperativo de las Indias, David de Ugarte, en el marco del OuiShare Fest.

Por último, la autora entrevistó a un usuario veterano de una iniciativa de economía colaborativa, Couchsurfing. Yassine el Moufti es un joven marroquí que cada semana aloja a viajeros a través de esta plataforma. Por su hogar, han pasado más de 150 viajeros.

Por último, se ha asistido a la segunda edición del OuiShare Fest 2014 con el título «La Era de las Comunidades», una actividad de tres días en la que se juntaron un millar de visionarios de la economía colaborativa procedentes de todo el planeta, del 5 al 7 de mayo en el Cabaret Sauvage en París. Este evento de tres días ha sido crucial dado que son las jornadas más relevantes sobre la economía colaborativa en Europa y han facilitado el acercamiento a los investigadores, empresas y emprendedores más destacados de este ámbito.

Una dificultad surgida en cuanto a la documentación es que este fenómeno es muy reciente y, aunque cada vez es mayor la bibliografía y las investigaciones en torno a la economía colaborativa, todavía está despegando y por ello también se ha recurrido a artículos de prensa, informes, páginas de Internet y otras fuentes.

Segunda parte: Análisis y diagnóstico de la economía colaborativa

En esta segunda parte se realizará un análisis de la economía colaborativa, como resultado de las entrevistas realizadas por temas y que dan respuesta a las preguntas de investigación, y cada uno de los cinco apartados, que corresponden a las variables, terminarán con un resultado o conclusión por parte de la autora, que constituye el diagnóstico de la información analizada.

1. EL CONTEXTO: ¿POR QUÉ SURGE AHORA LA ECONOMÍA COLABORATIVA ?

En este apartado se dará respuesta a por qué ha surgido la economía colaborativa, a partir de las entrevistas en profundidad y de un estudio realizado por los autores Jeremiah Owyang, Chirstine Tran y Chris Silva, del Grupo Altimeter, el cual investiga y asesora a compañías alteradas por el efecto de Internet. Según este estudio, existen tres fuerzas de mercado que han conducido la economía colaborativa: los factores sociales, los factores económicos y los factores tecnológicos.⁷⁶

En primer lugar un factor social, que está compuesto por 4 elementos: en primer lugar, el incremento de la **densidad de la población**. A mitad de siglo, la población mundial alcanzará los 9 billones de personas, mientras que los recursos naturales, como el agua y el petróleo, para enumerar algunos, se están agotando. Esta enorme densidad de población, según indica el estudio, hace que el compartir se pueda dar con menos fricción. Otro elemento social es la advertencia social de la **necesidad de ser sostenibles**. El modelo actual es inviable. “A día de hoy, un niño nacido en una familia de clase media en América tiene una esperanza de vida de alrededor de 80 años y consumirá un total de 2.5 millones de litros de agua, la madera de 1.000 árboles, 21.000 toneladas de petróleo, 220.000 kilos de acero y 800.000 vatios de energía eléctrica. Esto indica que un niño americano producirá a lo largo de su vida el doble del impacto medioambiental de un niño sueco, impacto que será aun tres veces mayor que el de un niño italiano, 13 veces más que un brasileño, 35 veces más que un hindú y 280 veces más que un niño haitiano.”⁷⁷ El **deseo de comunidad**, indica

76 OWYANG, Jeremiah. The collaborative economy: Products, services and market relationshipsb have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. June 4, 2013. (Consultado marzo de 2014)

<http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>

77 BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. (2011:74) (Editorial Collins) (6:2011). Citado de RADFORD, Tim. Two-Thirds of World's Resources "Used up." The Guardian, 30 mayo de 2005.

www.guardian.co.uk/science/2005/mar/30/environment.research.

el estudio, es el tercer elemento. Internet ha facilitado la conexión de las personas, y la economía colaborativa propicia precisamente la creación y recuperación de comunidades. Un claro ejemplo, ya explicado en esta investigación, es el de los Bancos de Tiempo. Un Banco de Tiempo permite que las personas sirvan con sus capacidades y virtudes a su comunidad de forma altruista, y beneficiarse de las capacidades y aptitudes de otros. Dinamiza, además, la economía local, y ayuda a la gente a sentirse más conectada y enraizada localmente con sus vecinos. Otro ejemplo a gran escala también introducido, es el modelo de la Flok Society en Ecuador, que constituye el primer caso de la historia en el que un gobierno plantea una transición de una economía capitalista a una economía basada en el procomún y la filosofía entre pares (P2P).

En una entrevista realizada por la autora en París (y consultable en los anexos) al economista, tecnólogo y fundador del Grupo Cooperativo de las Indias, David de Ugarte, el autor señaló que “el modelo del procomún se ha vuelto atractivo para países de América Latina como Ecuador, donde el Estado no tiene capacidad para generar un Estado del Bienestar por su falta de capacidad financiera. Creo que va a haber una convergencia entre modelos como la Flok Society, que surgen en un Estado que no tiene capacidad para expandirse y generar cohesión social, y entonces busca la alianza de las comunidades y con la tecnología crear una sociedad más cohesiva, y aquello que creo que tenemos que hacer en Europa, donde el Estado está abandonando cada vez más partes del tejido social, que consiste en reempoderar a las comunidades porque ya no vamos a recuperar la figura que teníamos del Estado.”

El investigador y profesor en la Stern School of Business de la Universidad de Nueva York, Arun Sundarajan, ofreció a la autora en una entrevista realizada en París una visión en la misma línea que David de Ugarte en cuanto al poder de las nuevas comunidades que está facilitando el modelo de organización de las redes y de la economía colaborativa: “las plataformas en la economía colaborativa están desempeñando a menudo el mismo rol que los gobiernos. En las últimas décadas han surgido muchos movimientos de protesta, pero las plataformas de economía colaborativa permiten a los ciudadanos incidir directamente en aquello que les falta en su comunidad y que su gobierno no les proporciona.”

Sundarajan enfatizó que la economía de colaboración está cambiando algunas de las responsabilidades que el gobierno solía tener antes: “el gobierno proporciona la policía y la policía la seguridad, pero incluso en las economías avanzadas la policía no aporta suficiente seguridad. Pero los ciudadanos están formando comunidades para incidir en los ámbitos del los que el gobierno no se ocupa”, explicó. Sundarajan habló sobre una plataforma de los Estados Unidos

llamada See Click Flix⁷⁸, que conecta a los ciudadanos con su gobierno local, y que ha facilitado que la gente esté más conectada a su entorno civil. El profesor explicó que lo más transformador que ha podido ver hasta ahora es la plataforma Ushahidi. Se trata de una plataforma de red móvil que comenzó a utilizarse en Kenia en lugares donde no había suficiente interés, el riesgo era alto o los medios de comunicación no cubrían la zona. Es una plataforma de código abierto sin ánimo de lucro nacida en 2007, que utiliza mapas interactivos para reportar actos de violencia y cualquier hecho noticiable. Se basa en el periodismo ciudadano y el activismo social. Hoy, opera en muchos más países. Sundarajan ha expresado que “en cada desastre que ocurre en Kenia, la plataforma forma una parte muy importante de la cobertura informativa.”

El economista, conector de la comunidad OuiShare en España y fundador de Favorece, una plataforma sobre la economía del regalo, que facilita cadenas de favores, Cristóbal Gracia también comentó en una entrevista realizada por la autora del trabajo que “el uso de la tecnología nos ha hecho sociales y a la vez observo un anhelo en las personas de crear comunidad, después de una etapa de hiperconsumo basada en el individualismo. Creo que en el futuro habrá más sentido de la comunidad y más confianza entre las personas.”

En el OuiShare Fest de París, Rachel Botsman explicó durante su conferencia que las comunidades serán las instituciones del siglo XXI, porque “estamos construyendo un mundo en el que el poder está pasando de estar en manos de instituciones grandes y centralizadas a instituciones distribuidas y la distribución del poder está cambiando el rol de las personas en la economía y la sociedad.” Además, añadió que “la era de las comunidades crea más opciones porque democratiza la producción, compartimento y distribución de los productos y servicios.”

Por último, el estudio del Grupo Altimeter señala el “**altruismo general**”⁷⁹ como otro motor social que ha conducido la economía colaborativa. Neal Gorenflo, explica en la revista Shareable, una de las mayores publicaciones sobre economía colaborativa, que “Internet es una tecnología persuasiva.

78 <http://en.seeclickfix.com/> (Consultado en mayo de 2014)

79 OWYANG, Jeremiah. The collaborative economy: Products, services and market relationshipsb have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. (5:2013) <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>

Enseña a la gente el poder de compartir y de la colaboración. Una vez la gente ha experimentado este poder, es natural para ellos aplicar la misma lógica en cada parte de su vida.”⁸⁰

El segundo motor que ha conducido la economía colaborativa es el económico, debido a la capacidad de monetizar el exceso, el incremento de la flexibilidad financiera, el acceso por encima de la propiedad y la presencia de inversores en la economía colaborativa.⁸¹

La capacidad de monetizar el exceso es clara, porque con la economía colaborativa podemos dar nuevo valor a los objetos que poseemos o a los servicios que podemos ofrecer. Monetizamos lo que tenemos o lo sabemos hacer. Sin embargo, el dinero no siempre forma parte de estas transacciones. Freecycle convierte nuestros residuos en el tesoro de alguien, y permite que las personas puedan deshacerse de cualquier objeto que ya no usen, desde una prenda de ropa a un saco de cemento, que puede ser útil para muchas otras personas. Ser útiles para alguien y ganar espacio en nuestros hogares son dos motivaciones fuertes para embarcarse en este circuito gratuito, además de, por supuesto, poder ahorrarnos dinero cuando somos nosotros quienes adquirimos algún bien material. El segundo, la flexibilidad financiera, nos la ofrecen estas plataformas, pues nos permiten convertirnos en trabajadores flexibles o en microemprendedores. En el último estudio de impacto de Airbnb⁸², muchos usuarios relatan que Airbnb les ayuda a llegar a fin de mes. Incluso una anfitriona dice en un artículo para el portal Consumocolaborativo que “destino lo que gano a pagar la hipoteca. Sin Airbnb ya me habrían desahuciado.”⁸³ El acceso sobre la posesión es muy cómodo y beneficioso para el medio ambiente, y muchos usuarios se sienten atraídos por esta forma de consumir. Fundamentalmente, la economía colaborativa se basa en el acceso por sobre de la

80Ídem.

81 OWYANG, Jeremiah. The collaborative economy: Products, services and market relationshipsb have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. (6:2013) <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>

82 Airbnb. Impacto económico de Airbnb en Barcelona y Catalunya. Estudio facilitado por la fuente Esther Val y consultable en el anexo.

83 CAÑIGUERAL, Albert. La comunidad Airbnb aporta 128 millones de euros a la economía de Barcelona. <http://www.consumocolaborativo.com/2014/02/17/la-comunidad-airbnb-aporta-128-millones-de-euros-a-la-economia-de-barcelona/> (Consultado mayo de 2014)

propiedad, posibilitado por las redes que lo permiten. Como indica Gansky, “la estrategia central de la Malla es, en efecto, 'vender' el mismo producto una multiplicidad de veces.”⁸⁴

Los inversores también han advertido el potencial de este nicho de mercado. En esta investigación nos hemos podido aproximar a muchas más empresas de capital privado que a cooperativas. La economía colaborativa está presente en todos los sectores empresariales. Mientras que algunos se resisten a lo nuevo, muchísimos ven el potencial de invertir en este modelo.

Por último, el tercer motor es el tecnológico, facilitado por las redes sociales, las plataformas y aplicaciones móviles y los sistemas de pago online. En primer lugar, las redes sociales han generado un mundo interconectado de alcance global, que ha facilitado las transacciones entre iguales.⁸⁵ El acceso a recursos, especialmente a la cultura y todo conocimiento en la red es posible gracias a la acción de miles de usuarios, que distribuyen estos recursos a través de Internet. El modelo colaborativo, que se gesta en la red pero se suele continuar en el mundo físico, permite que las personas conecten para luego hacer cosas juntas. Gracia apuntó que “la era colaborativa nos permite transformar el mundo, porque creamos juntos proyectos que tienen valor para la sociedad. Por ejemplo, con Couchsurfing puedes viajar por todo el mundo gratuitamente y hay un intercambio y un enriquecimiento mutuo entre el que acoge y el que se hospeda en casa de la persona que abre su espacio.”

Otro factor por el que se ha preguntado a las fuentes en las entrevistas en profundidad es el político, relacionando el surgimiento de la economía colaborativa con el descontento general hacia las instituciones que reina en muchas sociedades, y que ha generado muchos movimientos de protesta como el de los Indignados y el Occupy Wall Street. La experta en Responsabilidad Social Corporativa y miembro de Oui Share España, Esther Val, explicó a la autora en una entrevista (consultable en los anexos) que en los últimos años ha crecido mucho la desconfianza de los ciudadanos hacia las instituciones, incluso hacia las ONG y que debido a la falta de transparencia y el abuso de poder de los gobiernos y las corporaciones, “una parte de esta insatisfacción se ha vehiculado de forma constructiva y reivindicativa pero no beligerante por la vía de la economía colaborativa. Muchos nos

84 GANSKY, Lisa. The mesh. Why the future of business is sharing (2010:5). Editorial Portfolio/Penguin.

85 OWYANG, Jeremiah. The collaborative economy: Products, services and market relationshipsb have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. (6:2013) <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>

hemos sentido atraídos por este perfil, el de personas con ideas pero que no responden con quejas y lamentos sino con posibilidades y acciones.” explicó. El consultor vinculado a la innovación social y tecnológica, Roger Sunyer, matizó a la autora con una voz más crítica que “hay gente que simpatiza con una idea de cambio social real, pero también hay mucha gente que no tiene ningún tipo de interés en el cambio social, pero que responde más a una cuestión de marca o tendencia.”

Además, consideramos que el estudio del Grupo Altimeter no menciona otro motor fundamental, que no ha impulsado el nacimiento de la economía colaborativa pero que sí la ha disparado y expandido, hasta el punto de convertirse en una gran tendencia muy adecuada para la coyuntura, y es el motor de la crisis económica. Los consumidores se están replanteando su forma de consumir y ven en la economía colaborativa un gran potencial económico, que les permite ahorrarse dinero y tener ingresos extras. Además, para muchos constituye un modelo alternativo que, aunque no puramente, se aleja del capitalismo tradicional y sitúa en el centro a los consumidores, que no ya no son meros clientes pasivos, sino que se convierten en prosumidores, un término para conceptualizar a las personas que no sólo consumen, sino que también producen y participan de forma activa en la web 2.0, hasta el punto en el que quizá se podría hablar a largo plazo de una web 3.0, que permite no solo interactuar sino actuar. La economía colaborativa es una salida que está ayudando a muchas familias a llegar a fin de mes y a recuperar parte de los ingresos con los que contaban antes de la crisis económica.

Observamos a partir de las entrevistas y del estudio del Grupo Altimeter que la economía colaborativa ha sido impulsada por múltiples factores, y que no es un factor aislado o una moda, sino que responde a unos cambios y una coyuntura social, económica, tecnológica y política. Sin embargo, añadiría un último motor: el empresarial, como un motor independiente del económico, que se enfoca más hacia los usuarios. El sello 'colaborativo', aunque está afectando los modelos de negocio existentes y está transformando la sociedad, también es aprovechado por las empresas para simpatizar con los consumidores, y esto nos hace entrar en terreno pantanoso. En cuanto a que es un concepto nuevo, que aunque promueve viejas prácticas que se expanden a través de Internet, todavía se está definiendo y estudiando, muchas empresas están aprovechando la ambigüedad del concepto para autoproclamarse colaborativas, cuando en realidad no lo son tanto. Así lo percible Roger Sunyer, quien manifestó que “la tecnología ha facilitado este movimiento y lógicamente las empresas con ánimo de lucro acaban teniendo más peso y son las que tienen más interés para que la economía colaborativa se popularice. Y empresas como Airbnb utilizan la etiqueta colaborativa para enriquecerse.”

2. ¿CUÁL ES EL PAPEL DE LOS MILLENNIALS EN ESTE MOVIMIENTO?

Los Millennials, que son los jóvenes de entre 18 y 30 años, nativos digitales, tienen un papel destacado en el movimiento de la economía colaborativa, cuya herramienta fundamental es Internet, y su vida se encuentra fuertemente afectada y a menudo su futuro truncado a causa de la coyuntura económica, social y política.

Quizá es demasiado pronto para determinar que hemos llegado al fin de los días del hiperconsumo, pero está claro que la crisis económica global, que ha afectado a todos los rincones del planeta, está teniendo efectos sobre los hábitos de consumo y está provocando que muchísimas personas se replanteen su forma de consumir, de relacionarse con su entorno y sus prioridades. Pero la crisis económica no es el único factor que está propiciando cambios estructurales, la tecnología transforma la sociedad a un ritmo muy acelerado, hasta el punto en que los avances tecnológicos son mucho más frenéticos que la evolución de la sociedad.

La era de Internet es relativamente joven, pero el período de un año parece concentrar décadas cuando confluyen sociedad y tecnología. La economía colaborativa, aunque su escenario no es sólo Internet y es posible sin esta herramienta, en la mayoría de los casos, es posible gracias a la red, que permite la conexión entre personas a gran escala y supera todo límite geográfico, de edad, de clase, de género, de condición o de religión.

El teórico social y económico, escritor, asesor político y activista estadounidense Jeremy Rifkin, plantea que nos estamos adentrando en una nueva etapa del capitalismo, la era del acceso, que está transformando la economía y la sociedad: “en la reestructuración radical hacia la economía global tecnológica, en la que la humanidad en su marcha hacia la era del acceso va dejando atrás los mercados y el intercambio de la propiedad, son elementos notables del nacimiento de una economía-red, la continua desmaterialización de los bienes, la reducción de la importancia del capital físico, el ascenso de los activos intangibles, la metamorfosis de los bienes en servicios, el desplazamiento de la producción como primer objetivo del comercio por las cuestiones de marketing y la mercantilización de las relaciones y experiencias humanas.”⁸⁶

86 RIFKIN, Jeremy. La era del acceso. La revolución de la nueva economía. Editorial Paidós (2000:159)

La tecnología ha facilitado el acceso a las cosas y ha provocado un descenso en la posesión de las mismas y precisamente en el centro de esta cultura del acceso y de la gratuidad se encuentran los nativos digitales. Cientos de videoclubs han cerrado en todo el mundo debido al descenso de clientes, puesto que el tráfico se genera en la red, donde desde los inicios de Internet, se ha ido consolidando una cultura del acceso y de la gratuidad, debido a que es posible acceder a coste cero o muy bajo a la cultura (música, videojuegos, películas, literatura...) a través de la red. También ha sido grave el batacazo en la industria del cine, en las discográficas, en las editoriales. Mientras la compra de productos culturales en establecimientos ha disminuido notablemente en la última década, “el turismo se ha convertido en la primera industria mundial: en 1998 se contabilizaron 625 millones de turistas y se calculó que 1.600 millones de personas harían al menos un viaje al extranjero en 2020. Esta preponderancia de las distracciones ha hecho que ciertos analistas hablen de un nuevo capitalismo, ya no centrado en la producción material, sino en el entretenimiento y en las mercancías culturales.”⁸⁷ El filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky, que ha centrado sus investigaciones en la sociedad posmoderna, y en particular, en temas como el hiperconsumo, la cultura de masas, los medios de masas o el hiperindividualismo, sostuvo en una entrevista para la revista digital El Cultural, que “el cambio a un sistema globalizado de redes de información, la modificación de actitudes en el seno de nuestras sociedades y la búsqueda de la calidad de vida por encima de la acumulación de bienes surgen como algunas de las consideraciones que han modificado el tipo de sociedad de consumo vigente hasta los años 90. Estamos ante un nuevo rostro del consumo de masas, desde el punto de vista de la demanda. El perfil del consumidor hipermoderno es flexible y nómada, volátil y transfronterizo, inestable y fragmentado, exigente y ético.”⁸⁸

Cristóbal Gracia ha comentado en la entrevista realizada por la autora que no cree que se esté produciendo un descenso en el consumo ni que los jóvenes hayan dejado de querer tener cosas, sino que todavía hay un hambre de consumo. Quizá muchos ya no aspiran a las grandes posesiones, como comprar una casa o un terreno, pero siguen siendo consumidores activos, comentó Gracia. Aunque también reconoce que sí observa una tendencia al acceso: “en la era de Internet la gente

87 LIPOVETSKY, Gilles. La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Editorial Anagrama (2007:56). Citado de RIFKIN, Jeremy. La era del acceso. La revolución de la nueva economía. Editorial Paidós (2004)

88 LIPOVESTKY, GILLES. “Los intelectuales ya no son los sacerdotes del mundo”.
http://www.elcultural.es/version_papel/LETRAS/7430/Gilles_Lipovetsky (Consultado mayo de 2014)

joven se ha acostumbrado a acceder a la música, el cine, y la cultura en general a coste cero. Hay un libro que lo ilustra, 'Coste marginal cero', de Jeremy Rifkin, que explica que nos estamos acercando al coste cero. Es decir, aplicar la fórmula de Spotify, a través del cual puedes acceder a música gratuita al día a día. Él plantea un *freemium* (gratuidad) en la vida real y un *premium* para los servicios extra. No veo que los jóvenes quieran dejar de consumir, sino que se han acostumbrado a acceder a las cosas a un precio bajo o gratuito.” Gracia comenta que no está seguro de si hay una transición voluntario hacia el acceso, o si simplemente se está eligiendo la vía más cómoda. Además dice no tener claro si hay un cambio de valores en la sociedad o si simplemente es una mecánica de la sociedad del consumo que va hacia el acceso.

El filósofo y sociólogo Gilles Lipovetsky, también se muestra prudente a la hora de calificar un cambio de paradigma, pues “advenimiento de una nueva economía y una nueva cultura del consumo no quiere decir mutación histórica absoluta. La sociedad del posconsumo de masas debe entenderse como una ruptura dentro de la continuidad, un cambio de dirección con el mismo fondo.”⁸⁹

La figura de los Millennials va a tener un papel central en la economía colaborativa pero también tendrá un papel destacado en la transformación de las futuras sociedades. Aunque la economía colaborativa no está exclusivamente dominada por la gente joven, cabe destacar especialmente su función, puesto que las iniciativas de economía colaborativa, aunque la mayoría de las veces generan relaciones en el mundo físico, el contacto entre desconocidos se gesta en la red, medio natural para los Millennials o nativos digitales. También, a lo largo de esta investigación, se ha observado que una gran parte de las iniciativas de economía colaborativa a las que nos hemos podido acercar, están lideradas por equipos bastante jóvenes.

La conectora de OuiShare en España y miembro del equipo de Airbnb en Barcelona, Esther Val, explica en su tesis de final de máster que “la mitad de la población de nuestro planeta tiene menos de 25 años, de ahí que muchos observadores, en gobiernos y corporaciones, analicen los valores y aspiraciones de esta generación que va a tener una influencia decisiva en el futuro de la organización socio-económica del planeta en las próximas décadas.”⁹⁰

89 LIPOVETSKY, Gilles. La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Editorial Anagrama (2007:20-21).

90 VAL, Esther. La economía colaborativa. ¿Hacia un modelo más humano y sostenible? <http://www.slideshare.net/carapilla/mfm-final> (Consultado mayo de 2014)

El grupo Telefónica⁹¹ realizó con el soporte del periódico anglosajón Financial Times entre el 11 de enero y el 4 de febrero de 2013 la mayor encuesta realizada hasta ahora a un grupo de población entre 18 y 30 años, los Millennials. Telefónica y Financial Times comisionaron 12.171 entrevistas cuantitativas en línea a jóvenes de entre 18 y 30 años, realizadas en 27 países de 6 regiones mundiales. En este estudio se concluyen cuatro ideas clave:

En primer lugar, los Millennials se caracterizan por su ubicuo uso de la tecnología y su confianza de que dominio de las tecnologías les garantizará éxito personal en un futuro. Aun así, se constata una diferencia entre el valor y el rol que mujeres y hombres jóvenes dan a la tecnología en sus vidas.

En segundo lugar, el estudio indica que los Millennials están preocupados por la salud de la economía y del planeta. Muchos de ellos no creen que los gobiernos representen adecuadamente sus creencias y modo de ver el mundo, y la mayoría creen con fervor en la protección de la libertad personal y son tolerantes ante otras religiones y creencias.

En tercer lugar, el estudio remarca que los Millennials valoran el emprendimiento, están preocupados por el progreso desde la escuela al lugar de trabajo, y más de la mitad predicen que China liderará la economía global en los próximos 10 años.

Por ultimo, se manifiesta que los líderes de los Millennials constituyen el 11% más propenso a conducir el cambio global. Se definen por el acceso a la tecnología, una pasión para participar en la solución de los desafíos que enfrentan las comunidades y el mundo, y la ambición de tener éxito.

Gracia afirmó en la entrevista que se le realizó: “No veo en el futuro a la gente saliendo a la calle y exigiendo unas condiciones laborales mejores o un mundo mejor, sino a las mismas personas construyéndolo. Ahora tenemos la tecnología y la educación para hacer proyectos sociales, que ayuden a la gente. En lugar de exigir al Gobierno o a Airbnb una responsabilidad, debemos darnos cuenta de que tenemos el poder para actuar, para resolver nuestras propias carencias”.

Estos valores se pueden observar en muchas plataformas colaborativas: “muchas de las plataformas colaborativas están impulsadas, como emprendedores y como usuarios, por una generación de jóvenes desencantados por la burbuja inmobiliaria y por la crisis financiera y que ya no se

⁹¹ <http://survey.telefonica.com/survey-findings>. (Consultado mayo de 2014)

identifican con los tradicionales iconos de estatus y de éxito personal como la propiedad de una casa o de un coche”.⁹²

Podemos extraer de las entrevistas y de la documentación, que los Millennials se han acostumbrado a acceder a las cosas en lugar de poseerlas. Internet ha propiciado el acceso gratuito a la cultura, incluyendo la música, los libros, el cine, la información y todo tipo de bienes culturales. La economía colaborativa logra su gran impacto gracias a que Internet posibilita la conexión de millones de personas alrededor del mundo. Internet globaliza la economía colaborativa, pues permite la conexión entre desconocidos de todo el globo, que pueden encontrarse en la red y hacer cosas juntos fuera de ella. Gracia explicó que los Millennials tendrán un papel destacado en este modelo porque se adapta a su forma de vivir y de pensar: “A los jóvenes de hoy ya no les podemos imponer una estructura porque el modelo tradicional ha caído. Es una generación que va a tener que buscar sus propios ideales y modelos a seguir y va a usar la tecnología para encontrar su camino. Es una generación con mucho potencial que tiene muchas opciones para elegir.”, explicó en la entrevista. La alfabetización digital, el hábito de confiar en desconocidos en la red y la oportunidad que brindan las plataformas de economía colaborativa para vivir, trabajar o relacionarse de una forma más social, humana y comunitaria, sitúa a los jóvenes como actores principales de este movimiento.

92 VAL, Esther. La economía colaborativa. ¿Hacia un modelo más humano y sostenible?
<http://www.slideshare.net/carapilla/mfm-final> (Consultado mayo de 2014)

3. ¿CÓMO PUEDE AFECTAR ESTE MODELO AL FUTURO DEL TRABAJO?

Un interesante tema de discusión, que se ha generado alrededor de la economía colaborativa es el futuro del trabajo. Gracia considera que el modelo de estudiar, depositar tu currículum en una empresa y tener estabilidad está obsoleto, pues “la tecnología y las necesidades de la sociedad están cambiando a un ritmo muy acelerado, y nada te garantiza total estabilidad, tampoco en la vida laboral. También los conocimientos se quedan en seguida obsoletos. Vivimos en una sociedad líquida, en la que desaparecen muchísimos trabajos pero también surgen nuevos trabajos y servicios. Y sería lógico también cuestionarnos hasta qué punto tenemos que trabajar tanto. Deberíamos repartirnos el trabajo de otra forma; a la vez, habría más ocio y más consumo, que a la vez genera más empleo.”

La maquinización del empleo ha eliminado muchos puestos de trabajo, pero la tecnología también está creando nuevas posiciones e incluso nuevas carreras y opciones laborales que antes no existían. También hay que tener en cuenta que, sobre todo los Millennials, y las generaciones que vendrán, se están desarrollando en un clima de inseguridad, de altas tasas de desempleo, de precariedad y de crisis económica. La conectora de OuiShare en España, miembro del equipo de Airbnb y especialista en Responsabilidad Social Corporativa, Esther Val, destacó la relevancia de este entorno en la configuración de las nuevas formas de trabajo y forma de vivir de los Millennials: “Los Estados deben comprender también el beneficio social y humano que conlleva la economía colaborativa, que permite crear comunidad y rompe un poco el orden establecido, las empresas colaborativas nos dan la oportunidad de reinventarnos. Los Millennials se han dado cuenta de su potencial, y está afianzando una convicción de que las jerarquías ya no funcionan como antes. La generación Millennial también trae consigo un mayor equilibrio entre la vida laboral y la vida personal, con más actividades y valores asociados con el éxito, que ya no son puramente monetarios.”.

Según el último estudio de impacto de Airbnb, la empresa ha supuesto un cambio para los anfitriones: “el 44% de los anfitriones afirma que cuenta con ese dinero para poder llegar a fin de mes.”⁹³ El economista David de Ugarte, ha destacado en la entrevista realizada en París que “el mercado del trabajo ya no existirá en un futuro tal y como lo entendemos, y que la creación entre pares no sólo genera una gran riqueza social, sino que es el único lugar donde las nuevas

⁹³“Impacto económico de Airbnb en España y Catalunya”. Documento interno facilitado por la organización. No está disponible en la red, pero se puede consultar en los anexos.

generaciones están desarrollando su potencial”. En el OuiShare Fest, la mayoría de las empresas estaban encabezadas por equipos jóvenes, que han encontrado en esta nueva economía un espacio para combatir el desempleo y “para formar parte de proyectos que tienen valor para la sociedad”, explicó durante el evento en París uno de los principales líderes de la economía colaborativa en España, Javi Creus. Este emprendedor y fundador de la consultoría de estrategia Ideas for Change aclaró durante las ponencias del Fest que “cuando el capital es ligero, las fuentes de confianza son diferentes y la gente ya no trabaja dentro de un esquema sino que directamente actúa y además tiene la plataforma para hacerlo, se crea una economía nueva. El ciudadano colaborativo es una persona que sin pedir perdón ni permiso activa lo que tiene, lo que sabe o lo que sabe hacer en un círculo de confianza”.

Las plataformas de economía colaborativa están afectando a todos los sectores económicos, y observamos como también afectan al sector del empleo porque permiten a las personas convertirse en microemprendedores y como siempre ha ocurrido con la tecnología, afecta a los puestos y modelos de trabajo. Estos nuevos negocios posibilitan a la gente corriente trabajar en nuevos empleos improvisados que les permiten ejercer las empresas de economía colaborativa y generan empleos flexibles y dinámicos. Por ejemplo, a través de la plataforma Airbnb, cualquier persona puede tener ingresos extra hospedando a viajeros, o uno puede hacer de taxista a través de la empresa Uber, que a través de una aplicación para smartphone, permite a la gente solicitar a conductores registrados en la página que la transporten a algún lugar. Como se comentaba antes, los Millennials también perciben en Internet una oportunidad para reinventar los modelos de negocio y tener empleos mucho más flexibles.

4. ¿HAY UNA GRAN DIFERENCIA ENTRE LAS EMPRESAS COLABORATIVAS COMERCIALES Y LAS EMPRESAS COLABORATIVAS SIN ÁNIMO DE LUCRO?

La economía colaborativa tiene un gran potencial, pero también corre el riesgo de generalizar las plataformas privadas que, aunque empoderan a los ciudadanos, algunas de las empresas se organizan todavía de forma vertical, y algunas se pueden ver manipuladas por sus inversores y tener una necesidad de crecer a cualquier precio, y por tanto, tendría lugar una perpetuación de nuestro modelo obsoleto, pero con el peligro de usar la falacia de la colaboración. En el proceso de conceptualización de la economía colaborativa ha surgido la duda acerca de si es necesario diferenciar las iniciativas comerciales y las no comerciales en cuanto a que nacen con objetivos distintos y pueden resultar ser empresas tradicionales que al final sólo buscan el máximo beneficio. Todos los expertos a los que se ha entrevistado en profundidad han coincidido en que el lucro no es negativo, el peligro más bien se encuentra en el tipo de propiedad de las empresas de economía colaborativa y por supuesto en su gestión.

El consultor vinculado a la innovación social y tecnológica, Roger Sunyer, explicó en una entrevista realizada por la autora que “cualquier innovación no queda reflejada en la normativa vigente, por eso es una innovación. Cuando más se conoce, se va adaptando y los actores tradicionales también se adaptan a la innovación.” Este modelo es muy joven, cada día nacen nuevas propuestas y constantemente se redefine. También su adaptación a la estructura económica y social actual va a ser progresiva, y poco a poco se tiene que ir regulando para que pase de la ilegalidad a la legalidad, para garantizar la seguridad de sus usuarios y evitar la economía sumergida, por ejemplo.

Ante las numerosas críticas que sugieren que la economía colaborativa no es más que otro eslabón del capitalismo disfrazado de colaboración, el estratega, autor, emprendedor, profesor y uno de los principales líderes de la economía colaborativa en España, Javi Creus, reconoció para una entrevista en el Magazine de OuiShare que “todavía nos encontramos en las primeras fases de adopción de prácticas colaborativas y empoderamiento ciudadano y en este sentido, este es un momento de transición en el que todavía se están aplicando viejas ideas a nuevas realidades”⁹⁴. Creus también dijo estar “muy sorprendido por el hecho de que las instituciones públicas y las cooperativas no sean todavía los actores principales de esta economía. Las startups han sido los principales actores

94 <http://magazine.ouishare.net/2014/03/javier-creus-we-are-entering-an-era-of-abundance/> (Consultado mayo de 2014)

que han abrazado esta economía y está comprobado que no es tan fácil reorganizar grandes colectivos una vez han sido estructurados. Por ejemplo, aunque muchos usuarios se decepcionaron cuando Couchsurfing cambió de propietarios -en manos de grandes inversores- sigue siendo la mayor red de intercambio de sofá.”⁹⁵

Airbnb es un ejemplo de los cientos de empresas que han afectado a los negocios tradicionales, y es que la economía colaborativa supone la descentralización del poder económico a través de la tecnología, los nuevos modelos de negocio y los cambios sociales que se están produciendo. Este movimiento implica un cambio económico y cultural de migración de hábitos de una etapa marcada por el consumismo individualizado hacia un escenario más colaborativo y comunitario potenciado por los medios sociales y las plataformas de red entre iguales. Aunque algunos observan este fenómeno con preocupación, otros lo ven con optimismo. Javi Creus explicó en la entrevista para el Magazine de Oui Share que “el reto es que pasemos de un mundo de corporaciones a un mundo de cooperativas, donde la propiedad centralizada no tenga necesariamente todas las de ganar como hemos visto en la época industrial.”⁹⁶

Algunas empresas tradicionales perciben esta emergente economía como una amenaza. La compañía de Silicon Valley Uber, un servicio de coche compartido que conecta a conductores particulares y pasajeros, ha desatado mucha polémica en Barcelona. El departamento de Territorio y Sostenibilidad de la Generalitat ha abierto un expediente a esta startup, que funciona en más de 80 ciudades en todo el mundo, para investigar "las supuestas actividades irregulares de la empresa".⁹⁷

Sin embargo, otras están tomando ventaja de su modo de proceder. Javi Creus destacó para el magazine de OuiShare que en su investigación actual, ha comprobado que “las plataformas que han sacado partido de este panorama social y tecnológico, de los recursos comunes o redistribuidos y

95 Ídem

96 <http://magazine.ouishare.net/2014/03/javier-creus-we-are-entering-an-era-of-abundance/> (Consultado mayo de 2014)

97 CORDERO, Dani. La Generalitat abre expediente a la aplicación de movilidad Uber. http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/04/22/catalunya/1398183623_218261.html (Consultado mayo de 2014)

que han incorporado todos estos agentes en su sistema empoderando a sus consumidores, han crecido más rápido que las organizaciones centralizadas.”⁹⁸

4.1 ¿Dónde están las cooperativas?

Como observan los entrevistados y como introdujo Rachel Botsman durante el evento en París, uno de los mayores retos de la economía colaborativa es que “la forma en que estas empresas se desarrollan realmente depende de los fundadores, de los inversores y de sus modelos de negocio.”, ha explicado Botsman.

El sociólogo experto en tendencias y consumo colaborativo y conector de Oui Share en Madrid, Luis Tamayo, expresó en una entrevista realizada por la autora que “el peligro se encuentra más en las decisiones de los accionistas de estas empresas que en las de los que las dirigen. El problema es el propio modelo: si una empresa depende de accionistas, estos van a querer siempre el máximo beneficio posible. Es difícil evitarlo, porque para crecer necesitas capital. En este nuevo modelo, los empresarios se tendrían que cuestionar hasta donde necesitan crecer para ser rentable, porque buscar el máximo beneficio lleva consigo malas praxis.”

Quizá la mayor necesidad de organización empresarial de las empresas de economía colaborativa es su confluencia con las cooperativas. El hecho de que la mayoría de las empresas de este modelo sean privadas y detrás tengan inversores privados, pone en peligro la filosofía de la colaboración. Roger Sunyer está implicado con la economía colaborativa pero más con el movimiento cooperativo, y lamenta esta todavía escasa confluencia entre ambos movimientos: “Yo hace años que estoy implicado en el movimiento cooperativo, los movimientos sociales y la banca ética, que hace décadas que promueve valores similares que la economía colaborativa, pero no se los llama movimientos colaborativos. La idea de compartir, colaborar, repartir beneficios o no tener diferencias salariales es propio del movimiento cooperativo, que es mucho más potente. Pero la economía colaborativa es tecnológica y por eso tiene mucha más fuerza. Pero no aporta tantos valores nuevos. Las cooperativas ya compartían los medios de producción y repartían los beneficios. Esto es economía colaborativa, pero no la llamaban así, sino cooperativismo.”

David de Ugarte considera que el interés por la economía colaborativa responde a la búsqueda de modelos alternativos de empresa y de mercado dado que muchísimas personas están descontentas

98 <http://magazine.ouishare.net/2014/03/javier-creus-we-are-entering-an-era-of-abundance/> (Consultado mayo de 2014)

con el sistema capitalista. Sin embargo, el autor remarcó en la entrevista que “hay que matizar que en el mundo de la economía colaborativa existente tiene dos almas: hay un alma que tiene mucho que ver con el P2P, al comunal y al software libre. Pero no son ni siquiera la mayoría. Pero luego hay otra parte, que es el mundo de las startups y la burbuja de toda la vida. Sal afuera (en el OuiShare Fest) y pregunta cuántas empresas han liberado su software. Pregunta cuántas se organizan horizontalmente y democráticamente internamente. Pregunta cuántas tienen una política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Pregunta por sus estadísticas de género en su organización interna. Las empresas que vienen del mundo de las startup son empresas tradicionales vestidas de cordero.”, explicó de Ugarte durante el OuiShare Fest en París.

De Ugarte también se cuestionó la necesidad de estas empresas de hacer de mediadoras, defendiendo un modelo entre pares más efectivo, donde no haya una empresa de por medio que se enriquece con el simple hecho de convertirse en la intermediaria entre las personas. De Ugarte explicó que “la mitad de las empresas de economía colaborativa, que reciben millones de inversión, son intermediarios, cuando esto consistía en desintermediar.” También defendió el cooperativismo como modelo, o un modelo intermedio: “Está habiendo experimentos interesantes, como las BCompanies o en Alemania, las Stay Holders, que son los intereses sociales alrededor de los consejos de las empresas. Al final lo más importante en una empresa es la propiedad, y para qué trabaja.” Aun así, de Ugarte reconoció que las cooperativas deben renovarse y tener más presencia en las redes, además de que muchas se hacen tan grandes que acaban perdiendo implicación y control democrático interno.”

Además de la importancia de la propiedad en las empresas de la economía colaborativa, Roger Sunyer también calificó como muy importante el impacto de estas empresas, es decir, el destino de sus fondos. Por ejemplo, Airbnb es una empresa privada y no tiene intención de convertirse en cooperativa ni tampoco de destinar parte de los millones de euros que gana en inversión social. Sunyer considera que las empresas de economía colaborativa deberían evolucionar hacia una mayor responsabilidad social, y destinar parte de sus fondos a cuestiones sociales.

Contrastamos como los diferentes expertos a los que se han realizado entrevistas en profundidad coinciden en la certeza de que ser una empresa con ánimo de lucro no es algo negativo, sin embargo en las empresas de economía colaborativa hay un predominio de las empresas privadas y muchas de ellas se están enriqueciendo mucho y esto provoca la atracción de grandes inversores, lo que puede provocar que las directrices de la empresa se vean dominadas por los inversores capitalistas, y esto resulta peligroso. Además, las dos fuentes más críticas con la economía

colaborativa y que provienen del cooperativismo y no de los negocios, Roger Sunyer y David de Ugarte, ofrecen una visión muy valiosa sobre la necesidad de cuestionarse, más que el objetivo comercial, el tipo de propiedad de estas empresas, y reclamar más presencia de las cooperativas así como una mayor coordinación y regulación por parte de las administraciones públicas para evitar que dichas empresas caigan en la ilegalidad.

5. ¿PUEDE LA ECONOMÍA COLABORATIVA FOMENTAR UNA REEDUCACIÓN EN VALORES DE LAS PERSONAS QUE USAN ESTE TIPO DE SERVICIOS?

La economía colaborativa promueve valores como la confianza entre desconocidos, el altruismo, la solidaridad o el compartimento de recursos. Uno de los hechos más sorprendentes de este modelo es que, como indicó Rachel Botsman en su conferencia en el OuiShare Fest de París, “la moneda de la nueva economía colaborativa es la confianza” y “la reputación se convertirá en el activo más importante de la gente”, expresó la teórica. Esta confianza es necesaria para el sostenimiento de las plataformas de economía colaborativa, pues las relaciones entre las personas empiezan en la red, muchas veces a millones de kilómetros. La mayoría de las veces se traspasan al mundo real, pero muchas veces no, sin embargo ambos tipos de relaciones necesitan la confianza como eje central. Un claro ejemplo es Couchsurfing: los anfitriones abren las puertas de sus casas a desconocidos totales de los que solo tienen cierta información que han podido leer en su perfil en la red, y con suerte, comentarios por parte de huéspedes y viajeros, si son usuarios asiduos de la plataforma. Los sistemas de reputación online son, pues, fundamentales en este tipo de plataformas, pues los usuarios se pueden guiar a través de nuestra reputación digital para confiar en nosotros.

Como apunta Rifkin, “los viajes y el turismo global, al igual que los medios electrónicos globales y la inmigración global, han ampliado el sistema nervioso central de la especie humana y puesto a cientos de millones de personas en contacto. Esta exposición e interacción con nuestros congéneres ha alcanzado una magnitud y escala nunca experimentadas con anterioridad en el transcurso de la historia.”⁹⁹

La economía colaborativa puede facilitar la reeducación horizontal en valores, pues se basa en las relaciones entre desconocidos, que se encuentran para hacer cosas juntos, y fomenta valores como la solidaridad, la cooperación, la equidad, la redistribución de recursos, la colaboración entre las personas, y además genera o recupera el sentido de comunidad. Formar parte de estas iniciativas, especialmente de aquellas sin ánimo de lucro, crea conexiones muy humanas y a partir de buenas experiencias con desconocidos, nos puede hacer más tolerantes, más generosos, más solidarios y más respetuosos, entre muchos otros valores.

99 RIFKIN, Jeremy. La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis. Editorial Paidós (2010:425)

Yassine el Moufti, un joven de 25 años de origen marroquí afincado en Barcelona, es un devoto huésped en la plataforma Couchsurfing, y ha hospedado a más de cien viajeros, teniendo personas en su casa cada semana. En una entrevista realizada por la autora, Yassine explicó que considera que la economía colaborativa se opone al individualismo y al consumismo como lo conocemos hoy en día, y que crear una economía en conjunto es crear lazos fuertes entre las personas para un fin concreto, estableciendo confianza, seguridad y solidez en el grupo. También que “la economía colaborativa valora las capacidades de cada miembro del grupo de forma que cada uno se siente útil para los demás. Hacer y crear juntos impulsa a la cooperación, al sentido de la comunidad y la solidaridad.”, manifestó. Para Yassine, el Couchsurfing es su forma de viajar sin moverse de casa. Debido a su origen y su dificultad para conseguir visados y por tanto, las enormes trabas que tiene este joven para viajar, “el encuentro de innumerables mentes e ideas creó una verdad inconscientemente obvia: lo evidente vale más que la creencia, salir de mi burbuja para empezar, y descubrir la gente del mundo, una nueva vocación.” Yassine expresó que “decir que Couchsurfing me ha mejorado como persona es quedarse corto. Tener gente de todo el mundo en mi sofá me ha educado, me abrió los ojos a las bellas diferencias que podemos tener, aceptarlas y aprender de ellas. Todo con el simple gesto de abrir mis puertas a la gente que está de paso.”

El sociólogo Luis Tamayo ha coincidido en que la economía colaborativa sí puede reeducar a la sociedad en valores: “en el último siglo hemos construido una cultura basada en el yo y la economía colaborativa es justo lo contrario, porque en ella no existe el yo sin el nosotros, no existe sin la relación con los otros. Además de fomentar valores positivos, es la creación de redes, porque fomenta que conozcamos a otras personas que se encuentran, y cuando las personas se unen pasan cosas, surgen ideas y proyectos y las redes de contactos aumentan y generan más impacto. Se ha dicho mucho que Internet acabará con las relaciones, pero en la economía colaborativa las relaciones se dan en el mundo físico”.

También coincidió en esta creencia Gracia, quién explicó que “si comienzas a tener tus propias experiencias, y más si tienes experiencias positivas con plataformas de economía colaborativa, te reeducas. Cuando vas a dormir a casa de gente que te ofrece un lugar y no te pide nada a cambio, cambias. Los Millennials, más que estudiar, deberían sobretodo vivir y tener muchas experiencias, trabajar y viajar. Cada uno debe seguir su propia vida y no seguir patrones marcados.”

Aunque las iniciativas de economía colaborativa sin ánimo de lucro como Couchsurfing tienen más posibilidades de generar relaciones altruistas y puras, pues no hay intercambio monetario y la relación es empática y solidaria, las plataformas de economía colaborativa, tal y como observan

diferentes expertos a los que se ha entrevistado y un veterano usuario de la red Couchsurfing, proporcionan a las personas una experiencia reeducativa en valores, que se puede aprehender mejor a través de la propia experiencia, pues la mayoría de las personas que recurren al uso de estas plataformas constatan que el altruismo, la generosidad, la confianza y la solidaridad con desconocidos es posible y provoca en aquellos que tienen experiencias positivas un deseo de devolver lo que se ha recibido. En esta línea, Albert Cañigüeral explicó en una entrevista realizada por la autora que “en las plataformas donde no hay dinero, las relaciones entre las personas son mucho más fuertes en general que cuando hay dinero de por medio, pues las relaciones se comercializan. Pero a la vez tienen más problemas para escalar, pues mucha gente no entiende esta cultura del altruismo”.

6. CONCLUSIONES

La economía colaborativa es un fenómeno económico y social de gran envergadura, que está creciendo muy aceleradamente, hasta el punto en que el modelo tiene presencia en prácticamente todos los sectores empresariales. Esto, forzosamente, va a afectar en el modo de organización empresarial existente, creando empresas que empoderan a los consumidores, quienes se convierten en prosumidores. La economía colaborativa, aunque como se ha contrastado en este trabajo, tiene diferentes motivaciones, tiene iniciativas muy interesantes que están provocando transformaciones sociales. Por ejemplo, la plataforma Coursera, puede proveer educación gratuita a cualquier persona en todo el mundo. Muchas iniciativas de la economía colaborativa han democratizado el acceso de los ciudadanos a oportunidades y servicios de un gran valor para la sociedad, como la educación, la capacidad de producir, de tener experiencias de vida con otras personas o de viajar de forma diferente. Es un modelo alternativo con muchísimo potencial, pero todavía es muy joven y se encuentra en medio de la aceptación y la ilegalidad. En este sentido, se necesita el esfuerzo de los Estados, que se están acercando al modelo despacio, y que deben ver el potencial que tiene para generar una ciudadanía autosuficiente, que además puede paliar muchas de las necesidades presentes en su comunidad sin pedir permiso y sin la ayuda de los Estados. El contrato social se ha roto porque los Estados que antaño habían construido un Estado del Bienestar lo están destruyendo en pos de la economía de mercado. En lugar de reaccionar con miedo y restricciones, se debe actuar desde la comprensión, ya que este modelo no quiere nadar en las aguas de la economía sumergida ni perjudicar a ningún sector económico. Albert Cañigueral explica en el libro *Dentro de 15 años (LID Editorial)*, que ha escrito junto a otros autores, que “la economía colaborativa trae innovaciones socio-económicas disruptivas, y es inevitable que la innovación vaya por delante de unas leyes que no han previsto un ciudadano como agente económico integral y cotidiano -a veces denominado microemprendedor- y de un sistema fiscal basado en la propiedad centralizada y empresas tradicionales, según el cual las transacciones fuera del sistema previsto levantan todo tipo de sospechas”. Además, apunta que “lo deseable es que nuestros legisladores adviertan ya el potencial de la economía colaborativa (en lo económico, social y ecológico) y decidan crear un marco específico para sacarla de la tierra de nadie y favorecer su desarrollo.” Cañigueral describe un futuro más colaborativo y con menos intermediarios entre las personas. Las empresas de la economía colaborativa también deben evitar caer en el mismo modo de funcionar que las empresas capitalistas tradicionales, deben tener una fuerte y transparente

Responsabilidad Social Corporativa, y debería haber una transición hacia empresas de tipo cooperativo. Las cooperativas tienen poca presencia en la red, mientras que la economía colaborativa nace en la red y tiene gran aceptación y expansión debido a la herramienta a través de la cual opera. Las cooperativas ya defendían antes valores como los de la economía colaborativa. La estructura cooperativa sería la más obvia para este modelo.

Por esto, también es necesario ser prudente con los términos y reformular las diferentes acepciones de la economía colaborativa, ya que puede suponer una falacia, y no es lo mismo, por ejemplo economía del compartir (sharing economy) que economía colaborativa.

Por último, aunque existe el riesgo de que las empresas colaborativas capitalistas acaben dominando la economía colaborativa, este modelo está basado en el empoderamiento de los ciudadanos. Cuando las personas comiencen a convencerse de su potencial y de la fuerza que tienen juntos, que ya se está demostrando en muchas de estas iniciativas, van a dejar de ser ciudadanos pasivos y las protestas sociales que han rebrotado en todo el mundo las últimas décadas pueden conducirse hacia la acción directa. Este empoderamiento ciudadano es prácticamente imposible de eliminarse, pues la economía colaborativa no solo está educando a personas en valores de gran valor como una mayor conciencia del consumo y del uso de los recursos, la solidaridad, el altruismo o la empatía, sino que está posibilitando la generación de ciudadanos más activos que, conscientes de su poder, se mueven para mejorar sus vidas y las de las personas de su comunidad. La creación de comunidades, asimismo, facilita esta reeducación en valores y este fortalecimiento ciudadano, y ayuda a las personas a vivir de forma más consciente de su entorno.

FUENTES PERSONALES

- Entrevista a Carlos Hervás
- Entrevista a Albert Cañigüeral
- Entrevista a Cristóbal Gracia
- Entrevista a Esther Val
- Entrevista a Luis Tamayo
- Entrevista a Roger Sunyer
- Entrevista a Arun Sundarajan
- Entrevista a David de Ugarte
- Entrevista a Yassine el Moufti

BIBLIOGRAFÍA

- BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. *What's Mine Is Yours. How collaborative consumption is changing the way we live.* (Editorial Collins, 2010)
- GANSKY, Lisa. *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing.* (Editorial Portfolio/Penguin, 2010)
- BOLLIER, David. *When push comes to pull. The New Economy and Culture of Networking Technology. A Report of the Fourteenth Annual Aspen Institute Roundtable on Information Technology.* (Editorial The Aspen Institute, 2006)
- SEELY BROWN, John; HAGEL, John. *The power of pull: how small moves, smartly made, can set big things in motion.* (Editorial Basic Books, 2010)
- J. CHEAL, David. *The gift Economy* (Editorial Routledge, 1998)
- LIPOVETSKY, Gilles. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo.* Editorial Anagrama (2007)
- THACKARA, John. *In the bubble: designing in a complex world.* Massachusetts Institute of Technology (2005) http://www.labconvergencia.org:16080/sitio1/mel/html_nva_version/dis_y_sus/HTML/doc/u3/U3_Act4_Inthe%20Bubble.pdf
- RIFKIN, Jeremy. *La era del acceso. La revolución de la nueva economía.* Editorial Paidós (2007)
- RIFKIN, Jeremy. *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis.* Editorial Paidós (2010:425)

WEBGRAFÍA

- VIII Informe del Observatorio de la Realidad Social. Equipo de Estudios Cáritas Española. <http://edit.um.es/exclusionsocial/files/2014/02/2013-C%C3%A1ritas.pdf>. (Consultado mayo 2014)
- RIFKIN, Jeremy. *La civilización empática.* El País, 19 marzo 2010. http://elpais.com/diario/2010/03/19/opinion/1268953211_850215.html (Consultado febrero de 2014)
- FERNÁNDEZ DURAN, Ramón. *El antropoceno: la crisis ecológica se hace mundial. La expansión del capitalismo global choca con la biosfera.* <http://www.rebelion.org/docs/104656.pdf> (Consultado febrero de 2014)
- Synthetic Overview of the Collaborative Consumption. P2P Foundation. <http://p2p.coop/files/reports/collaborative-economy-2012.pdf> (Consultado febrero de 2014)

- GOTEÓ. Entrevista a David Bollier en torno a la economía y las relaciones del procomún. Diario.es. 02 mayo 2013 http://www.eldiario.es/colaboratorio/procomun-economia-P2P-comunidad-recursos_6_128147189.html (Consultado febrero de 2014)
- Discurso de Rafael Correa sobre la Flok Society. <https://www.youtube.com/watch?v=wxct7h53dqM#t=840> (Consultado mayo de 2014)
- JOHNSON, Cat. Is Seoul the next great sharing city? <http://www.shareable.net/blog/is-seoul-the-next-great-sharing-city> (Consultado mayo de 2014)
- Consumo Colaborativo. Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Collaborative_consumption. (Consultado enero de 2014)
- VAL, Esther. La economía colaborativa. ¿Hacia un modelo más humano y sostenible? <http://www.slideshare.net/carapilla/mfm-final> (Consultado abril de 2014)
- SUNDARARAJAN, Arun. "From Zipcar to the Sharing Economy". *January 3, 2013*. Harvard Business Review. Retrieved 13 June 2013. (Consultado marzo de 2014)
- GERON, Tomio (November 9, 2012). "Airbnb Had \$56 Million Impact On San Francisco: Study". *Forbes*. Retrieved 13 June 2013. (Consultado marzo de 2014)
- Revista Es Posible. Julio/agosto Nº 36. <http://www.revistaesposible.org/revista-esPosible-numero-36/HTML/index.html#/1/zoomed> (Consultado marzo de 2014)
- BENKLER, Yochai (2002). "Coase's Penguin, or, Linux and The Nature of the Firm". *The Yale Law Journal* 112. Retrieved 13 June 2013. (Consultado marzo de 2014)
- GOTEÓ. "Cultura libre y la peer production: la era maker". 12 de agosto 2013. http://www.eldiario.es/colaboratorio/Cultura-libre-peer-production-maker_6_163843622.html (Consultado abril de 2014)
- CAÑIGUERAL, Albert. "Los retos de la economía colaborativa". *Dossieres Economistas Sin Fronteras* Nº 12. *Economía en colaboración* (2014:22) <http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-12-Econom%C3%ADa-en-colaboraci%C3%B3n.pdf> (Consultado marzo de 2014)
- <http://cristobalgracia.com/> (Consultado abril de 2014)
- IBÁÑEZ, Álvaro. RTVE. Nubarrones sobre bitcoin tras la caída de Mt.Gox, uno de sus principales mercados. <http://www.rtve.es/noticias/20140225/nubarrones-sobre-bitcoin-tras-caida-mtgox-uno-principales-mercados/887061.shtml> (Consultado mayo de 2014)
- SCHOR, Juliet. Boston College. "Consumo Colaborativo, una introducción". *Dossieres Economistas Sin Fronteras* Nº 12. *Economía en colaboración* (2014:7)

<http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-12-Econom%C3%ADa-en-colaboraci%C3%B3n.pdf> (Consultado marzo de 2014)

- GASTESI, Aintzane. Airbnb reivindica su aportación a la economía de sus principales mercados La Vanguardia, 17 de agosto 2014.
- <http://www.avancar.es/about/about-avancar> (Consultado marzo de 2014)
- <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/internet/20140217/54401380117/airbnb-reivindica-aportacion-economia.html> (Consultado marzo de 2014)
- SANCHO, Jesús. El Couchsurfing gana adeptos en Barcelona. La Vanguardia. 28 agosto 2012. <http://www.lavanguardia.com/ocio/20120828/54341425043/couchsurfing-barcelona-alojamiento-gratuito-turismo.html>. (Consultado abril de 2014)
- Los valores del Couchsurfing. <https://www.couchsurfing.org/n/values> (Consultado marzo de 2014)
- ¿Qué es el Sistema de Intercambio en Comunidad (CES)? https://www.community-exchange.org/docs/whatces_es.htm. (Consultado abril de 2014)
- A bona hora. Ecoxarxa del Bages. <http://abonahora.wordpress.com> (Consultado marzo de 2014)
- Asociación para el desarrollo de los bancos de tiempo (ADBdT) <http://www.bdtonline.org/que-es-un-banco-de-tiempo/> (Consultado abril de 2014)
- Fragmento del libro Makers: la nueva revolución industrial, de Chris Anderson. Citado de: <http://www.marcialpons.es/static/pdf/makers.pdf>.
- ANDERSON, Chris. The Maker Movement: Tangible Goods Emerge From Ones and Zeros. Wired, 16 abril de 2013 <http://www.wired.com/2013/04/makermovement/> (Consultado abril de 2014)
- Abc.es. Impresoras 3D y la “nueva revolución industrial”. 17 julio 2013. <http://www.abc.es/economia/20130717/abci-impresion-inmuebles-industriales-201307161827.html> (Consultado abril de 2014)
- Fab Lab. Wikipedia. http://en.wikipedia.org/wiki/Fab_lab (Consultado abril de 2014)

- What is a Fab Lab? FAB FOUNDATION. <http://www.fabfoundation.org/fab-labs/what-is-a-fab-lab/>. (Consultado abril de 2014)
- <https://www.kickstarter.com/> (Consultado mayo de 2014)
- <https://www.indiegogo.com/> (Consultado mayo de 2014)
- M. PAUNÉ, Meritxell. El micromecenazgo emerge en Catalunya. 13 enero 2011. <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110113/54099834625/el-micromecenazgo-emerge-en-catalunya.html> (Consultado abril de 2014)
- CASTRATARO, Daniela. A social history of crowdfunding. <http://socialmediaweek.org/blog/2011/12/a-social-history-of-crowdfunding/#.U32wrijwASU> (Consultado abril de 2014)
- <http://www.verkami.com/> (Consultado mayo de 2014)
- Entrevista a Jonàs Sala, co-founder de Verkami. <http://www.crowdacy.com/entrevista-jonas-sala-verkami/> (Consultado abril de 2014)
- <http://opendefinition.org/od/espanol/> (Consultado en abril de 2014)
- Wikipedia. Artículo sobre la historia de la Wikipedia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> (Consultado mayo de 2014)
- Wikipedia. Artículo sobre el Punto de Vista Neutral http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Punto_de_vista_neutral (Consultado mayo de 2014)
- PEÑASCO, Carlos. ¿Es sostenible nuestro consumo? (2010:141) (Consultado mayo de 2014) <http://web2.semarnat.gob.mx/transparencia/Documents/antologia-versionfinal.pdf#page=121>
- LIPOVESTKY, GILLES. “Los intelectuales ya no son los sacerdotes del mundo”. http://www.elcultural.es/version_papel/LETRAS/7430/Gilles_Lipovetsky (Consultado mayo de 2014)
- <http://survey.telefonica.com/survey-findings>. (Consultado mayo de 2014)
- OWYANG, Jeremiah. The collaborative economy: Products, services and market relationshipsb have changed as sharing startups impact business models. To avoid

disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. June 4, 2013.

(Consultado marzo de 2014) <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>

- CAÑIGUERAL, Albert. La comunidad Airbnb aporta 128 millones de euros a la economía de Barcelona. <http://www.consumocolaborativo.com/2014/02/17/la-comunidad-airbnb-aporta-128-millones-de-euros-a-la-economia-de-barcelona/> (Consultado mayo de 2014)
- http://www.sepe.es/contenido/empleo_formacion/formacion/reforma_mercado_laboral/ (Consultado mayo de 2014)
- <http://en.seeclickfix.com/> (Consultado en mayo de 2014)
- CORDERO, Dani. La Generalitat abre expediente a la aplicación de movilidad Uber. http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/04/22/catalunya/1398183623_218261.html (Consultado mayo de 2014)

ANEXOS

1. Fragmentos de algunas de las entrevistas en profundidad

A continuación, se facilitan los fragmentos de algunas entrevistas. Aun así, como no se dispone de las entrevistas completas escritas, se pueden escuchar todas exceptuando a las realizadas a Carlos Hervás y a Yassine el Moufti, en un CD con todos los audios, que pueden encontrar al final del Anexo.

1.1 Entrevista a Cristóbal Gracia

El activista en torno al procomún David Bollier, en una entrevista para el periódico elDiario.es, considera que hay mucho en común entre los movimientos sociales que han surgido en las últimas décadas, como el Occupy o el 15 M y la economía colaborativa. ¿Crees que ciertamente no es un fenómeno aislado y que se está dando un cambio en la sociedad de alcance global?

La sociedad siempre está conectada y está cambiando a muchos niveles. Particularmente, en la economía colaborativa, la sociedad está utilizando Internet para encontrarse y hacer cosas fuera de la red, para crear o intercambiar algo. Y desde mi punto de vista, cuanto más nos relacionamos con extraños y nuestras experiencias son positivas, se crea un clima de confianza. Por otro lado, el uso de la tecnología nos ha hecho sociales y a la vez observo un anhelo en las personas de crear comunidad, después de una etapa de hiperconsumo basada en el individualismo. Creo que en el futuro habrá más sentido de la comunidad y más confianza entre las personas.

Ahora, la crisis económica coincide con la crisis ecológica, lo cual está llevando a una crisis del modelo de civilización.

- ¿Qué papel están desempeñando los Millennials?

Antes los modelos de vida estaban mucho más claros, en el sentido de estudiar, hacer una carrera, formar una familia, etcétera. A los jóvenes de hoy ya no les podemos imponer una estructura porque el modelo tradicional ha caído. Es una generación que va a tener que buscar sus propios

ideales y modelos a seguir y va a usar la tecnología para encontrar su camino. Es una generación con mucho potencial que tiene muchas opciones para elegir.

¿Crees que los jóvenes ya no están tan interesados en poseer cosas como antes?

No creo que los jóvenes hayan dejado de querer tener cosas, todavía hay un hambre de consumo. Quizá muchos ya no aspiran a las grandes posesiones, como comprar una casa o un terreno, pero siguen siendo consumidores activos. Lo que sí observo es una tendencia al acceso. En la era de Internet la gente joven se ha acostumbrado a acceder a la música, el cine, y la cultura en general a coste cero. Hay un libro que lo ilustra, *Coste marginal cero*, de Jeremy Rifkin, que explica que nos estamos acercando al coste cero. Es decir, aplicar la fórmula de Spotify, a través del cual puedes acceder a música gratuita al día a día. Él plantea un freemium en la vida real y un premium para los servicios extra. No veo que los jóvenes quieran dejar de consumir, sino que se han acostumbrado a acceder a las cosas a un precio bajo o gratuito. Entonces, no sé si hay una transición voluntaria hacia el acceso, o se trata simplemente de elegir la vía que proporciona a los Millennials más comodidad. No sé si hay un cambio de valores en la sociedad o si simplemente es una mecánica de la sociedad del consumo que va hacia el acceso.

¿Cómo afectan estos nuevos modelos de consumo al trabajo?

El modelo de estudiar, depositar tu currículum en una empresa y tener estabilidad está obsoleto. Antes una empresa podía funcionar durante décadas. Hoy en día, puedes tardar tres años en fundar una empresa, que funcione tres años más y luego desaparecer. La tecnología y las necesidades de la sociedad están cambiando a un ritmo muy acelerado, y nada te garantiza total estabilidad, tampoco en la vida laboral. También los conocimientos se quedan en seguida obsoletos. Vivimos en una sociedad líquida, en la que desaparecen muchísimos trabajos pero también surgen nuevos trabajos y servicios. Y sería lógico también cuestionarnos hasta qué punto tenemos que trabajar tanto. Deberíamos repartirnos el trabajo de otra forma; a la vez, habría más ocio y más consumo, que a la vez genera más empleo.

En un estudio del grupo Altimeter, el analista económico Jeremiah Owyang sostiene que Internet ha pasado por 3 fases: primero la era de la “Brand experience”, en la que la información va de uno (que son las corporaciones) a muchos (que son los usuarios); una segunda etapa, la del “Social Media”, en la que consumidores y compañías comparten el poder; y, finalmente, la “era de la economía colaborativa”, en la que el poder lo tienen los consumidores.

- **¿Qué opinas sobre este análisis?**

Muchos sostienen esto. La primera etapa es: yo leo en una web. La segunda etapa es: yo leo y escribo en la web, pudiendo postear en un blog o escribir e interaccionar en Facebook, y la tercera etapa es la que nos permite utilizar Internet para hacer cosas en el mundo físico, es la era colaborativa, que nos permite transformar el mundo, porque creamos juntos proyectos que tienen valor para la sociedad. Por ejemplo, con Couchsurfing puedes viajar por todo el mundo gratuitamente y hay un intercambio y un enriquecimiento mutuo entre el que acoge y el que se hospeda en casa de la persona que abre su espacio.

6. La primera oleada de empresas de economía colaborativa como Couchsurfing o Freecycle eran sin ánimo de lucro. Sin embargo, los cientos de startups que han surgido en los últimos años, especialmente desde 2008, tienen una clara motivación comercial. Por ejemplo Airbnb, a día de hoy es millonaria.

- ¿No puede ser peligroso que una empresa colaborativa crezca demasiado?

Yo al principio también separaba las empresas con ánimo de lucro y las empresas sin ánimo de lucro, pero actualmente ya no hago distinción. Desde mi punto de vista, lo importante no es la motivación sino el impacto que tienen las empresas en la sociedad, independientemente de si son con ánimo de lucro. Por ejemplo, Airbnb tiene un perfil muy comercial pero sí que está ayudando a muchas familias a resolver sus problemas económicos y está facilitando sus vidas. Y luego hay empresas con ánimo de lucro que hacen daño a la sociedad o que nos estafan con publicidad engañosa. Deberíamos ir hacia el punto en el que el Estado debería observar el impacto que tienen las empresas en la comunidad y calibrar el tipo de impuestos que pagan según su impacto positivo o negativo.

- **¿No es peligroso aplicar viejas normas a una economía nueva?**

Sí que es peligroso. Pero creo que las personas seremos quien diga la última palabra. Couchsurfing nació como una empresa sin ánimo de lucro y tenía muchísimo prestigio, pero luego se convirtió en Becorporation y la gente comenzó a criticarla. Grandes inversores inyectaron a la empresa quince millones de euros. Teniendo socios capitalistas detrás, ocurrirá como con Facebook. Se va a utilizar la información personas y de los viajes de sus millones de miembros. Desde mi punto de vista la sociedad está cansada de los engaños. La sociedad va a premiar a las empresas más transparentes y que más nos empoderen y van a penalizar a las

más opacas. En el caso de las empresas que utilizan el sello de la economía colaborativa, si la gente observa actuaciones extrañas va a alejarse. Hay que tener en cuenta que no podemos pasar de un sistema capitalista a un sistema basado en valores y colaborativo de repente. Se está intentando pero el cambio de mentalidad es lento. Pero insisto en que valoro mucho más una empresa colaborativa de tipo *business* como Airbnb que cualquier petrolera que explota recursos y destruye vidas. Si hay iniciativas más positivas aunque no sean puras del todo, los inversores se acercarán. La motivación económica sigue presente y quizá necesitemos décadas para entender que el dinero no lo es todo. Cuando hablamos de generar comunidad nos referimos a que empoderar a las personas también nos hace crecer a nosotros. Esto no nos lo enseñan en la escuela. Las empresas tradicionales van a ir viendo que si no tienen en cuenta la opinión de los consumidores, algo que empiezan a reclamar las personas, van a salir perdiendo.

No veo en el futuro a la gente saliendo a la calle y exigiendo unas condiciones laborales mejores o un mundo mejor, sino a las mismas personas construyéndolo. Ahora tenemos la tecnología y la educación para hacer proyectos sociales, que ayuden a la gente. En lugar de exigir al Gobierno o a Airbnb una responsabilidad, debemos darnos cuenta de que tenemos el poder para actuar, para resolver nuestras propias carencias, esto me gustaría decirles a los Millennials. No necesitan a nadie ni tienen que pedir permiso a nadie. El gobierno no sabe lo que necesita la sociedad. Tampoco las empresas business van a ser sociales nunca. Hemos venido a solucionar las necesidades de la gente. Imagina que la manipulación que sufrimos fuera a la inversa, que nos ayudara a creer en nosotros mismos, en ser conscientes de nuestro poder. Ya no hay que pedir permiso a nadie.

La economía colaborativa promueve valores como la confianza en desconocidos, la reutilización de capacidades, productos y servicios, la cooperación, la comunidad, el altruismo o la solidaridad.

- ¿Puede constituir una forma de reeducar en valores a la sociedad de forma horizontal?

Sin duda. Una cosa es la educación, que nos condiciona como personas. Pero algo muy distinto es la experiencia propia. Si no salimos de nuestros círculos, no te reeducas, porque vas a seguir los pasos que te han marcado. Pero si comienzas a tener tus propias experiencias, y más si tienes experiencias positivas con plataformas de economía colaborativa, te reeducas. Cuando vas a dormir a casa de gente que te ofrece un lugar y no te pide nada a cambio, cambias. Los

Millennials, más que estudiar, deberían sobretodo vivir y tener muchas experiencias, trabajar y viajar. Cada uno debe seguir su propia vida y no seguir patrones marcados.

La herramienta fundamental que empodera a los ciudadanos en la economía colaborativa es Internet.

- ¿Cómo se puede combatir esta brecha digital para empoderar a aquellas sociedades y comunidades que más necesitan empoderarse pero que precisamente no tienen acceso a Internet o no están alfabetizados digitalmente?

Vivimos en una sociedad donde la tecnología tiene mucho relieve y las personas que no lo usan quedan un poco al margen. Pero creo que hay muchas posibilidades para que la gente se adapte a Internet. También creo en que se pueden crear agencias que ayuden a las personas no alfabetizadas en Internet a usar estos servicios y plataformas. Alrededor de la economía colaborativa van a nacer iniciativas sociales que tendrán en cuenta estas necesidades. Por ejemplo, desde la Generalitat se creó el proyecto PuntOmnia, con cursos gratuitos de tecnología.

1.2 Entrevista a Esther Val

El activista en torno al procomún David Bollier, en una entrevista para el periódico elDiario.es, considera que hay mucho en común entre los movimientos sociales que han surgido en las últimas décadas, como el Occupy o el 15 M y el concepto del bien común, que se defiende desde la economía colaborativa.

- **¿Crees que ciertamente no es un fenómeno aislado y que se está dando un cambio en la sociedad de alcance global?**

En los últimos años estamos viendo una creciente desconfianza en las instituciones. Tanto en las empresas, como en el gobierno, las grandes corporaciones o incluso las ONG. Se ha visto tanta injusticia y falta de transparencia, además de un claro abuso del poder por su posición privilegiada y una parte de esta insatisfacción se ha vehiculado de forma constructiva y reivindicativa pero no beligerante por la vía de la economía colaborativa. Muchos nos hemos sentido atraídos por este perfil, el de personas con ideas pero que no responden con quejas y lamentos sino con posibilidades y acciones. Antonin Léonard, de OuiShare, tiene la fuerza de

liderar un movimiento y de buscar la forma de cambiar el mundo. Yo he llegado al consumo colaborativo gracias a mi huida de un antiguo trabajo en una gran corporación, en la que me sentía aplastada como individuo, basada en grandes jerarquías y en el doble discurso: el que se da afuera y el de dentro, que chocan brutalmente. Ahora trabajo en Airbnb y es algo totalmente distinto. La estructura es más horizontal y el trato es muy humano, se cuida a los empleados. Los becarios también participan en las reuniones, hay un trato muy inclusivo.

La primera oleada de empresas de economía colaborativa como Couchsurfing o Freecycle eran sin ánimo de lucro. Sin embargo, los cientos de startups que han surgido en los últimos años, especialmente desde 2008, tienen una clara motivación comercial. Por ejemplo Airbnb, a día de hoy es millonaria.

- La fórmula de Airbnb, por ejemplo, es muy sencilla, ¿no? Pone la plataforma y como intermediario, se enriquece.

Sí, pero el mantenimiento de la plataforma tiene unos gastos. Dispone de medidas de seguridad, de un seguro para los usuarios, un servicio de atención al cliente de 24 horas los siete días de la semana, un equipo de ochenta personas detrás que tienen que garantizar la calidad del servicio. Tampoco creo que se tenga que disculpar por ganar dinero. Si tienes un impacto positivo en la sociedad y permites a la gente otra vía para ganar dinero y darle un respiro para que pueda dedicarse también a sus hobbies o de hacer algo diferente con su vida, bienvenido sea. También permite a la gente enseñar a desconocidos su barrio y sus costumbres y esto dinamiza la economía local. Sin dinero no hay seguridad. Por ejemplo, Couchsurfing está muy bien pero no da garantías a quienes lo usan. Airbnb sí, e invierte parte de sus ganancias en generar confianza y resolver los problemas que puedan surgir a los usuarios de la plataforma. También está creando lugares de trabajo: tiene 700 empleados en todo el mundo, y además está respondiendo a una tendencia, a una demanda de los consumidores.

- ¿No puede ser peligroso que una empresa colaborativa crezca demasiado?

Ese es el riesgo. De esto se habló hace dos semanas con Luis Tamayo en un evento, en el que acabó con esta reflexión. Llamó a Airbnb a mantenerse fiel a la filosofía de la economía colaborativa, y a abrazar la oportunidad que le da este éxito económico para hacer las cosas de otra manera, sin replicar antiguos patrones. El tiempo dirá, pero siempre hay una tensión con

las exigencias de los inversores. Es una empresa que ha crecido de forma exponencial y tiene que ver qué camino toma. Pero sus fundadores son jóvenes. Su fundador, Brian Chesky, está detrás del proyecto de Shared Cities, que concibe ciudades colaborativas donde Airbnb tiene un papel muy importante a desempeñar y se está abriendo un diálogo con los ayuntamientos.

- Sin embargo, el sector hotelero se resiste.

Estas nuevas empresas siempre crean fricciones. Pero considero que Airbnb es un nuevo servicio que no compite directamente con los hoteles por el tipo de usuario que utiliza un hotel. Quizá sí con los usuarios de hostales más modestos, pero es una opción más, una alternativa. En el último estudio de impacto de Airbnb se explica que no son negocios que se fagociten, sino que son complementarios. El turismo es un sector que no deja de crecer y el beneficio se observa tanto en Airbnb como en las ganancias de los hoteles. Siempre se dice que los inventos compiten con los productos ya existentes, como pasó con la aparición de la televisión y el miedo que absorbiera la radio, pero al final coexisten. La fórmula de Airbnb no es nueva, lo que ha ocurrido es que las plataformas digitales han permitido que se expanda y que haya un punto de encuentro entre la oferta y la demanda. Ahora esto ha escalado, es muy visible y es percibido como una amenaza. Ahora es necesaria una regulación adaptada a los particulares, ya que el ingreso de un particular, que puede ser de entre 100 o 300 euros extras, no es equivalente a los ingresos de un hotel. Por lo que hace falta un marco de regulación adecuado. Airbnb no quiere estar en la ilegalidad, sino que reclama una regulación adaptada al nuevo modelo, que necesita comprenderse.

Seúl quiere ser una ciudad colaborativa de referencia. En Ecuador, se está impulsando con el beneplácito del gobierno el proyecto de Flok Society, con el objetivo de impulsar una sociedad basada en el bien común.

- ¿Es posible aplicar la economía colaborativa a gran escala?

Considero que todavía hay mucho por hacer y los gobiernos deben comprender la voluntad de empoderamiento de las personas y los beneficios para el medio ambiente y la economía que ofrecen estas iniciativas. Hemos sobrepasado el umbral de lo que es razonable y sostenible. Ahora estamos sacando eficiencia de todo lo que ya tenemos. No hace falta comprar por comprar ni tampoco producir y construir como se ha hecho hasta ahora, en un exceso que ha hecho explotar la burbuja. Los Estados deben comprender también el beneficio social y humano que conlleva la economía colaborativa, que permite crear comunidad y rompe un

poco el orden establecido, las empresas colaborativas nos dan la oportunidad de reinventarnos. Los Millennials se han dado cuenta de su potencial, y está afianzando una convicción de que las jerarquías ya no funcionan como antes. La generación Millennial también trae consigo un mayor equilibrio entre la vida laboral y la vida personal, con más actividades y valores asociados con el éxito, que ya no son puramente monetarios.

1.3 Entrevista a David de Ugarte

- ¿Qué oportunidades brinda la producción Peer to Peer (P2P)?

Muchas. La pequeña industria forma parte de grandes cadenas de producción, en las que estas empresas pequeñas ofrecen piezas a las grandes, como ocurre por ejemplo con los proveedores de Seat. Las grandes empresas dan por hecho que sus proveedores van a ir incorporando nuevas tecnologías que les permitan hacer otras piezas y cuando no pueden, no pueden subsistir. Por esto están cayendo empresas como moscas en el sector de la automoción. Si cerrara la Seat, saldría en el telediario, pero como caen talleres de entre 20 y 50 trabajadores, no es noticia. Últimamente, han surgido muchos talleres donde se están produciendo coches con diseños libres, sin patentes. Esta forma de producción puede ayudar a reindustrializar un sector que se está destruyendo. El principal capital para esto es el capital intelectual. Cuando dejas de trabajar 4 años pierdes muchas habilidades; llevamos 6 años de crisis. Cuando una generación solo tiene expectativas de trabajar 3 meses, se trunca su forma de construir su carrera y su vida. He entrevistado a mucha gente que ronda los 30 años y que sólo ha tenido contratos de meses. No puedes llegar a los 30 años viviendo así, porque vas a sacar la conclusión de que todo tiene que ser a corto plazo.

La producción entre pares nos empodera y nos permite crear nuestro propio negocio.

Pero antes de crear tu negocio, que muchas veces es un salto al vacío y si la gente lo hace por desesperación, normalmente sale mal, hay un período anterior, que tiene que ver con la identidad de uno mismo, con la certeza de ser capaces de hacer algo. Antes ganabas esta confianza haciendo un trabajo durante años, pero esto se ha ido perdiendo porque hay una carencia de empleo, más del 50% de los jóvenes en España están en situación de desempleo. El movimiento de las Fab Labs, del software libre o de la Open Source Ecology te proporcionan una experiencia mucho más transformadora, empoderadora y formativa que la universidad, porque trabajas con otros y aprendes a un nivel a punta de lanza tecnológica, y además tienes

la oportunidad de liderar tus decisiones. Esto en el mercado es difícil de encontrar, porque las estructuras son verticales. La experiencia de producción entre pares crea riqueza social y este tipo de trabajos están permitiendo a la gente joven desarrollar su potencial y su ánimo. El mercado del trabajo ya no existirá en un futuro tal y como lo entendemos, y la creación entre pares no sólo genera una gran riqueza social, sino que es el único lugar donde las nuevas generaciones están desarrollando su potencial

Y además permite a las personas actuar, incidir directamente en las necesidades de su comunidad.

A lo largo de los últimos 20 años se ha ido destruyendo en Europa de manera consciente y moralizante la existencia de espacios comunes, los lugares de debate social, donde se hacía ciudadanía. La ciudadanía no son los diputados en el Parlamento, así como el mercado no son los valores en la Bolsa. En el Foro Romano de Tarragona, que era el más grande de la península, tenía lugar la vida pública, el mercado, los filósofos. Se ha separado el mercado de la vida social. En medio de cada pueblo hay una plaza porque este era el espacio para la democracia en la época medieval. En España hay una gran tradición de plazas, que empieza con la revolución de los comuneros. El discurso de los últimos 20 años ha destruido los espacios de comunicación social, y el mercado se ha separado de la vida pública para pasar a estar dominado por ejecutivos con corbata que manejan desorbitadas cantidades de dinero. Ahora, estamos recuperando la cooperación entre comunes.

Ecuador es el primer país del mundo que está trabajando en una transición hacia una economía basada en el bien común, con el proyecto Flok Society, respaldado por el gobierno de Rafael Correa.

El modelo del procomún se ha vuelto atractivo para países de América Latina como Ecuador, donde el Estado no tiene capacidad para generar un Estado del Bienestar por su falta de capacidad financiera. Creo que va a haber una convergencia entre modelos como la Flok Society, que surgen en un Estado que no tiene capacidad para expandirse y generar cohesión social, y entonces busca la alianza de las comunidades y con la tecnología crear una sociedad más cohesiva, y aquello que creo que tenemos que hacer en Europa, donde el Estado está abandonando cada vez más partes del tejido social, que consiste en reempoderar a las comunidades porque ya no vamos a recuperar la figura que teníamos del Estado. Las administraciones en Europa son demasiado grandes, y por tanto menos controlables por los ciudadanos y más manipulables por las grandes corporaciones. Tenemos que ir hacia un

modelo político basado en unidades más pequeñas, que sean más controlables por la gente, sin perder el alcance de la Unión Europea y estar todos conectados con todos, y que permitirían mecanismos de democracia directa.

- **¿Consideras que hay una conexión entre la economía colaborativa y los movimientos sociales que han surgido los últimos años?**

Creo que el interés que levanta la economía colaborativa responde a la búsqueda de modelos alternativos de empresa y de mercado y considero que muchos estamos hartos del capitalismo. Pero hay que matizar que el mundo de la economía colaborativa existente tiene dos almas: hay un alma que tiene mucho que ver con el P2P, el comunal y el software libre, que no son ni siquiera la mayoría. Pero luego hay otra parte, que es el mundo de las startups y la burbuja de toda la vida. Sal afuera (en el OuiShare Fest) y pregunta cuántas empresas han liberado su software. Pregunta cuántas se organizan horizontalmente y democráticamente internamente. Pregunta cuántas tienen una política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Pregunta por sus estadísticas de género en su organización interna. Las empresas que vienen del mundo de las startup son empresas tradicionales vestidas de cordero.

Airbnb capitanea el movimiento y es una empresa puramente capitalista, aunque empodere a las personas. ¿Deberíamos distinguir entre empresas comerciales y empresas sin ánimo de lucro?

No me parece mal que las empresas ganen dinero, pero hay que preguntarse dos cosas: ¿era necesario que hiciesen de mediadoras? Porque lo de los pisos vacacionales ya se estaba haciendo antes, muchas familias complementaban sus ingresos con esto. La segunda cuestión es que si Airbnb gana 300 o 500 millones, ¿donde lo siente mi comunidad? No creo que las empresas deban ser sin ánimo de lucro. Pero si por ejemplo Airbnb fuera una cooperativa, con la ley española, aproximadamente el 30% de esos ingresos tendrían que destinarse a acción social. Si Airbnb resulta que ha salido en bolsa y el capital está dividido entre pensionistas que tienen cada uno dos acciones, bendito sea Airbnb, porque cuanto más dinero produzca, más cohesión social estará generando. Pero si Airbnb pertenece a un fondo de inversión que se dedique a especular, habrá un problema. La propiedad es algo muy importante, y lo digo como cooperativista. La economía colaborativa es la nueva burbuja. La mitad de las empresas de economía colaborativa, que reciben millones de inversión, son intermediarios, cuando esto consistía en desintermediar.

Un cooperativista me comentó que en este modelo faltan cooperativas.

El modelo cooperativo es la clave. No es que todo lo que no sea cooperativo no sea bueno. Está habiendo experimentos interesantes, como las Stakeholders, que son los intereses sociales alrededor de los consejos de las empresas. Al final lo más importante en una empresa es la propiedad, y para qué trabaja. El problema de las cooperativas es que se han quedado un poco obsoletas. Por ejemplo, a algunas de grandes dimensiones como Mondragón, por su propia estructura, les está pasando lo mismo que a las grandes empresas, y han perdido muchísima implicación y control democrático interno. La sharing economy necesita el contrapunto del cooperativismo, porque sino va a acabar devorada por la burbuja de los fondos de inversión.

1.4 Entrevista a Yassine el Moufti

- La economía colaborativa promueve valores como la confianza en desconocidos, la reutilización de capacidades, productos y servicios, la cooperación, la comunidad, el altruismo o la solidaridad. ¿Tu crees que puede ser una forma de reeducar en valores a la sociedad de forma horizontal?

La economía y el consumo colaborativo se opone al individualismo y al consumismo como lo conocemos hoy en día, crear una economía en conjunto es crear lienzos fuertes entre las personas para un fin concreto, estableciendo confianza, seguridad y solidez en el grupo, mientras basarse en enriquecerse a si mismo y crear una cierta seguridad basada sobre una cantidad de dinero mas grande, y no sobre la gente con quien puedes contar pase lo que pase, pues es preferir basar su seguridad en un material que tiene el menor valor intrínseco, que es el dinero, deshumanizando, materializando y dejando de lado de una cierta forma las personas, el mayor valor intrínseco.

La economía colaborativa valora las capacidades de cada miembro del grupo de forma que cada uno se siente útil para los demás. Hacer y crear juntos impulsa a la cooperación, al sentido de la comunidad y la solidaridad.

- Tienes mucha experiencia acogiendo a gente haciendo Couchsurfing. ¿Por qué decidiste hacerlo?

Mi forma de viajar sin moverme de casa. La decisión de empezar a acoger a desconocidos no fue muy difícil. Yo viniendo de un país con una cierta dictadura intelectual y un pasaporte que no vale sin visado... Acabé en una casa de estudiantes Erasmus donde he pasado cuatro años de mi vida, y gracias a las charlas que tuve alrededor de un tajín, una paella o una boloñesa, o con un Martini, una sangría o un té paquistaní, la mezcla de los sabores y el encuentro de innumerables mentes e ideas creó una verdad inconscientemente obvia: Lo evidente vale mas que la creencia, salir de mi burbuja para empezar, y descubrir la gente del mundo, una nueva vocación.

- ¿Cómo te ha cambiado como persona?

Descubrí Couchsurfing el cuarto año en esta casa, me encantó establecer confianza con la gente tan rápido y hasta vivir momentos intensos en poco tiempo. decir que Couchsurfing me ha mejorado como persona es quedarse corto. Tener gente de todo el mundo en mi sofá me ha educado, me abrió los ojos a las bellas diferencias que podemos tener, aceptarlas y aprender de ellas. Todo con el simple gesto de abrir mis puertas a la gente que está de paso.

1.5 Entrevista a Carlos Hervás¹⁰⁰

- ¿Crees que la plataforma que habéis fundado podría suponer no solo un medio para financiar los proyectos de artistas y emprendedores que no disponen de suficientes recursos, si no también una forma de promocionar a artistas noveles?

Abundan los proyectos de artistas y emprendedores, por ejemplo se hacen muchísimos cortometrajes. Algunos consiguen llevarse premios, pero participar en un concurso es complicado, ya que muchas veces hay un exceso de obras y el jurado tiene que hacer una criba. Entonces, yo creo que si mediante *crowdfunding* se consigue que un proyecto salga adelante, ya es una garantía de que gusta. Por tanto, yo creo que perfectamente puede ser una plataforma que ayude a despegar a los proyectos y a las carreras particulares de los propios autores.

- Teniendo en cuenta que en estas plataformas se cuelgan proyectos que son financiados

100 Entrevista realizada fuera del contexto de este trabajo, en 2012, pero aprovechada solo en el marco teórico.

por particulares, o que cada vez más pequeños grupos forman sus propias empresas ¿si en un futuro hubiera un auge de este tipo de negocios, crees que esto podría repercutir económicamente o suponer una competencia sólida para las grandes empresas discográficas, cinematográficas y demás?

Totalmente. Yo apuesto al cien por cien que ésta va a ser una alternativa que se va a comer muchísimo pastel, que ahora mismo ostentan las grandes empresas. Es cuestión de tiempo; ya se habla de ello en decenas de blogs y publicaciones. Se habla de los nuevos modelos de mercado como lo es el *crowdfunding*, y de las distintas aplicaciones del mismo. Internet abre las puertas a una nueva economía y finalmente, yo, que considero que el mercado es una cosa viva y equilibrada, tendría que equilibrarse hacia la mayoría, que son los usuarios de internet. Además, para acceder a los productos culturales hay muchos intermediarios, que incrementan el precio que al final tiene que pagar el consumidor; cuando tu ofreces tu producto directamente al consumidor, te estás saltando una cola de intermediarios, y eso le permite disfrutar del mismo producto por un precio mucho más bajo.

- En Latinoamérica el primer proyecto de largometraje en utilizar este sistema de financiamiento fue *El paraíso de los idiotas*, que se estrenó simultáneamente en internet y salas de cine, siendo en internet una experiencia interactiva para los usuarios. ¿Crees que esta plataforma podría suponer un avance hacia un plano en el que no fuéramos simples consumidores, sino que interactuáramos con los productos culturales y dejara de ser una relación unidireccional?

Efectivamente, la relación bidireccional ya ha comenzado. El trato directo del productor con el cliente, y también la forma en que el usuario se involucra con el autor del proyecto, es una forma mucho más cercana y gratificante. Por ejemplo, una película llamada INK se estrenó en cines y no tuvo mucho éxito ni repercusión alguna, y las ganancias permitieron que estuviera en cartelera poco tiempo. Pero entonces alguien la colgó en internet y la gente empezó a descargarla, y se convirtió en una de las mayores descargas del sitio web *Bigtorrent*. Gracias a internet esa película se ha convertido en un éxito y ha llegado a mucha gente. Por otro lado, si solo se hubiera estrenado en cines, quizás un autor de un periódico podría haber preferido hacer la crítica de otra, y esa habría pasado desapercibida. Con esto quiero decir que claramente me quedo con la opción de internet.

2. Estudio de impacto de Airbnb

A continuación, se ofrecen las imágenes de la información usada por la autora del último estudio de impacto de Airbnb. No se incluye la totalidad del estudio porque es demasiado extenso (tiene un total de 30 páginas), pero se facilitan los datos usados en esta investigación.

...y Airbnb generó

128 000 000 €

en impacto económico

4310

puestos de trabajo en Barcelona

En palabras de los anfitriones:

«Destino lo que gano a pagar la hipoteca. Sin Airbnb, ya me habrían desahuciado.»

«Invierto el dinero en ampliar mi formación profesional.»



«Utilizo el dinero que gano con Airbnb para pagar la comida y las facturas de la electricidad y el agua del apartamento que comparto con mi pareja y mi hijo.»

«Airbnb me proporciona la seguridad y la confianza que necesito para emprender negocios nuevos.»

1. Respaldo a las familias

Las ganancias obtenidas a través de Airbnb permiten a los anfitriones asumir sus gastos básicos y llegar a fin de mes.

EL 53 %
DE LOS
ANFITRIONES
AFIRMAN
QUE AIRBNB
LES AYUDÓ A
MANTENER
SUS HOGARES.

2. Aumento y diversificación del turismo de calidad

Airbnb se centra en un nuevo tipo de viajeros que buscan experiencias auténticas para sumergirse en otras culturas.

EL 96 %
DE LOS
HUÉSPEDES
DE AIRBNB
QUIERE VIVIR
COMO SI
FUERAN
HABITANTES
DE LA CIUDAD.

3. Dinamización de los barrios

La gran mayoría de los alojamientos de Airbnb se sitúan fuera de los barrios donde se encuentran los principales hoteles.

EL 80 %
DE LOS
HUÉSPEDES DE
AIRBNB QUIEREN
EXPLORAR UN
BARRIO EN
CONCRETO.

Fuente: Encuesta realizada entre 566 anfitriones de Barcelona que hospedaron a otras personas entre agosto de 2012 y julio de 2013. Encuesta realizada entre 852 huéspedes de Airbnb que visitaron Barcelona entre agosto de 2012 y julio de 2013. Datos de las propiedades de Airbnb a julio de 2013.