



ECONOMÍA COLABORATIVA EN AMÉRICA LATINA



1

INTRODUCCIÓN de
Brigit Helms. Gerente General del
"Fondo Multilateral de Inversiones,
miembro del Grupo Banco
Interamericano de
Desarrollo"

2

RICARDO PÉREZ GARRIDO
CIO/CEO Coach de Innovación,
Profesor de Innovación Digital
y Sistemas de Información
y Director del Programa
Master en Gestión
y Negocio Digital
en IE Business
School

4

ANÁLISIS CUALITATIVO

César Buenadicha Sánchez
Especialista Líder del FOMIN

Jose Luis Ruiz de Munain
Consultor FOMIN

María Sobrino Ruiz Subdirectora de Estudios e informes de la CNMC

Director del Departamento de Promoción de la Competencia

Federico Gutiérrez Alcalde de Medellín

Kike Sarasola Presidente y fundador Room Mate Hotels y BeMate.com

Fabio Bertranou

Director de la Oficina de la OIT para el Cono Sur de América Latina

Bernardo Hernández Bataller Consejero del CESE

Rodrigo Sánchez Mortenson Director Ejecutivo Impacta Consultores Asociados

Felipe Parragué Guzmán CEO tutanda.com & tuvakita.com

Juan Carlos Arroyo Ex-director de Innovación y Emprendimiento
de BBVA en México y actual responsable de la unidad de
Captación, Inversiones y Proyecto Nómina de la institución
española en tierra mexicana

Miguel Ferrer. Director en Kreab, asesor de
Sharing España

Albert Cañigueral Bagó
Connector OuiShare España y América Latina

Jimena Pardo
Transeunte y usuaria del Metro,
Metrobus, Ecobici, Econduce,
Carrot, Uber, Cabi fy,
Yaxi y BlaBlaCar

3

ECONOMÍA COLABORATIVA EN AMÉRICA LATINA

RADIOGRAFÍA
DE LA SITUACIÓN

EDITOR IE BUSINESS SCHOOL-
Departamento de Comunicación
DIRECCIÓN EDITORIAL Igor Galo.
Director Comunicación IE BUSINESS SCHOOL
para América Latina
C/ de María de Molina, 11.
28006 Madrid.
Tel. 915 68 96 00. www.ie.edu

La Economía Colaborativa y su capacidad para transformar el desarrollo en América Latina

La Economía Colaborativa (EC) no solo ofrece un nuevo y prometedor marco de aprendizaje para América Latina y el Caribe, sino también un espacio para que la región pueda formar parte de la Cuarta Revolución Industrial, como se discutió en el Foro Económico Mundial, en Davos, Suiza, a principio de este año. Este nuevo paradigma ofrece importantes oportunidades para favorecer la inclusión social, promover el espíritu emprendedor y desencadenar una ola de innovación que pueda contribuir a resolver algunos de los grandes problemas sociales, económicos y ambientales de los habitantes de la región.

Durante sus más de 20 años de existencia, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo, ha promovido la innovación y el desarrollo del sector privado a través de más de 1.500 proyectos ejecutados en América Latina y el Caribe. En este marco de trabajo en innovación y emprendimiento, el FOMIN ha identificado las plataformas digitales de la EC como prometedores modelos, efectivos y escalables, para empoderar a la sociedad y generar un desarrollo más inclusivo en la región. En este contexto, los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas juegan un rol fundamental en la creación de valor compartido, como protagonistas, pero también como fuentes de información, liderando las nuevas tendencias de desarrollo colectivo a través de plataformas digitales, que abarcan ámbitos distintos desde las finanzas, la educación, el medioambiente, la alimentación, la salud o el turismo, entre otros.

Como se muestra en los diversos ejemplos detallados en los artículos del presente estudio, la EC tiene el potencial de generar numerosos beneficios en la región, reduciendo la huella ambiental, promoviendo el acceso a nuevos servicios y productos y facilitando una distribución más equitativa de la riqueza. Igualmente, la EC fomenta valores



Brigit Helms
Gerente General del FOMIN

sociales positivos de intercambio y colaboración a través de la innovación y la tecnología. Con una regulación adecuada y una supervisión adaptada a los nuevos modelos de las plataformas digitales, la EC puede suponer un complemento y un estímulo para sectores de la economía tradicional, estimulando la competencia, ampliando la oferta y promoviendo alternativas innovadoras para el consumidor. Además, tiene la capacidad de disminuir las externalidades negativas subyacentes de la economía tradicional, como en el caso del transporte (contaminación medioambiental) o los bienes infrautilizados (consumo no eficiente).

Por todo ello, desde el FOMIN nos sentimos profundamente orgullosos de liderar la vanguardia de este nuevo sector en América Latina y el Caribe, esperando que del presente estudio surjan nuevas y numerosas oportunidades que redunden en el progreso económico y social de la región, mejorando las vidas de sus ciudadanos.

Finalmente, quiero agradecer al Instituto de Empresa de Madrid por liderar la creación del estudio que fue realizado gracias al apoyo de los fondos del Programa de Apoyo a la Innovación II del Fondo General de Cooperación de España.

RICARDO PÉREZ GARRIDO

CIO/CEO Coach de Innovación, Profesor de Innovación Digital y Sistemas de Información y Director del Programa Master en Gestión y Negocio Digital en IE Business School



Caracterizando la Economía Colaborativa: la visión de los fundadores

La Economía Colaborativa presenta enormes oportunidades para las economías en desarrollo, desde el punto de vista de optimización de recursos, generación de empleo, y generalización y maduración del uso de tecnologías más ligadas al contexto socioeconómico real que a una globalización forzada. En este estudio hemos capturado la visión de los fundadores de estas iniciativas en América Latina, su actualidad y su futuro.

La Economía Colaborativa, de la que podrán encontrar definiciones y ejemplos varios en los artículos invitados al estudio, tiene fuertes bases tecnológicas (vive en internet y el móvil), pero también sociales y comunitarias: la importancia del impacto económico y social en la comunidad están en el centro de muchas iniciativas. Su análisis en profundidad presenta enormes complejidades: los primeros ejemplos de grandes empresas colaborativas se han convertido en enormes plataformas tecnológicas, gigantes empresariales que estructuran la economía del alquiler, y que lo hacen gracias a que resuelven problemas latentes en mercados altamente regulados. Sus implicaciones van más allá de la creación de nuevas oportunidades y beneficios a consumidores y fundadores.

Su actividad impacta de manera clara a industrias ya existentes y que no pueden actuar en condiciones similares por la regulación, los activos específicos que poseen o simplemente la falta de flexibilidad. Afectan al regulador también, al que se demanda por un lado flexibilidad y por otro mano dura ante nuevas realidades no contempladas en leyes y reglamentos creados en medio de contextos tecnológicos y sociales completamente distintos. Afectan al cliente o posible usuario, que ve cómo la oferta aumenta, seguramente a un mejor precio. Y afecta a los participantes en estas iniciativas generando ingresos adicionales donde no los había, por bienes, servicios, conocimiento, que antes era difícil movilizar más allá de una economía informal y de proximidad. Su potencial para generar empleo y riqueza movilizando recursos infrautilizados, y su componente social y de comunidad, incluso su visión de con-

“**El optimismo hacia el crecimiento futuro en el mercado es grande. Las fórmulas ya se han testado en otros ámbitos, y si se consiguen romper las barreras de desconfianza y desconocimiento, el futuro es brillante”.**

sumo más honesto y controlado de recursos, le hace encajar en una sociedad que cada vez se preocupa por estos temas.

Como verán por los resultados de nuestro estudio, la Economía Colaborativa está todavía en su infancia en América Latina. El mercado más desarrollado es Brasil, con un contexto de lengua y tamaño de mercado muy específico que lo hace interesante incluso para iniciativas locales; empresas muy jóvenes, que operan fundamentalmente en ámbitos bien conocidos internacionalmente como alquiler de espacio vacacional o de trabajo, alquiler de medios de transporte o servicios para pequeñas empresas. Estas empresas siguen los pasos de esos grandes que todos ustedes tienen en mente, y abren el camino para que el tipo de economía que representan se entienda mejor y se extienda más rápidamente por la región.

Revisen ustedes la descripción que hacemos de lo que nos han contado, pero céntrense en la visión de futuro que comparten con nosotros. Su mayor preocupación a la hora de hacer crecer estas iniciativas es la falta de confianza y desconocimiento por parte de los posibles usuarios o clientes de sus servicios de los nuevos modelos de negocio, de lo que representa la Economía Colaborativa y cómo se estructura. Los ejemplos internacionales ayudan, pero se parecen demasiado a las empresas tradicionales, son los exponentes de una economía del alquiler; que si bien está movilizando recursos infrautilizados y produciendo beneficios a agentes económicos —no profesionales— nuevos, lo cierto es que está tan cargada de polémicas que no ayuda a que se vea este ámbito como algo totalmente claro y transparente.

Como verán en los resultados, el optimismo hacia el crecimiento futuro en el mercado es grande. Las fórmulas ya se han testado en otros ámbitos, y si se consiguen romper las barreras de desconfianza y desconocimiento, el futuro es brillante. Aunque seguramente esto se pueda hacer solamente con el propio peso de los modelos – funcionan y ayudan a muchos– seguramente el camino será más corto si las instituciones se ponen a trabajar. No olvidemos que, además de poner en el circuito económico bienes y servicios infrautilizados, se genera empleo en áreas alternativas y no explotadas de la economía, que pueden ser un buen lugar para aprender, entre otras cosas, cómo funcionan las reglas de los negocios, la reputación, las transacciones online. Su potencial de aprendizaje para otros ámbitos de la economía es enorme. Veamos qué pueden hacer las instituciones

Las instituciones tienen un papel crucial en este momento de desarrollo de la Economía Colaborativa. Su posible impacto en la creación de redes de pequeñas empresas, en la colaboración y mejora de condiciones económicas de pequeñas comunidades, en el desarrollo de capacidades relacionadas con internet y tecnologías móviles, convierten a este tipo de iniciativas en una herramienta de transformación social. Uno de los puntos clave es sin duda la regulación –flexibilización– de mercados como el transporte o el alquiler vacacional para igualar las reglas de competencia, seguramente subiendo algunas barreras para los nuevos y bajando otras para el negocio tradicional. Sin embargo, su impacto a nivel local será limitado: por las características de la tecnología y los sistemas de reputación basados en plataformas, los mercados tienden a concentrarse en pocos jugadores. La ventaja de compañías como Uber o Airbnb en este ámbito hacen difícil que iniciativas locales tengan mucha tracción. En cambio en otros ámbitos donde lo local, el contexto, sea más relevante, en servicios, formación, fabricación o medio ambiente/agricultura sí tienen opciones de crecimiento, y apenas requieren regulación nueva.

Estas iniciativas necesitan otro tipo de apoyo: necesitan la confianza de los consumidores. No solo de los más avanzados o preocupados por lo social: estos ya son clientes o impulsores. Hace falta que los demás den una oportunidad a esta otra opción, que entiendan que el modelo es distinto; que se basa en la colaboración o en la producción local, o en especialistas que lo son por lo que hacen en su vida privada. Para ello resultan clave las historias locales de éxito: crear estrategias de apoyo basadas en difundir cómo funciona el sistema, más que en explicar la tecnología, en cómo apoya a la economía y conocimiento local y en construir la confianza a partir de este contexto local y de colaboración. No se trata de volver a contar lo bien



La Economía Colaborativa está todavía en su infancia en América Latina. El mercado más desarrollado es Brasil, con un contexto de lengua y tamaño de mercado muy específico que lo hace interesante incluso para iniciativas locales”.

que lo hacen los casos que leemos en la prensa, sino de impulsar historias con sentido local, apoyar sus comienzos, fomentar agrupaciones.

Los grandes olvidados siempre en este tipo de análisis son las empresas más tradicionales, representantes de los sectores que se ven afectados por la economía y el consumo colaborativos. Más allá de la amenaza, el mundo empresarial puede aprender y colaborar con este ámbito:

- Puede aprender ayudando a sus clientes a compartir, facilitando la reventa de sus productos, alargando su vida útil, demostrando que tienen calidad, y haciendo un servicio a sus clientes y a la sociedad. Empresas como Decathlon o Patagonia ya lo hacen.

- Pueden aprender también utilizando los modelos de negocio propios de la economía del compartir: cada vez más ámbitos, desde los coches a las herramientas para empresas de construcción pueden ser obtenidas en modo alquiler, de los propios fabricantes. Esto les da oportunidad de generar además modelos de servicio totalmente distintos.

- Pueden colaborar ayudando a las redes de colaboración que surgen en su sector, que no necesariamente compiten de forma directa con ellos: iniciativas de formación en la base de la pirámide o intercambio de ropa apoyadas por empresas del sector son algunos ejemplos de lo que ya está sucediendo. Les puede permitir entender mejor lo que ese tipo de cliente busca, apoyar al desarrollo local y fortalecer sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa, y tener un papel más relevante en la comunidad.

- Pueden colaborar y encontrar ingresos alternativos pensando en canalizar sus recursos infrautilizados (desde espacio a conocimiento) en los circuitos que los nuevos modelos crean.

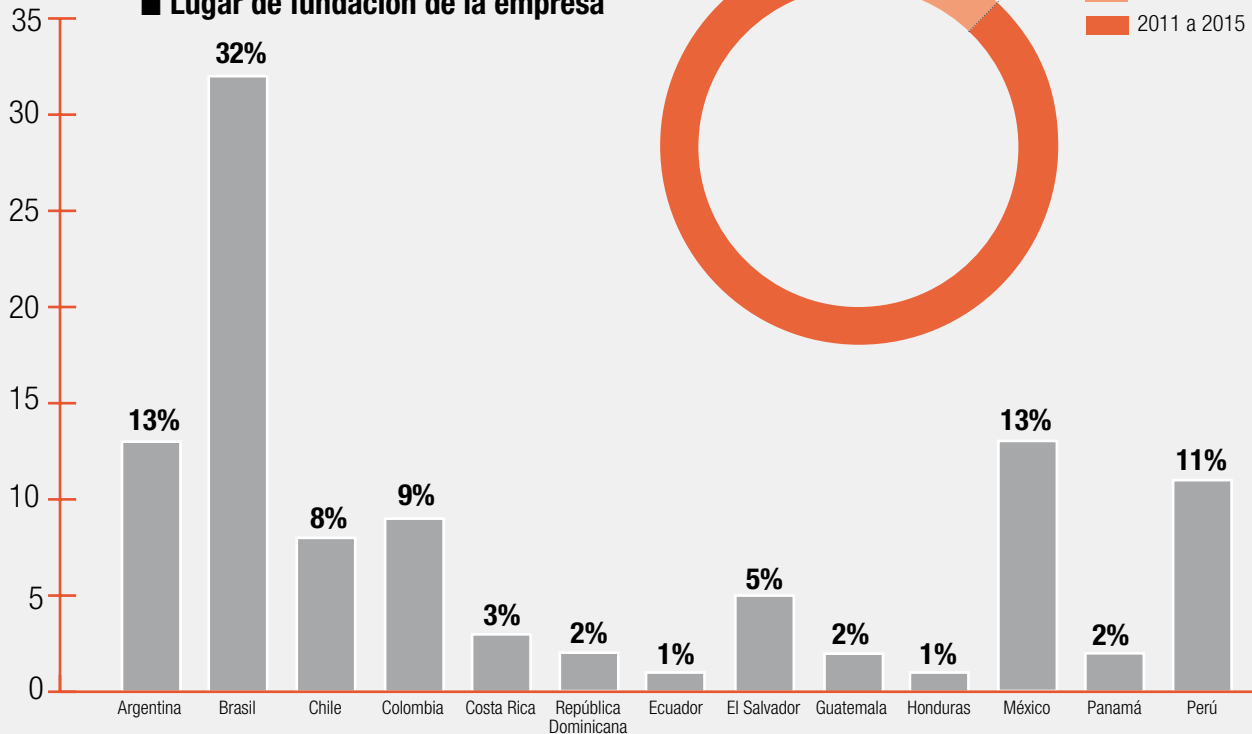
A pesar de que la amenaza y el cambio son reales, los aspectos positivos que pueden traer a la sociedad iniciativas que retengan el espíritu de la Economía Colaborativa son tan importantes que merecen la atención decidida de todos los ámbitos de poder. Las instituciones deben actuar ya, si no a nivel regulatorio, que seguramente requiere reflexión y tiempo, sí potenciando aquellas actividades que sean susceptibles de generar un impacto real en sus comunidades. Les invito a que revisen lo que los impulsores de las iniciativas dicen que han sido sus motivos fundamentales para ponerlas en marcha: lo social, la comunidad, están en el centro de lo que hacen. Para tener ejemplos locales, es necesario fortalecer y desarrollar un ecosistema de tecnología, de conocimiento, de confianza. No hacerlo sería dejar pasar una oportunidad clave para participar en el desarrollo de una sociedad y economías más justas y conscientes, más ligadas a lo local y a las personas, y menos a un sistema con un rostro poco reconocible.

3.1 ¿Cómo se distribuyen geográficamente las iniciativas? ¿Qué antigüedad tienen?

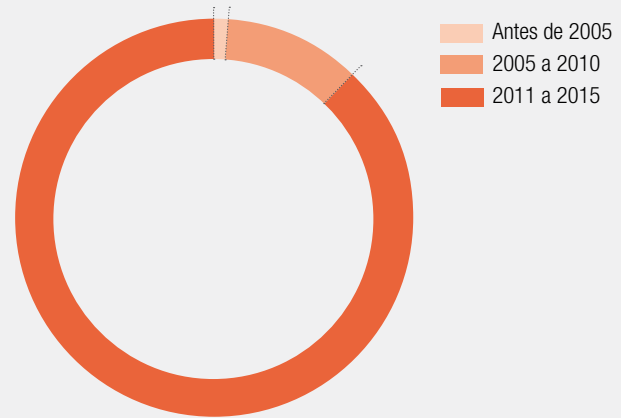
Brasil, Mexico, Argentina y Perú lideran en cuanto a número de iniciativas de Economía Colaborativa, concentrando el 69% del número total de respuestas. Se trata de un ecosistema muy joven, la gran mayoría de las iniciativas han sido creadas en los últimos 5 años. La rapidez en la adopción de tecnologías durante estos últimos años y la popularización de las plataformas para estructurar relaciones tradicionales de intercambio suponen una importante plataforma de lanzamiento para estas iniciativas, generándose múltiples alternativas a medida que van surgiendo ejemplos reales y vialidades de este tipo de iniciativas.



■ Lugar de fundación de la empresa



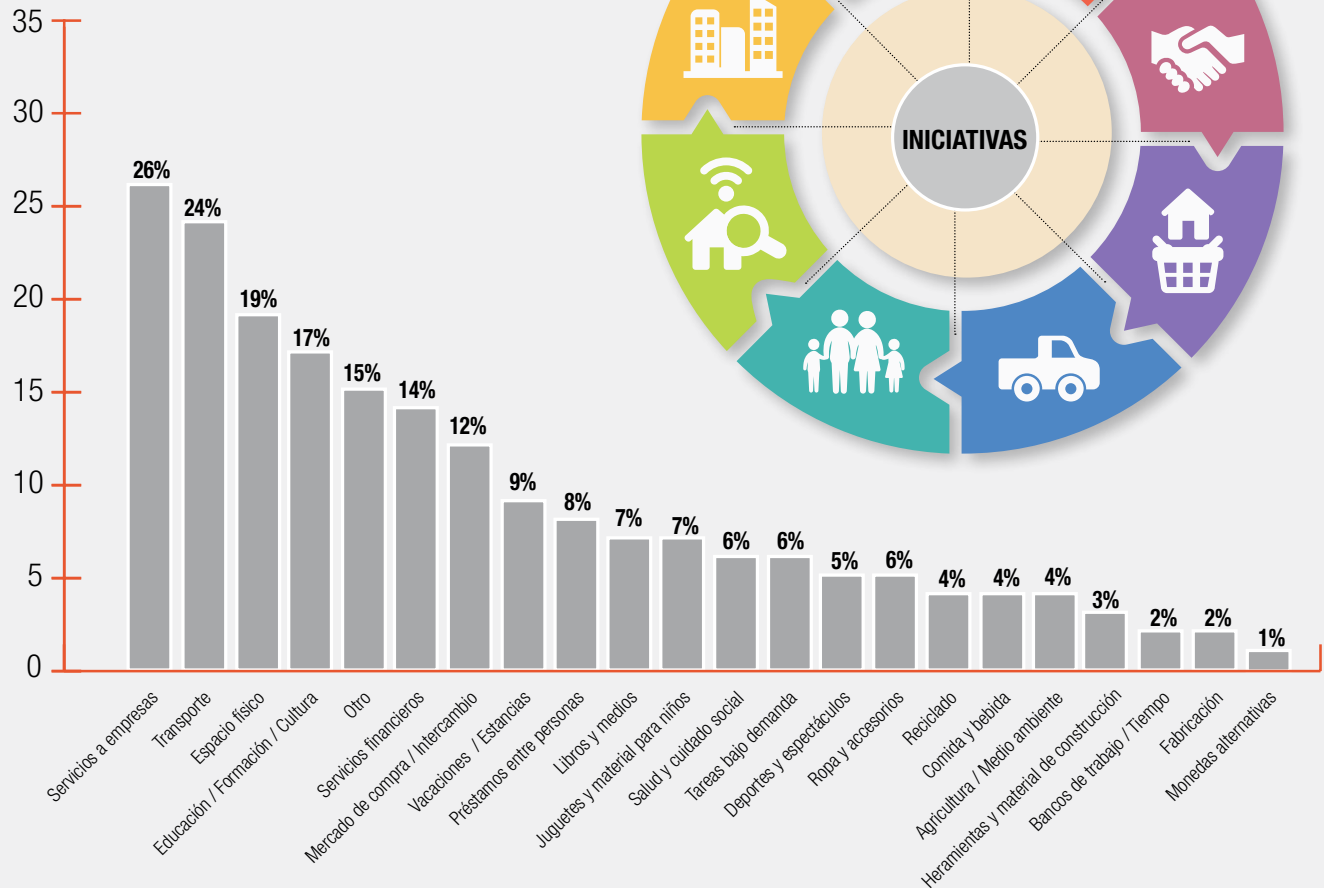
■ Año de la fundación de la iniciativa



3.2 Los sectores en los que operan las iniciativas

Los tipos de sectores predominantes en las actividades de las iniciativas actuales sugieren una realidad donde los principales compradores son empresas que buscan acceso a servicios y espacio por un lado, y particulares buscando eficiencia en transporte y alojamiento. Estas plataformas de intermediación son las más sencillas de organizar, por su naturaleza ya conocida, con servicios sustitutivos claramente organizados. Otras formas más complejas de Economía Colaborativa como formación o intercambio, bancos de trabajo y monedas alternativas están mucho menos representados. Requieren una madurez en los posibles usuarios que no parece existir todavía en estos países.

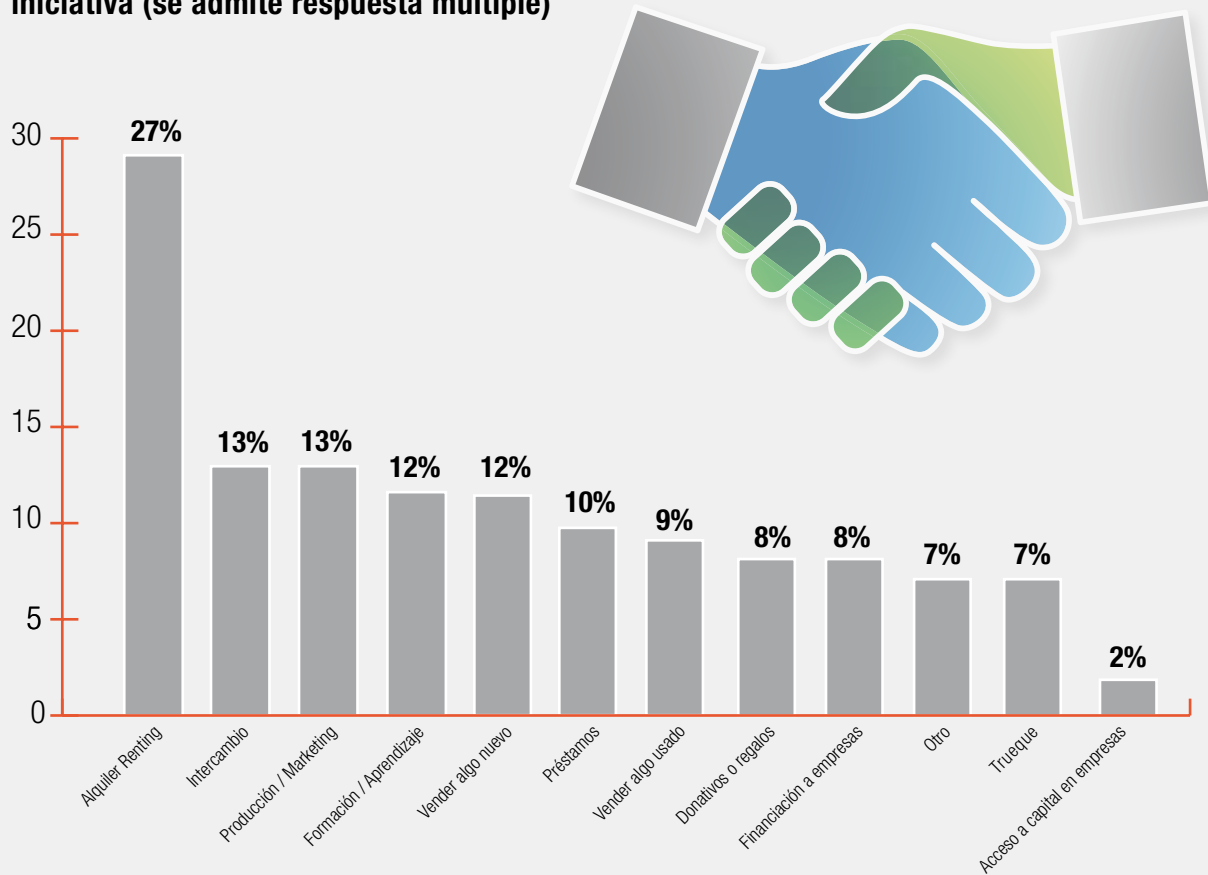
■ Sectores en los que operan las iniciativas (admite respuesta múltiple)



3.3 Las actividades que se facilitan

La primera y más efectiva manifestación de la Economía Colaborativa es la economía del alquiler: acceder en alquiler a bienes antes atados a propiedad o proporcionados por una industria más tradicional. Nuestro análisis refleja esta realidad. Mercados de ideas (formación, marketing para empresas) e intercambio de bienes o venta directa de los mismos en formatos alternativos forman el grueso de las iniciativas no directamente vinculadas a la economía del alquiler.

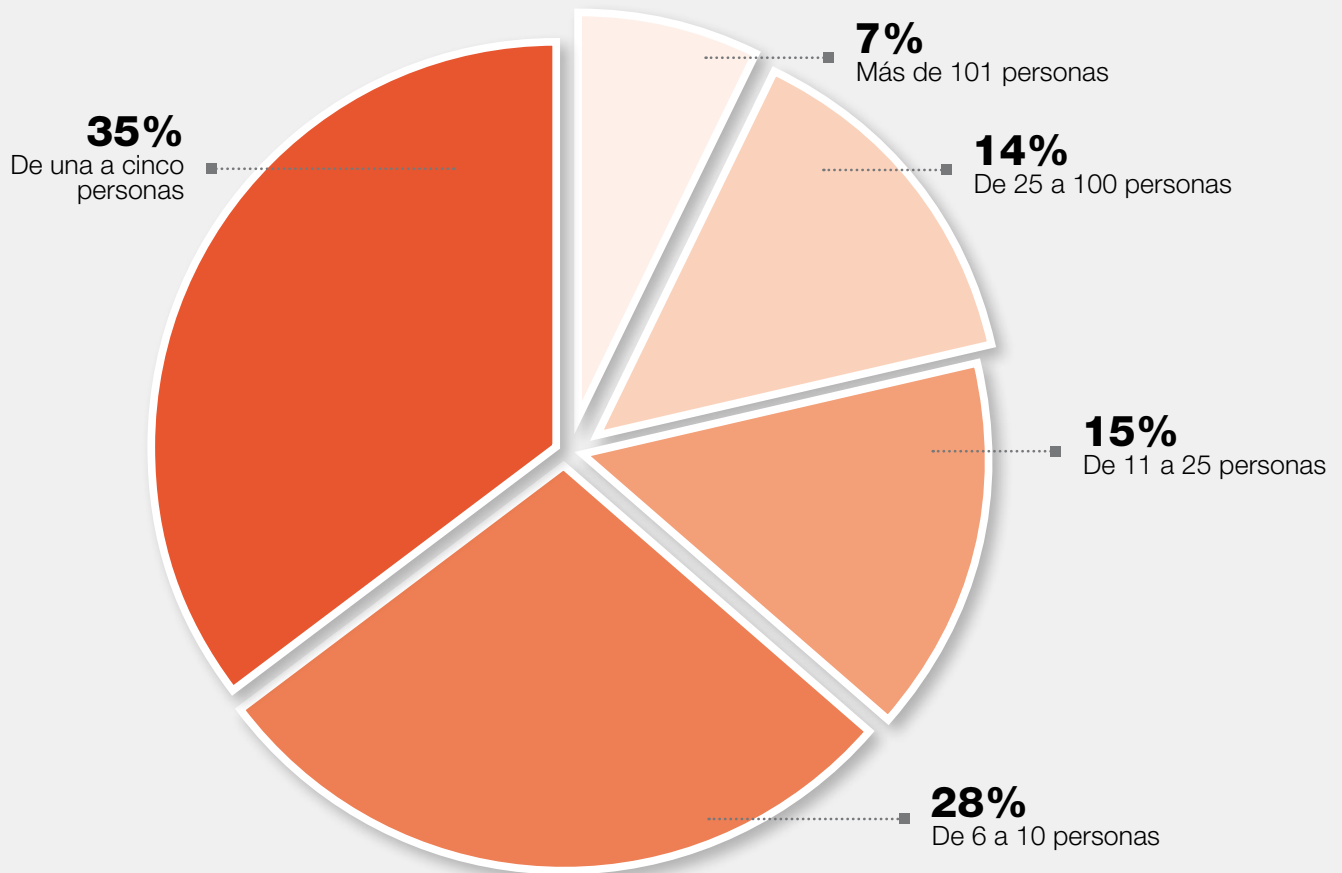
■ Tipo de actividad que facilita la iniciativa (se admite respuesta múltiple)



3.4 El potencial como generador de empleo

El 64% de las iniciativas tienen 10 o menos participantes. Estamos hablando de organizaciones pequeñas, cercanas al autoempleo, y dado que la mayoría, como veremos, sí tienen un ánimo de lucro –tienen impacto en los ingresos de los participantes– pueden contribuir a la generación de un tejido de microempresas basadas en la Economía Colaborativa que hagan crecer los conocimientos, la experiencia y las historias de éxito necesarias para hacer nacer y crecer una industria..

■ ¿Cuántas personas participan en la iniciativa?

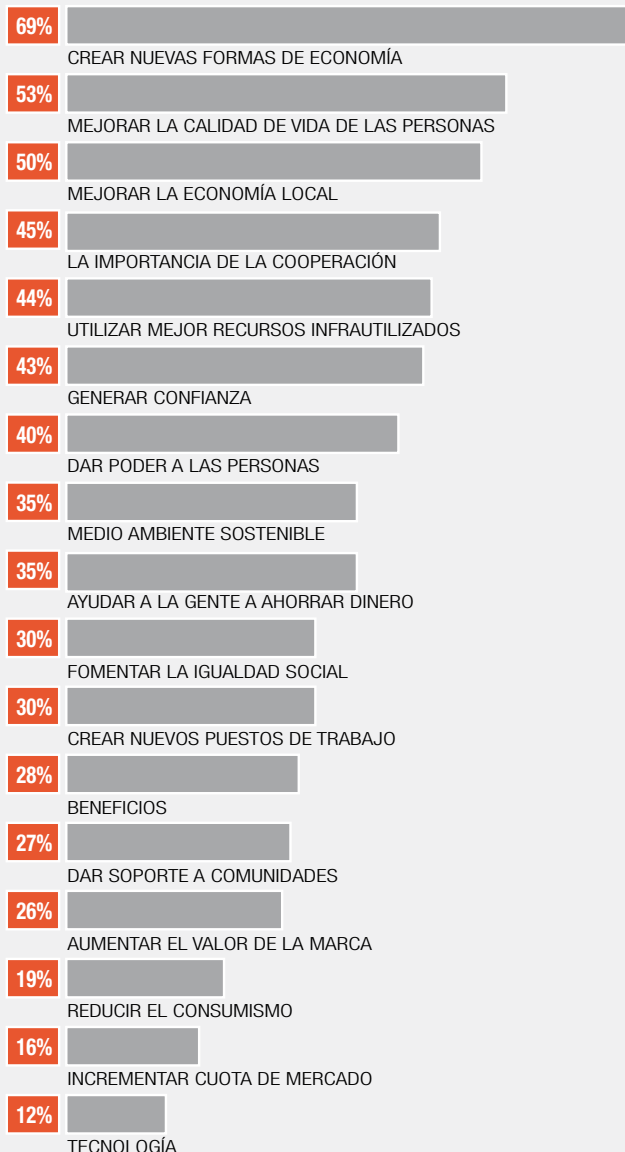


3.5 ¿Cuáles son los fines que mueven a la creación de estas iniciativas?

Las respuestas reflejan una de las tendencias clave a la hora de pensar en cómo se posicionan estas iniciativas frente a otras empresas y a sus usuarios: el impacto en la comunidad, los recursos infrautilizados, el impacto positivo en la vida de otros. Los conceptos tradicionales que mueven a la empresa no quedan olvidados, pero quedan relegados a una importancia secundaria. La credibilidad para hablar de una Economía Colaborativa con impacto frente a otra del alquiler se centra en mantener esta visión por parte de los líderes de las iniciativas. Su visión es clara: hay que tener otro impacto en la sociedad y en el mundo.



■ Los fines principales que mueven las iniciativas (admite respuestas múltiples)

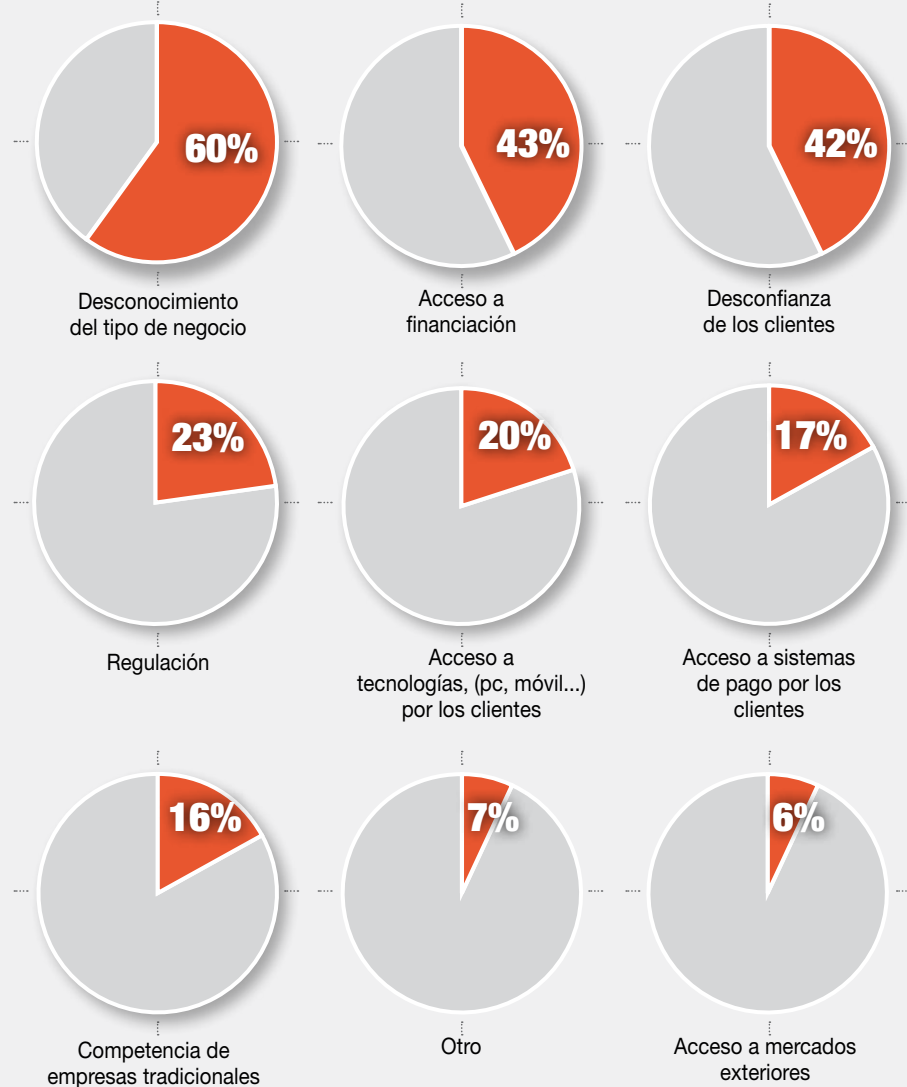


3.6 Los límites al crecimiento de la Economía Colaborativa

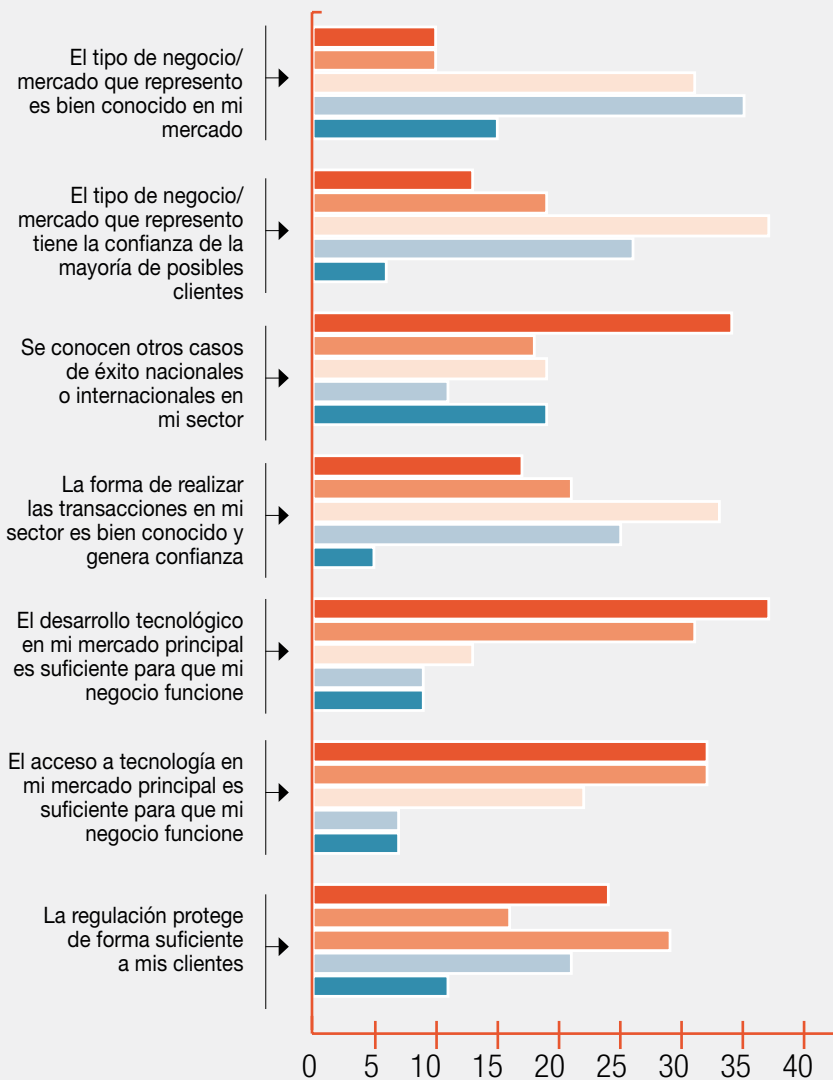
Las limitaciones percibidas por los fundadores deberían informar las políticas. El límite clave al crecimiento de acuerdo a los fundadores de las iniciativas es el conocimiento y la confianza ante los nuevos tipos de "negocio" propuestos. La falta de confianza de los posibles usuarios/clientes, conectada a su ignorancia sobre historias que sirvan de referente para construir su confianza, son los puntos clave a transformar para ayudar al crecimiento en número e impacto de las iniciativas. La capacidad de financiación, seguramente ligada a la falta de madurez de los mercados, es el tercer punto clave sobre el que trabajar para ayudar a la extensión y fortaleza de estos modelos.



■ Principales límites al crecimiento (admite respuesta múltiple)



■ Indique si está de acuerdo con las siguientes afirmaciones (naranja implica estar de acuerdo, azul en desacuerdo)



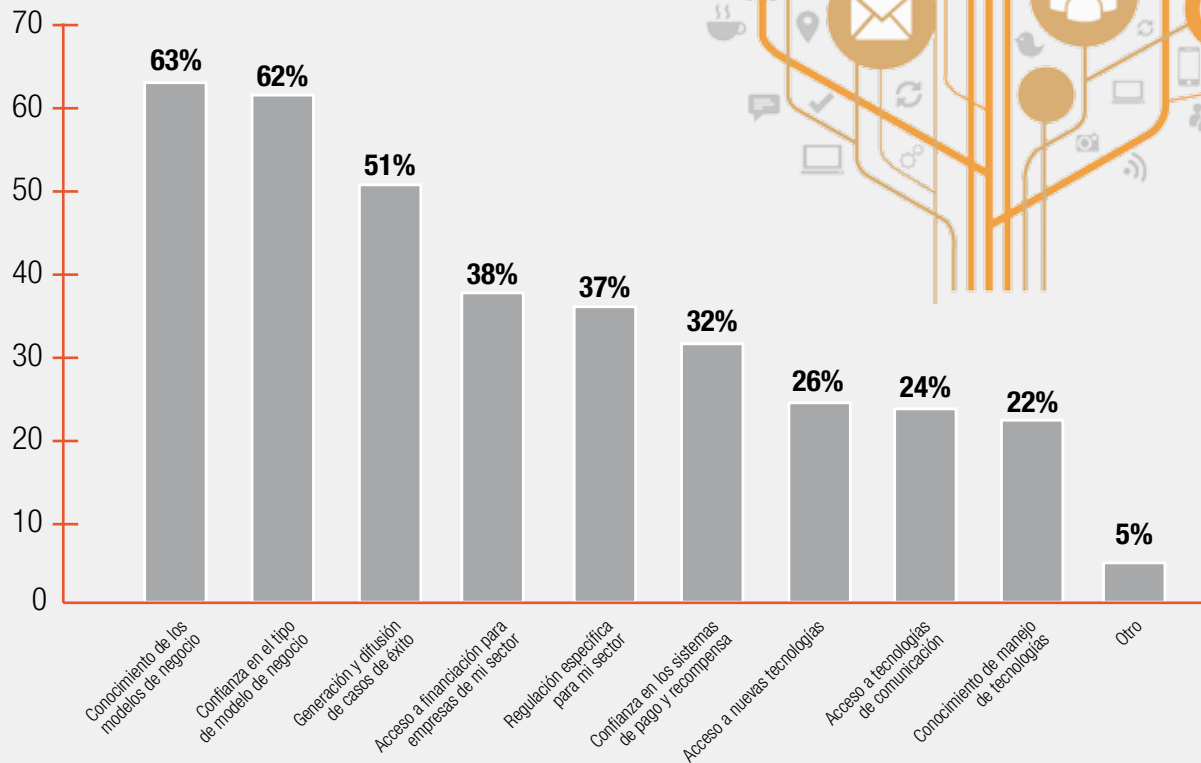
3.7 Los retos actuales para seguir creciendo, en detalle.

La tecnología o la protección legal no son una barrera. El paso más urgente es crear ejemplos de confianza en los nuevos modelos, en su operativa y forma de llegar al mercado. Los retos y los frenos coinciden con una visión: organismos e instituciones pueden apoyar, pero no necesariamente buscando una regulación radicalmente distinta, sino el dar voz y presencia a casos de éxito, a la generación de confianza que permita llegar a más posibles usuarios/clientes.

3.8 ¿Qué demandan los fundadores de las iniciativas?

Cuando les hemos preguntado directamente, su respuesta es mayoritaria: no hace falta más tecnología, ni más acceso; quizás más financiación, pero sobre todo apoyo a la difusión del tipo de modelos que se proponen. Ante la falta de confianza del mercado, el tener soporte institucional para generar el efecto “voy a probar” es clave. Las historias de éxito que se puedan construir y apoyar desde lo local, no llegadas desde otros entornos o contextos, son cruciales para lograr este efecto.

■ ¿Cómo deberían apoyar las instituciones a la Economía Colaborativa? (Admite respuesta múltiple)

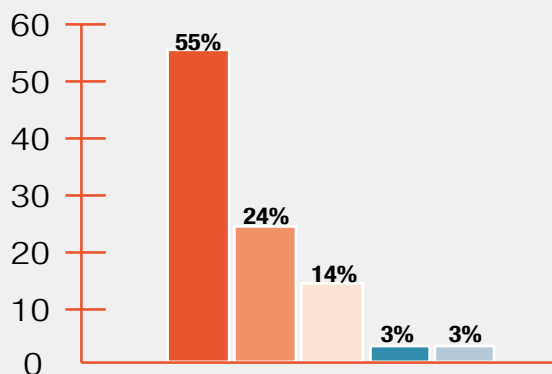


3.9 El futuro es optimista

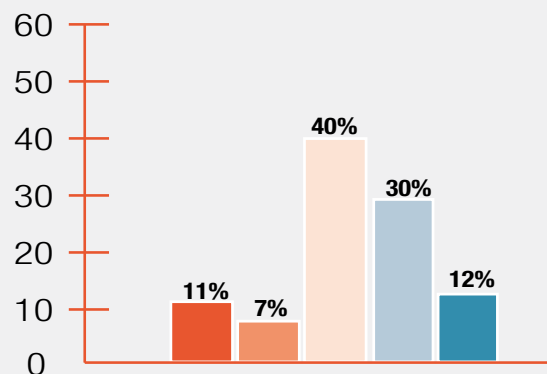
La mayoría cree que el mercado crecerá de la mano de iniciativas locales, pero sobre todo con la entrada de iniciativas similares de tipo internacional, que seguramente contarán con la confianza del usuario en mayor medida al venir avaladas por su peso global. El efecto red del que hablábamos al principio hará que las empresas que entren pronto en el mercado y consigan generar confianza puedan, seguramente, crear barreras de entrada para otros. Pocos parecen temer una entrada masiva de empresas tradicionales en estos sectores, posiblemente por la dificultad que entraña el cambio de modelo, los menores márgenes asociados, incluso los tipos de bienes y servicios implicados en las transacciones.

■ **¿Cómo cree que va a evolucionar su mercado en el futuro inmediato (dos años)? Indique si está de acuerdo con las siguientes afirmaciones (naranja totalmente de acuerdo, azul totalmente en desacuerdo)**

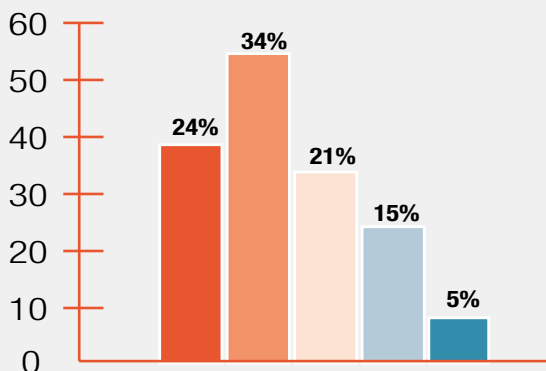
El mercado crecerá rápidamente



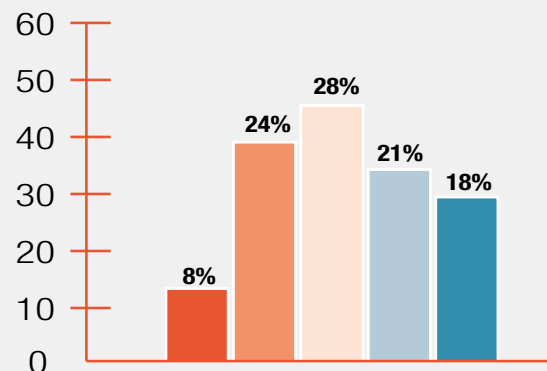
El número de iniciativas locales se mantendrá estable



Entrarán iniciativas globales internacionales al mercado



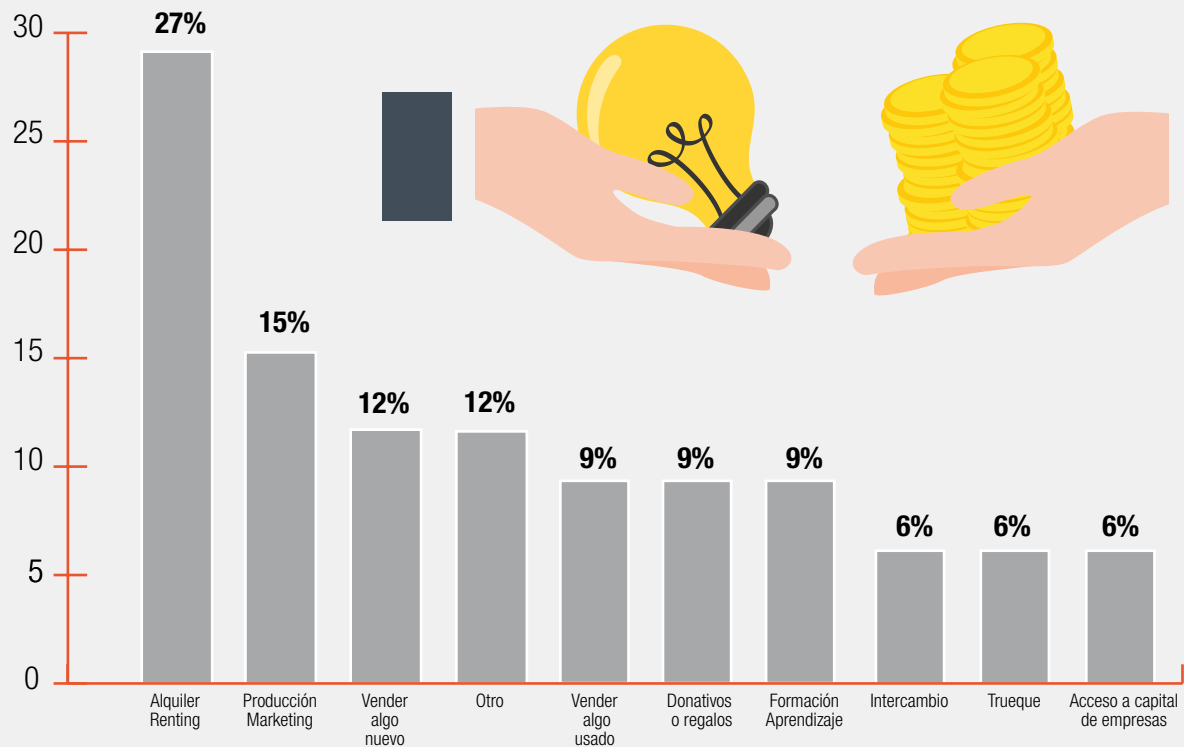
Empresas tradicionales empezarán a ofrecer los mismos productos / servicios



3.10 Brasil: el líder en jugadores de Economía Colaborativa en Latinoamérica

¿Cómo es de diferente el líder de los demás jugadores? Por su relevancia en cuanto a número de iniciativas (el 30% de las analizadas), es importante entender cómo es de diferente. El efecto idioma y tamaño de mercado hacen también que sus iniciativas estén parcialmente protegidas del resto del entorno. Pero también las hacen más propicias a la entrada de jugadores internacionales, facilitando el conocimiento y confianza del usuario. En cuanto a tipo de transacción el resultado es muy similar, el alquiler sigue estando en primer lugar entre las transacciones más facilitadas, lo que responde al mayor conocimiento de este tipo de modelos

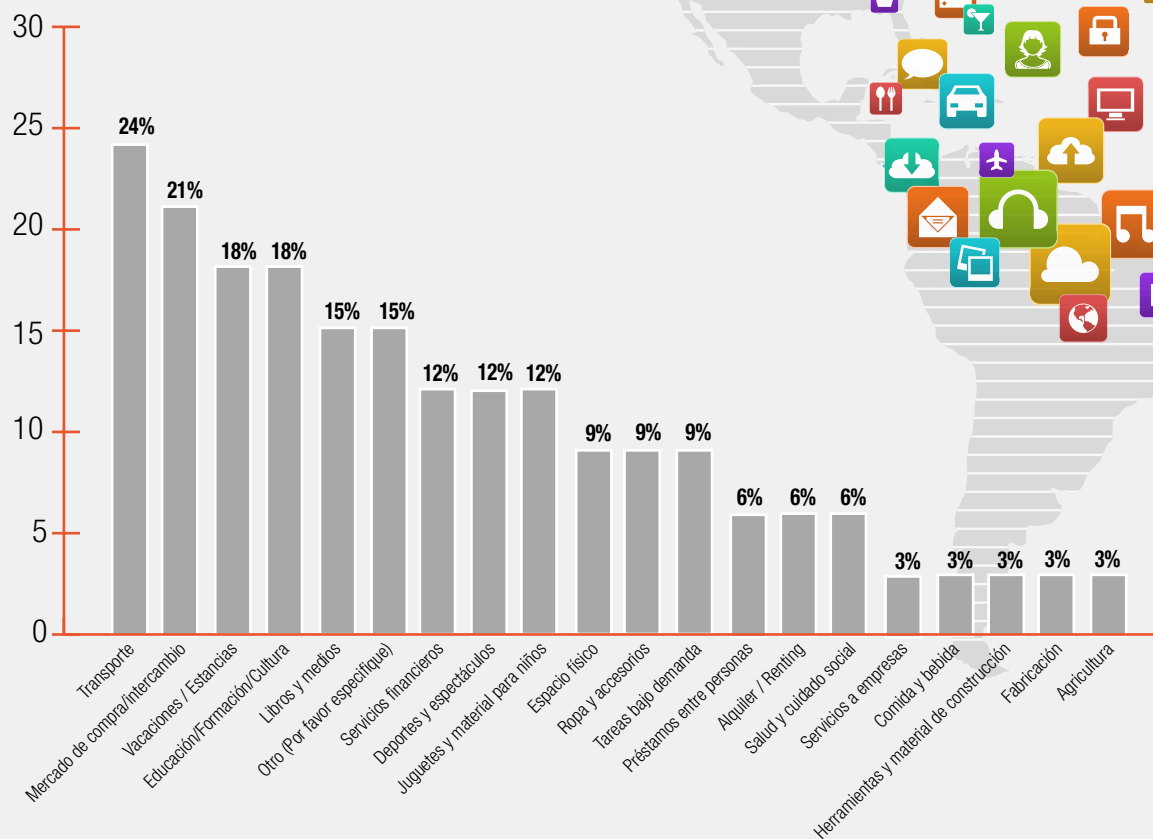
■ ¿Qué tipo de transacciones facilita su organización? Datos para Brasil



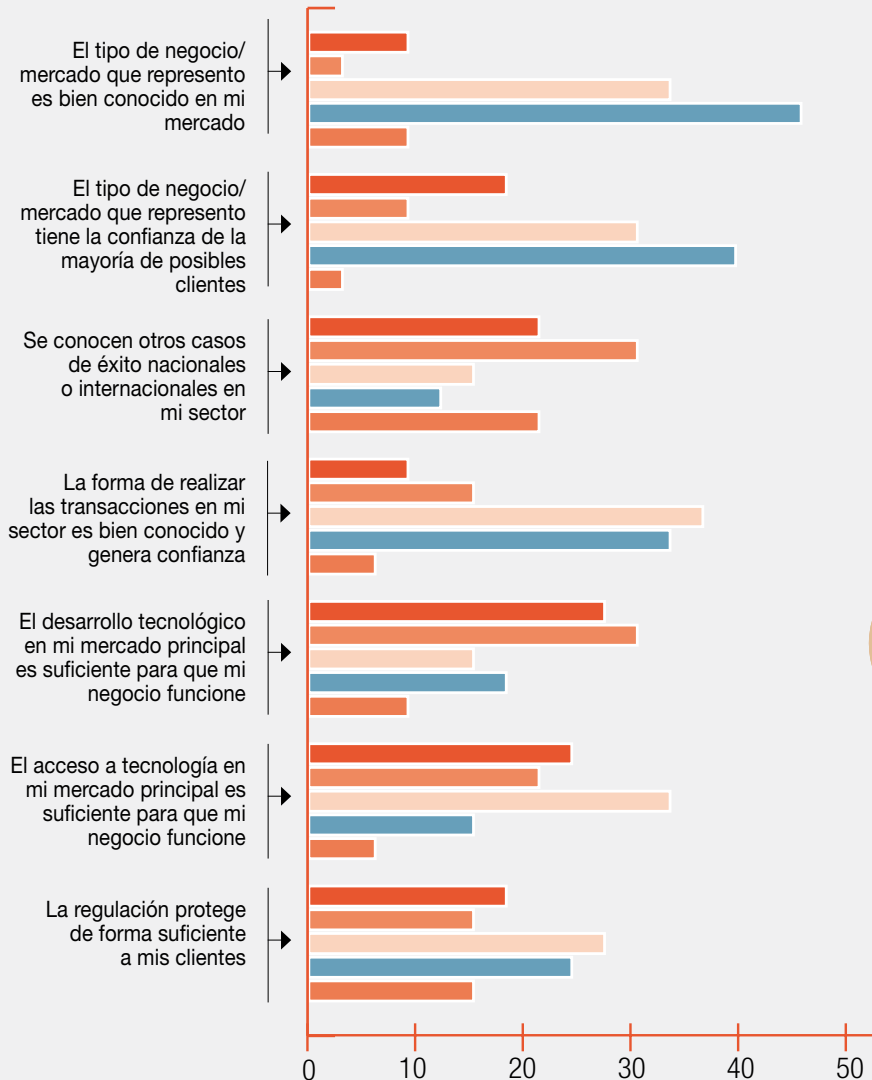
3.11 Brasil: ¿Cuáles son los sectores de actividad relevantes?

El tamaño de mercado vuelve a ser muy importante a la hora de entender qué actividades son relevantes; gana mucha importancia el turismo y la creación de mercados de intercambio. El sentido de grupo, de colaboración y compartir parece empezar a hacerse más relevante y a punto de desplazar a la economía del alquiler representada por el transporte, que sigue estando en el primer puesto. Siguen, sin embargo, sin aparecer algunos tipos de transacciones más complejos como los bancos de tiempo o las monedas alternativas, que parecen indicar un peso mayor de lo comunitario en la motivación del usuario.

■ En qué sector opera, respuesta múltiple. (Datos para Brasil)



■ Indique si está de acuerdo con las siguientes afirmaciones.
Datos para Brasil. (Naranja totalmente de acuerdo, azul totalmente en desacuerdo)



3.12 Brasil: Los retos actuales para seguir creciendo

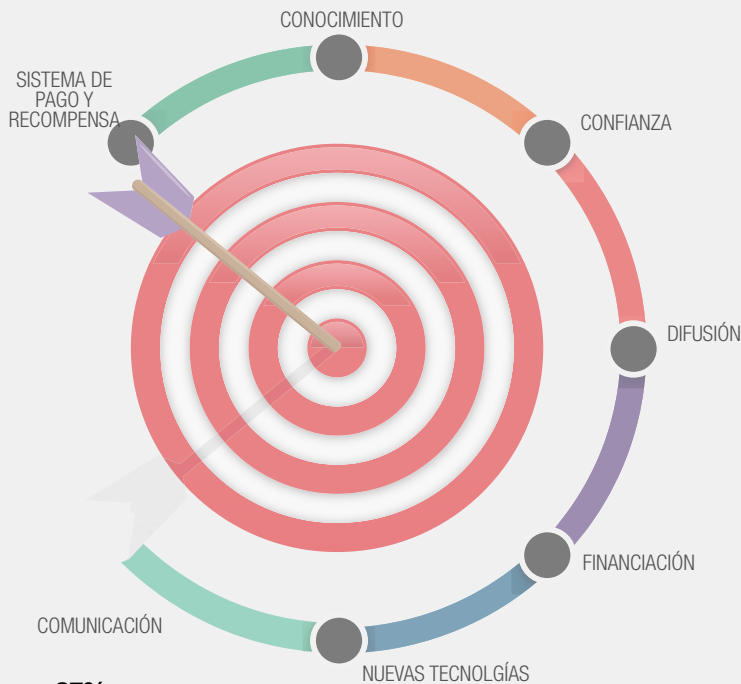
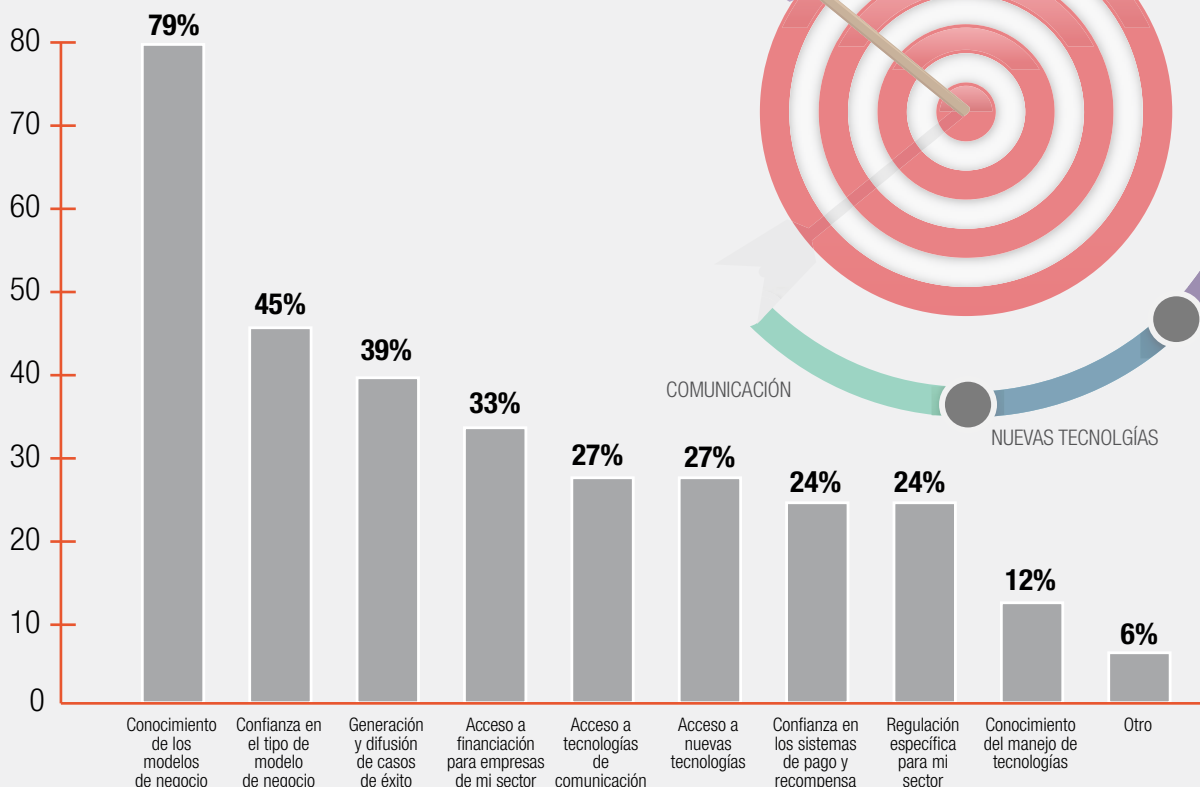
Los principales obstáculos al crecimiento de las iniciativas se centran en el desconocimiento de los posibles usuarios/ clientes, que aunque parecen conocer casos de éxito de este tipo, no parece que entiendan bien los modelos y éstos les generen confianza, al menos en la percepción de las iniciativas encuestadas. La distancia entre conocer un ejemplo internacional y entender cómo funciona realmente su propuesta percibida por los que tienen que convencer a nuevos clientes o usuarios parece ser importante. La tecnología es percibida también como un problema para el crecimiento: no se conoce y no se tiene acceso suficiente para que no suponga un freno.



3.13 Brasil: ¿qué demandan los fundadores de las iniciativas?

En este caso los resultados sí son realmente diferenciados: hay una mayor unanimidad en la necesidad de conocer el tipo de modelo de negocio que representan estas iniciativas, pero el papel de la tecnología –su desconocimiento y falta de acceso– parece más relevante en este caso. Políticas que ayuden a mejorar la confianza y la comprensión del tipo de plataformas empleadas, y que mejoren el acceso a la tecnología que les sirven de base pueden ser la clave para ayudar al crecimiento del mercado. La regulación, sin embargo, es un problema de mucha menor relevancia, seguramente por la mayor diversidad y madurez de las iniciativas.

■ **Cuáles deberían ser los objetivos clave para ayudar a mejorar su negocio desde las instituciones. Datos para Brasil**

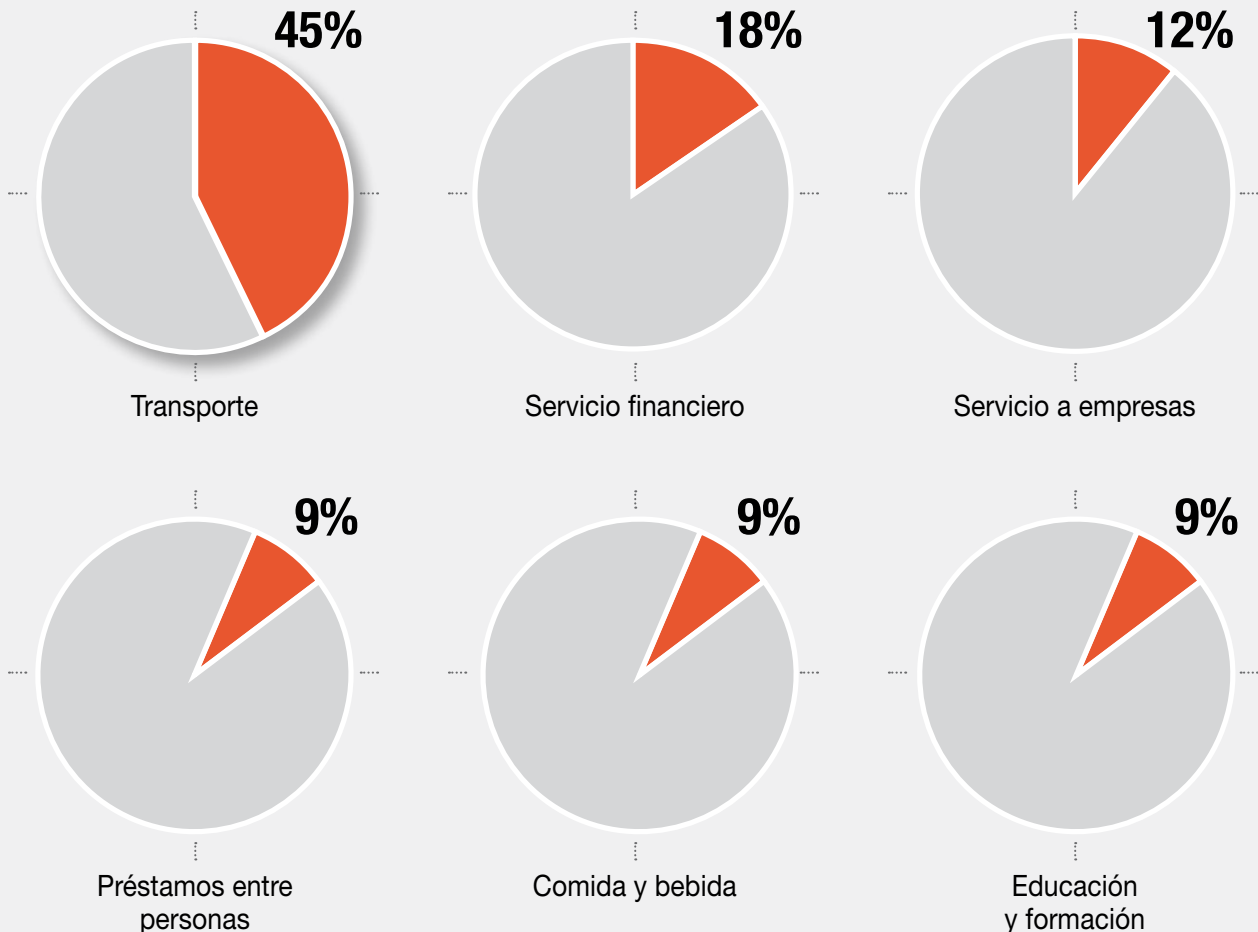




3.14 México: El siguiente en la lista

Por tamaño de mercado y madurez tecnológica, México parece el siguiente en la lista en cuanto a países en los que la Economía Colaborativa será importante. En la actualidad parece moverse por imitación a los demás mercados en cuanto a que el transporte es el área clave, pero la actividad empresarial hace que lo financiero (entre personas o la relación con empresas) sea relevante en el mercado. Será interesante ver cómo de rápido crecen las iniciativas locales frente a la opción de entrada muy fuerte de competidores de USA.

■ En qué sector opera, respuesta múltiple. (Datos para México)



3.15 Iniciativas internacionales en Economía Colaborativa. Presencia en Latinoamérica

		Antigua y Barbuda	Argentina	Bahamas	Barbados	Belize	Bolivia	Brasil	Chile	Colombia	Costa Rica	Cuba
 airbnb	www.airbnb.com	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 couchsurfing	www.couchsurfing.com	✓	✓	✓	✓	?	✓	✓	✓	✓	✓	?
 Intercambio Casas	www.intercambiocasas.com	✓	✓	✓	✓	✓	?	✓	✓	✓	✓	?
 HomeAway	www.homeaway.com	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
 EatWith	www.eatwith.com		✓					✓				
 Vayable	www.vayable.com		✓					✓				
UBER	www.uber.com							✓	✓	✓	✓	
 CABIFY	www.cabify.es								✓	✓		
 Bla Bla Car	www.blablacar.com											
 ebay	www.ebay.es	✓					✓	✓	✓	✓		
 KICKSTARTER	www.kickstarter.com							✓				
 Etsy	www.etsy.com	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	?
 ticketbis	www.ticketbis.com							✓	✓	✓		
 wallapop	www.wallapop.com							✓				
 OLX	www.olx.es		✓				✓	✓	✓	✓	✓	
 freecycle.org	www.freecycle.org	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
kantox	www.kantox.com											
 TransferWise	www.transferwise.com							✓	✓	✓		
 freelancer	www.freelancer.com		✓				✓	✓	✓	✓		
 nubelo	www.nubelo.com		✓					✓	✓	✓		
 busuu	www.busuu.com	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	?
 fon	www.maps.fon.com							✓				
 miriada	www.miriadax.net		✓				✓	✓	✓	✓	✓	
 TIMEREPUBLIC	www.timerepublik.com											
 bookcrossing.com	www.bookcrossing.com											
 FLOQQ	www.floqq.com/es		✓					✓	✓	✓		
 tutellus	www.tutellus.com		✓						✓	✓		

Fuente: OuiShare
Datos: 4 trimestre 2015

Dominica	Ecuador	El Salvador	Granada	Guatemala	Guyana	Haiti	Honduras	Jamaica	México	Nicaragua	Panamá	Paraguay	Perú	República Dominicana	San Cristóbal y Nieves	San Vicente y las Granadinas	Santa Lucía	Surinam	Trinidad y Tobago	Uruguay	Venezuela
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓	?	?	✓	✓	?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
									✓				✓								
													✓								
									✓		✓		✓								
									✓			✓									
✓								✓		✓		✓	✓						✓	✓	
									✓												
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓								✓				✓							✓	✓
									✓												
	✓	✓		✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓							✓	
✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓		✓		✓	✓		✓			✓	✓	✓
									✓												
									✓												
	✓				✓							✓	✓					✓		✓	✓
									✓				✓								
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓		✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓						✓	✓
									✓				✓								
									✓				✓								

3.16 Ficha técnica

Seis periodistas especializados en economía y tecnología de los principales medios de comunicación regionales rastrearon la realidad de la Economía Colaborativa en la región, poniéndose en contacto con las principales iniciativas de este tipo en la región entre agosto y noviembre de 2015, mediante un cuestionario para medir sus principales características.

REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO AGOSTO-NOVIEMBRE 2015



Copyright © 2016 "Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo". Esta obra está bajo una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO BY-NC-ND 3.0 IGO) licencia (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando crédito al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI. El uso del nombre del BID para cualquier fin que no sea para la atribución y el uso del logotipo del BID, estará sujeto a un acuerdo de licencia por separado y no está autorizado como parte de esta licencia CC-IGO.

Notar que el enlace URL incluye términos y condicionales adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista "Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo", de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

EMPRESAS PARTICIPANTES

Afluenta	Qúlid espacio de co-creación
Belephant	Uassist.Me
Bepots	A-dedo
Cespedes Coworking	Becual
Creatfablab	Broota
Idea.me	Las Traperas
Nubelo	Pollglota
Panal de Ideas	Cumplo
SincroPool	Sinbad
Estación Urbana SA DE CV	Truequers.com
Dorregus Coworking	Yeba.me SpA
Gowork Coworking	LittleBigMoney - Fundación Capital
IguanaFix	La Chèvre
Dinneer	Parqueate
DogHero	Agruppa (antes SokoText)
Elo7	Autocompartido
Alooga	Atomhouse
Associação Juntos com Você	Publicaquí
Bicharia	OLX Colombia
Doabox	Hubbog
Bookstart	Easyway
Crowdtest	Aliada
Catarse	Bikla
Fleety	Legal: Bquick Envíos S.A. de C.V. Comercial: BQuick
Nós.vc	Delivery
BoBags	Carrot
+Asas	Kubo.financiero
LokBrinkTrok	Mimoni
Caronetas	DadaPet
Social Boats	Ecobici
Instituto Brasileiro de Práticas Colaborativas	Fondeadora
Queremos / We Demand	Omnitutor
Quintal de Trocas	Prestadero
Tripda	Rutanet
Shippify	Comunal Coworking
Cinese	Chazki
Voltem.com	Doktuz
Worldpackers	OUTFIE
Easy Taxi	STARSCAMP
Café internacional	Urbaner
Cascostation	Crehana
Chamba	Ommm
Coworking	PickApp
Cocobank	Wazzabi
Connect	Rent For All
Cowork tgu	Estante Virtual
Costeame	Retroca
Coworking do	Me lo compro
Directo caffè	Pusakuy
Yawal-insert	Bougue
Find books	GetNinjas
Jompeame	Benfeitória
Lenddo	Cyou
Mediconline	5 Bogotá
Point	DadaRoom

4 ANÁLISIS CUALITATIVO

César Buenadicha Sánchez

Especialista Líder del FOMIN

Jose Luis Ruiz de Munain

Consultor FOMIN

María Sobrino Ruiz

Subdirectora de Estudios e informes de la CNMC

Antonio Maudes Gutiérrez

Director del Departamento de Promoción de la Competencia

Federico Gutiérrez Alcalde de Medellín**Kike Sarasola**

Presidente y fundador Room Mate Hotels y BeMate.com

Fabio Bertranou

Director de la Oficina de la OIT para el Cono Sur de América Latina

Bernardo Hernández Bataller

Consejero del CESE

Rodrigo Sánchez Mortenson

Director Ejecutivo Impacta Consultores Asociados

Felipe Parragué Guzmán

CEO tutanda.com & tuvakita.com

Juan Carlos Arroyo

Ex-director de Innovación y Emprendimiento de BBVA en México y actual responsable de la unidad de Captación, Inversiones y Proyecto Nómina de la institución española en tierra mexicana

Miguel Ferrer.

Director en Kreab, asesor de Sharing España

Albert Cañigueral Bagó

Connector OuiShare España y América Latina

Jimena Pardo

Transeunte y usuaria del Metro, Metrobus, Ecobici, E conduce, Carrot, Uber, Cabi fy, Yaxi y BlaBlaCar



César Buenadicha Sánchez
Especialista Líder del FOMIN



Jose Luis Ruiz de Munain
Consultor FOMIN

La Economía Colaborativa y su capacidad para transformar el desarrollo en América Latina

La región de América Latina y el Caribe ha llevado a cabo notables avances sociales y económicos en el curso de la última década. Es necesario, sin embargo, que la región siga trabajando en la superación de los tres desafíos principales que encara en términos de desarrollo: la exclusión social y desigualdad, el bajo nivel de productividad e innovación y la integración económica regional rezagada. A ello se suma una importante bajada del precio de las 'commodities' que pone en riesgo el crecimiento económico de la región y que requiere de nuevas fórmulas para retomar la senda del crecimiento.

En respuesta a los anteriores retos, en marzo de 2015 el Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo llevó a cabo la actualización de su estrategia institucional, renovando su visión para el periodo 2016-2019, con el objetivo de aumentar la productividad y reducir la desigualdad de manera sostenible en la región de América Latina y el Caribe, transformándola en una sociedad más incluyente y próspera y mejorando la calidad de vida de sus habitantes. Se plantea para ello el impulso a una serie de mejoras que se lograrán mediante la adopción de seis principios operativos rectores, a saber: apalancamiento y alianzas, innovación y conocimiento, capacidad de respuesta, multisectorialidad, efectividad y eficiencia, y alineación.

No cabe duda de que los fundamentos básicos del desarrollo continuo en la región ya existen o se están implementando, dado que la mayoría de los

«La Economía Colaborativa ha llegado para quedarse como resultado del profundo cambio económico y social que están experimentando la sociedad y la economía global. Según estimaciones de Forbes para el año 2014, la Economía Colaborativa creció un 25% en el mundo, alcanzando una facturación de 3,5 billones de dólares».

países de América Latina y el Caribe han alcanzado un nivel considerable de desarrollo y conocimientos especializados. Los crecientes niveles de conectividad son un claro ejemplo del grado de avance de la región que, según la CAF, entre los años 2006 y 2013 duplicó el número de personas conectadas a internet. El emprendimiento es otro indicador que demuestra el grado de desarrollo de la región, especialmente en países como Uruguay, Perú y Chile, que según el Global Entrepreneurship Monitor ocuparon en 2014 las primeras posiciones en el ranking de países con una mayor tasa de actividad emprendedora en la región. No obstante, América Latina y el Caribe sigue demandando soluciones más avanzadas, innovadoras y específicas, así como las alianzas necesarias para ejecutar políticas, programas y proyectos que impulsen a la sociedad civil y el sector privado.

Una característica de la región es su juventud, con más de 140 millones de adolescentes y jóvenes, que forman una sociedad civil comprometida con el cambio social orientado a lograr unos estados más democráticos, abiertos y equitativos. Sumada a esta juventud, la conectividad y el emprendimiento se alían dando como resultado la emergencia en América Latina y el Caribe del nuevo paradigma de la Economía Colaborativa (EC) o Sharing Economy que, en línea con la Visión Renovada del BID, busca impactar de manera transversal en sectores tan diversos como la movilidad, el turismo, la educación, las finanzas o la sanidad, entre otros. Este nuevo modelo productivo sitúa al

individuo en el centro, ofreciendo la oportunidad de reinventar nuestra manera de consumir, producir y vivir, compartiendo y colaborando entre sí.

La Economía Colaborativa ha llegado para quedarse como resultado del profundo cambio económico y social que están experimentando la sociedad y economía globales. Según estimaciones de Forbes, en 2014 la Economía Colaborativa creció un 25% en el mundo, alcanzando una facturación de 3,5 billones de dólares. En el caso de América Latina y el Caribe, la Economía Colaborativa se vuelve especialmente relevante en sectores como el desarrollo urbano, donde las infraestructuras, los servicios urbanos, la vivienda, el hábitat urbano y la gobernanza urbana pasan a ser aspectos claves de cara al desarrollo inteligente y sostenible de las ciudades. Asimismo, es especialmente interesante para los países menos desarrollados de la región, donde los sistemas económicos están menos desarrollados y las personas siguen confiando las unas en las otras, elemento clave para el éxito de la Economía Colaborativa. En estos países la confianza está frecuentemente depositada en la comunidad mientras que en las economías más desarrolladas la confianza se deposita en la capacidad de ingresos o crediticia del individuo. En muchos países en desarrollo, sin embargo, la cultura P2P (persona a persona) sigue formando parte de la sociedad y las relaciones sociales. Hay, por lo tanto, una mayor predisposición a adoptar procesos de la Economía Colaborativa.

En este contexto, el BID y el FOMIN han emprendido una apuesta firme y comprometida con el desarrollo e impulso de la Economía Colaborativa, especialmente en el ámbito del desarrollo urbanístico sostenible y la financiación colectiva. El BID ha lanzado la Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles (ICES) que ofrece asistencia técnica para ayudar a ciudades intermedias de América Latina y el Caribe en la identificación, priorización y estructuración de proyectos para mejorar su sostenibilidad ambiental, urbana y fiscal, y donde la Economía Colaborativa puede jugar un papel central para mejorar la calidad de vida de los habitantes de las urbes de la región. Igualmente, desde la División de Competitividad, Tecnología e Innovación, el BID también realiza un importante esfuerzo por



el fomento en la región de la Economía Colaborativa, prestando especial atención a aspectos vinculados con los derechos de la propiedad intelectual que subyacen frecuentemente en las empresas de la Economía Colaborativa. Por su parte, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), promotor del presente informe, ha desarrollado diversos proyectos e investigaciones centrados en el desarrollo del Crowdfunding o Financiación Colectiva, concretamente en México y Chile, donde gracias a dicha labor de difusión e investigación, se están desarrollando regulaciones específicas y diálogos clave entre el sector público y los emprendedores de los países.

Sin embargo, a pesar de los evidentes beneficios de la Economía Colaborativa, quedan todavía numerosas incógnitas para su integración y normalización en la economía y la sociedad latinoamericana. Aspectos como la fiscalidad, el empleo,

la protección al consumidor, o las estructuras de la propiedad, son elementos que despiertan gran debate y controversia entre los partidarios y detractores de la Economía Colaborativa. En las próximas páginas, este informe tratará de arrojar un poco de luz sobre desarrollo de la Economía Colaborativa en LAC, facilitando algunas cifras reveladoras, así como la opinión de expertos en el sector.

El objetivo que el BID y el FOMIN han buscado generar a través del presente informe, es promover un espacio de conocimiento y de diálogo sobre la temática de la Economía Colaborativa en América Latina y el Caribe, que permita a gobiernos y a emprendedores contar con un marco de trabajo claro en esta industria naciente. Todo ello con el fin último de asegurar que la región aprovecha el potencial de esta nueva industria como palanca para la lograr la inclusión social y el crecimiento económico de la región


María Sobrino Ruiz

Subdirectora de Estudios e informes de la CNMC


Antonio Maudes Gutiérrez

Director del Departamento de Promoción de la Competencia

“La regulación debe justificarse por la existencia de fallos de mercado como la información asimétrica o la existencia de externalidades”

La Economía Colaborativa es un fenómeno reciente, complejo y transversal, de alcance global y creciente importancia económica. La conjunción de formas económicas antiquísimas, como el regalo y el trueque —o más recientes, como la compraventa— con una constelación de innovaciones disruptivas, tecnológicas, económicas y sociales, está generando importantes cambios en el funcionamiento de los mercados de todo el mundo.

De forma amplia, se puede definir la Economía Colaborativa como el conjunto de actividades económicas y sociales en las cuales los agentes ponen a disposición activos, bienes o servicios infrautilizados, sin transferir la propiedad, a cambio o no de un valor monetario, por medio de la participación en plataformas digitales no anónimas y, en particular, empleando internet.

Si bien no se trata de un fenómeno nuevo, en la actualidad se han producido una serie de factores que potencian su expansión.

En primer lugar se encuentra el desarrollo tecnológico. La madurez de internet y la expansión de la tecnología móvil han posibilitado la generalización y masificación de plataformas de intercambio que permiten la reducción de los costes de transacción. Estas menores barreras de acceso al mercado, junto con la aparición de sistemas de reputación que, renunciando al anonimato, reducen las asimetrías de información entre las partes han propiciado el incremento de los intercambios en estas plataformas.

En segundo lugar, cabe destacar los factores económicos. Por un lado, la crisis económica y el desempleo han posicionado a la Economía Colaborativa como una opción para la obtención de recursos adicionales y la satisfacción de necesidades gracias a la utilización de bienes infrautilizados. Por otra parte, el desarrollo de canales alternativos de financiación, como el crowdfunding, abren vías alternativas a la obtención del crédito.

En tercer lugar, existen factores socioculturales encaminados a reforzar los valores medioambientales y la sostenibilidad en el consumo y producción, que también ayudan a explicar el desarrollo de la Economía Colaborativa.

Por último, la preexistencia de regulaciones económicas ineficientes en diversos mercados ha favorecido, paradójicamente, el desarrollo de la Economía Colaborativa. Las mayores oportunidades económicas en determinados sectores sobre regulados han generado poderosos incentivos para la entrada de nuevos operadores, plataformas y usuarios, que permiten una mayor innovación y mayor eficiencia.

La importancia de la Economía Colaborativa y las nuevas plataformas de prestación de servicios por internet se puede medir, entre otras variables, por su potencial económico. De acuerdo con un reciente estudio del Parlamento Europeo, este beneficio en el ámbito de la UE se cifraría en 572.000 M € de ganancias potenciales en términos anuales. Aproximadamente un 57% del PIB español a precios de mercado.

Entre los efectos de estos nuevos modelos, destacan los beneficios de una mayor competencia: precios más eficientes, mayor variedad y calidad, fomento de la innovación y diferenciación de la oferta. Asimismo, se han reducido los costes de transacción y se detecta una mayor disponibilidad y acceso a la información. La mayor utilización media de los recursos existentes redundará en una mayor eficiencia. La mayor trazabilidad y transparencia de las transacciones económicas implica nuevas oportunidades para los prosumidores. Todo ello resulta en beneficios significativos para los usuarios, las empresas y las Administraciones públicas.

No obstante, el estudio del Parlamento Europeo también señala que las barreras a la implantación y desarrollo de la economía colaborativa pueden sustraer a la sociedad dichos beneficios. En este sentido, entre las seis mayores economías de la UE, España se sitúa como el país con mayores barreras legales a los mercados de transporte y alojamiento. Alemania, Bélgica, Francia, Holanda y Reino Unido tienen regulaciones menos restrictivas que la española.

En efecto, en ambos sectores persisten barreras injustificadas al acceso y al ejercicio de la actividad. Barreras no económicas, sino jurídicas que cuentan con orígenes históricos diferentes.

En el sector del alojamiento, con la modificación de la Ley de Arrendamientos Urbanos en el año 2013 y, consecuentemente, la asunción de esta competen-

cia por parte de las Comunidades Autónomas, han proliferado las restricciones. La dinámica podría haber sido la contraria y que las Comunidades compitieran normativamente entre ellas por atraer actividad, protegiendo al mismo tiempo a los consumidores. Sin embargo, los desarrollos normativos han destacado por el establecimiento de facto de un régimen de autorización para el inicio de la actividad, la limitación del tipo de viviendas y de su localización, la restricción del número de días de cesión de la vivienda e, incluso, la imposición de restricciones cuantitativas, económicamente ineficientes, como el establecimiento de moratorias. Ante la disyuntiva de apoyar al interés general o al grupo de presión, algunas administraciones han elegido al grupo de presión.

En el sector del transporte urbano, la normativa existente dificulta o impide el acceso de nuevos agentes, frenando el dinamismo y la innovación en el sector. Por ejemplo, desde 1974, el número de licencias de taxi a nivel nacional ha permanecido prácticamente invariable. La restricción de acceso también afecta a los VTC (vehículo con conductor) que, por normativa que no por racionalidad económica, mantienen una limitación de una VTC por cada treinta licencias de taxi. Esto impide que sean las preferencias sociales, expresadas a través de la oferta y la demanda, las que determinen el número eficiente de cada una de las modalidades en cada momento dado.

La existencia de estas barreras legales en España está dificultando o impidiendo la aparición de nuevos operadores en el mercado y los mayores beneficios que su entrada lleva asociados para los usuarios y el propio sector.

La intervención regulatoria del sector público debe realizarse respetando los principios de regulación económica eficiente. Es decir, la regulación debe justificarse por la existencia de fallos de mercado como la información asimétrica o la existencia de externalidades. Dicha intervención debe además mantener un nexo causal con el fallo de mercado (principio de necesidad) y ser proporcionado al ob-



EL DESARROLLO TECNOLÓGICO.

«La madurez de internet y la expansión de la tecnología móvil han posibilitado la generalización y masificación de plataformas de intercambio que permiten la reducción de los costes de transacción».

jetivo perseguido (principio de proporcionalidad).

De hecho, la Economía Colaborativa está reduciendo o eliminando algunos de los fallos de mercado que podrían haber justificado, en su caso, determinada regulación. Estas innovaciones requieren, por tanto, una revisión de la regulación por las Administraciones Públicas, adaptándola, cuando sea necesario, a los objetivos últimos perseguidos por la misma y la defensa del interés general, sin descartar que, en ocasiones, la ausencia de regulación pueda ser la solución eficiente.

Diversos países están aprovechando la aparición de estas plataformas para mejorar su normativa sectorial y facilitar la consecución de sus fines: seguridad pública, protección del consumidor o del medioambiente. Ciudades como Londres, Ámsterdam, San Francisco y París, han revisado la regulación de los mercados de alojamiento y transporte facilitando el acceso. Esta revisión normativa debería extenderse a materias horizontales, fundamentalmente la fiscalidad y cotizaciones sociales adaptándolas a la digitalización del mercado. Además, es fundamental evitar las discriminaciones entre personas físicas y jurídicas y evitar que esta normativa se configure como una barrera administrativa a la entrada o actividad. En este sentido, Estonia ha sido el primer país en articular un mecanismo para que las plataformas faciliten información fiscal a las Administraciones Públicas, generando mayor transparencia y reduciendo las cargas administrativas que pueda llevar aparejadas el cumplimiento de la normativa horizontal.

En diversos países existe la convicción de que esta nueva actividad económica está capacitada para generar un nuevo sector económico, solapado a los sectores primario, secundario y terciario tradicionales. Este incipiente Cuarto Sector, puede resultar fundamental en el futuro próximo para la competitividad de las naciones y el bienestar de su población. Las empresas deben cumplir las leyes y las leyes deben defender el interés general. Es tiempo de cambios.



Federico Gutiérrez
Alcalde de Medellín

Confianza y cooperación: el corazón de la Economía Colaborativa en Medellín

El transcurrir de la historia nos permite evidenciar que las formas de relacionamiento en las sociedades han evolucionado. Asimismo, cambian los modelos económicos y emergen nuevas dinámicas entre los ciudadanos que implican cambios culturales. Hoy, por ejemplo, somos testigos de la transición de una economía de propiedad y tenencia a una economía de acceso. En otras palabras los individuos, sin importar si se conocen o no, comparten bienes y servicios con el fin de aprovechar al máximo sus capacidades.

Al mismo tiempo hoy observamos cómo la masificación en el uso de las tecnologías de la información ha facilitado la comunicación y el empoderamiento de particulares, integrados activamente en escenarios económicos a través de acciones colaborativas que nos invitan a repensar conceptos como la confianza y la cooperación para crear intercambios o trueques.

En ciudades como Medellín, que han avanzado en su camino hacia el desarrollo pero que aún tienen un largo tramo por recorrer, esta tendencia que llamamos desde 2007 Economía Colaborativa es impulsada por los mismos ciudadanos como una respuesta a sus necesidades de generar ahorros, entradas monetarias, nuevos empleos, inclusión social o como un tema ambientalista.

El Gobierno Colombiano mediante la Agencia Nacional para la Superación de la Extrema Pobreza (Anspe), define la Economía Colaborativa como “una tendencia creciente que busca optimizar las capacidades subutilizadas de recursos de una sociedad, con el fin de incrementar el acceso de sus habitantes a bienes y servicios de una manera más justa, sostenible y eficiente. Este modelo económico tiene como prioridad eliminar las barreras de uso de recursos a través de plataformas que incentivan el intercambio entre miembros de una comunidad”.

«El programa EnCicla consiste en un sistema de bicicletas públicas que funciona desde 2011 como un medio alternativo de movilidad urbana. Cuenta con un promedio de 52.000 viajes mensuales, y tiene a disposición de los ciudadanos más de 1.600 bicicletas distribuidas a lo largo y ancho del territorio para el uso compartido».

Medellín es un referente a nivel global en muchos sentidos. No en vano fue elegida la ciudad más innovadora del mundo en 2013, compitiendo con Nueva York y Tel Aviv. Aquí abundan las iniciativas de Economía Colaborativa apoyadas desde la institucionalidad como estrategias de innovación disruptiva que permiten resolver problemas cotidianos de manera colectiva y sobre todo sostenible.

Tomemos, por ejemplo, el programa EnCicla. Consiste en un sistema de bicicletas públicas que funciona desde 2011 como un medio alternativo de movilidad urbana. Cuenta con un promedio de 52.000 viajes mensuales, y tiene a disposición de los ciudadanos más de 1.600 bicicletas distribuidas a lo largo y ancho del territorio para el uso compartido. Basado en la confianza y la cooperación, el programa ha tenido una gran acogida entre los ciudadanos, quienes reconocen los beneficios de la Economía Colaborativa como una forma de generar una mejor movilidad, bienestar social y a la vez como una alternativa amigable con el medio ambiente.

Por otra parte, en la Ciudad se viene impulsando la estrategia “colaboratorios”, liderado por la Secretaría de Desarrollo Económico y el Parque Explora. Este es un espacio abierto a la ciudad equipado con tecnologías de

la información y herramientas para la investigación, la experimentación y la creación colectiva desde diferentes campos del conocimiento. En este espacio a través de la cooperación se potencializan nuevas ideas de negocio.

Igualmente, es importante destacar en este campo las experiencias de economía colaborativa lideradas desde Ruta N, el Centro de Innovación y Negocios de Medellín, que tiene por objeto potenciar nuevos negocios basados en el conocimiento a través del fomento, desarrollo y fortalecimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación. Entre las iniciativas de Economía Colaborativa se destacan:

Red de innovadores - Brainbook es una red social que permite intercambiar información referente a temas de innovación para crear, afianzar y consolidar lazos de confianza y cooperación entre los actores del ecosistema del conocimiento. Brainbook promueve la innovación abierta con el fin de lograr la compra y/o venta de propiedad intelectual en Colombia o en otros países con mayor madurez en innovación. Por medio de esta plataforma se logra identificar y seleccionar las habilidades, intereses o servicios que se tiene para ofrecer (oferta) o que se necesita adquirir (demanda), con el propósito de conectar la innovación en la ciudad.

Plataforma SUNN4i es una herramienta que facilita y acelera la transferencia de tecnologías entre las organizaciones. Funciona como una plataforma de exploración de tecnología que conecta a todos los usuarios de un sistema de innovación (grupos de I+D, startups, empresas e inversores) relacionando oferentes y demandantes de innovación de todo el mundo y especialmente de centros de innovación en América del Norte, Asia Pacífica, Europa, América Latina, Medio Oriente e Israel.

Estas experiencias, que son sólo algunas que destacamos, vienen influenciando los modelos de relacionamiento de la ciudad, que constituyen el punto de partida para la búsqueda de soluciones compartidas que le apunten a la satisfacción de las necesidades sociales y al beneficio de la comunidad.

Sin duda, estas dinámicas hacen parte de la cultura ciudadana que queremos plasmar en Medellín, fundamentada en la confianza y en la legalidad. Es por esto que el reto para la ciudad hoy es encontrar un equilibrio entre los modelos tradicionales y los emergentes y propiciar una evolución a una economía más inclusiva que permita explorar innovaciones disruptivas, aportando a la generación de empleo y a la mejorar del bienestar de los ciudadanos en el marco de la legalidad.



Kike Sarasola

Presidente y fundador de Room Mate Hotels y BeMate.com

“La Economía Colaborativa hay que regularla, pero con inteligencia”

He tenido claro, desde el primer momento, que la Economía Colaborativa llegaba para quedarse. Es maravilloso ver cómo cualquiera puede intercambiar bienes y servicios a través de cualquier plataforma y que las dos partes implicadas se beneficien. Esto abre un nuevo abanico de posibilidades que las empresas debemos saber cómo optimizar. Como siempre se dice, hay que renovarse o morir, y nosotros nos hemos puesto a lo primero.

El capitalismo sin control y las crisis económicas han dejado en España a mucha gente desilusionada. El consumidor necesita cubrir sus necesidades y motivarse de una forma diferente. Es así como surge la magia, cuando todos salimos de nuestra zona de confort y decidimos hacer algo nuevo.

Lo más importante para que esto funcione es hacer las cosas bien: la Economía Colaborativa hay que regularla, pero con inteligencia. Por ejemplo, no puede ser que un hotel tenga que cumplir 500 leyes regulatorias y el piso de un particular no tenga que soportar ninguna. Solo en el momento en el que empecemos a buscar soluciones a este tipo de situaciones y actuemos con sentido común, las cosas empezarán a funcionar.

En nuestro caso, lo más importante es el viajero pero no se trata solo de pensar en él, sino de pensar como él. Solo así daremos con soluciones realmente efectivas. Fruto de este pensamiento que sitúa al cliente en el centro de toda estrategia y atacando directamente el “¿por qué no?”. Es cuando realmente estamos en disposición de cambiar las cosas.

Nosotros nos dimos cuenta de que el alquiler de vivienda turística estaba en auge y que no era algo temporal, sino que era una nueva tendencia que empezaba a mantenerse en el tiempo y a hacerse un hueco en el mercado. Hicimos un estudio alrededor

de nuestro hotel Room Mate Óscar y vimos que había más de 300 apartamentos anunciándose en otras plataformas.

Fruto de esta reflexión, en septiembre de 2014 decidimos, una vez más, ponernos en los zapatos del cliente, dar un paso más y ofrecerle exactamente lo que nos estaba pidiendo a gritos: crear un nuevo concepto de alojamiento que uniese lo mejor de ambos mundos; la comodidad de alojarse en un apartamento junto con los servicios que ofrece un hotel. Así nació BeMate.com, una comunidad de alojamiento en viviendas turísticas que cuenta con el respaldo de Room Mate Hotels, con la que además comparte val res, filosofía y un objetivo común: hacer que cada cliente se sienta como en casa.

A través de este nuevo modelo de negocio, desde el minuto uno quisimos dar algo diferente a los usuarios y sumar calidad a sus experiencias. BeMate.com, además de poner a disposición pisos de particulares, todos con un cuidado diseño y una situación céntrica, ofrece también los servicios de un hotel gracias al soporte de los hoteles Room Mate de la ciudad, donde los huéspedes pueden dejar las maletas, disponer de conserjería las 24 horas e incluso disfrutar de sus desayunos en las mismas condiciones que un cliente del hotel.

Analizamos qué es lo que fallaba en las plataformas existentes, por qué mucha gente tenía todavía miedo a quedarse en una vivienda turística y fue cuando nos dimos cuenta de que el cliente necesitaba seguridad. Seguridad en que lo que ves en las fotos es lo que te vas a encontrar cuando llegues al apartamento y por eso nuestra primera premisa fue que todos los apartamentos de BeMate.com hubiesen sido revisados previamente por nosotros. También vimos que a cualquiera nos gusta que estén pendientes de nosotros,

que nos faciliten la vida y así nació la figura del City Mate. Se trata de un embajador que recibe a los clientes en el apartamento, está disponible las 24 horas a través de email, teléfono o WhatsApp y que actúa como nexo del viajero con la ciudad, el hotel y el propietario del apartamento.

Fruto de nuestro pensamiento “como clientes”, también ofrecemos a los usuarios otros servicios innovadores que necesitan como WiMate, un minirouter que permite disfrutar de Wi-Fi gratuito en toda la ciudad.

Con todo esto, desde mi experiencia quiero reflejar lo positivo de apostar por este tipo de modelo de negocio, pero, al mismo tiempo, la importancia imperiosa de retornos a nosotros mismos en la búsqueda de nuevas ideas y tener muy presente que NO todo está inventado. La clave, sea cual sea el sector, es la combinación entre creatividad, originalidad, atención al detalle y de romper con lo establecido... porque es la única forma en la que se podrá retar al mercado, dar algo más y algo nuevo al cliente.

BeMate.com se ha convertido en un claro ejemplo de negocio de Economía Colaborativa por el que estamos apostando, gracias al cual nos estamos expandiendo a lo largo de Europa, teniendo ya presencia en global (Nueva York, Miami, Florencia, Ámsterdam, Estambul, Madrid, Barcelona, y Málaga) y con el que esperamos crecer todavía mucho más, con próximas aperturas en puntos de gran reclamo turístico como son Londres y París.

En un mundo tan cambiante, y a un ritmo tan vertiginoso, las empresas tenemos que estar a la altura de las exigencias, ya no solo del mercado en general, sino de cada uno de los potenciales clientes en particular. Tenemos que adelantarnos a sus peticiones y futuros deseos, tenemos que pensar y preguntarnos como ellos para responder eficientemente a sus nuevas necesidades.

Solo conociendo más sobre nuestro cliente, nuestro sector y las necesidades latentes en la sociedad en general podremos ponernos manos a la obra y evolucionar. Es necesario que tanto en España como en el resto de países a nivel mundial, apostemos por el cambio, por nuevas propuestas como la Economía Colaborativa y que trabajemos para darle una mayor cabida y protagonismo. De esta forma, ayudaríamos a que se ampliase y expandiese esta nueva visión de mercado que el consumidor lleva tiempo pidiendo a gritos.



Fabio Bertranou

Director de la Oficina de la OIT para el Cono Sur de América Latina

Afrontar los nuevos desafíos: El futuro del trabajo en América Latina

Bajo la consigna de “competencia desleal” y de “transporte ilegal”, miles de taxistas en distintas partes del mundo han salido a las calles y han generado un importante movimiento social para protestar contra una de las manifestaciones contemporáneas más conocidas de la Economía Colaborativa, que consiste en servicios de transporte a partir del uso de una aplicación móvil (“app”) llamada UBER.

Uber Technologies Inc. es una empresa internacional que proporciona a sus clientes una red de transporte, a través de su aplicación, que conecta pasajeros con los conductores de vehículos registrados que brindan el servicio. La empresa está presente en diversas ciudades del mundo, entre ellas, en EE.UU., Francia, Inglaterra, España, Costa Rica, México, Colombia, Brasil, Chile y recientemente Uruguay.

La empresa no ha estado exenta de polémica y en cada país en donde ha desembarcado se han generado fuertes controversias sociales e incluso judiciales debido a que los detractores de este sistema alegan que pone en grave riesgo a los usuarios al carecer de las autorizaciones, los seguros y las garantías correspondientes, así como los requisitos que establece la propia ley de cada país para prestar un servicio de transporte de pasajeros. Además, señalan que una aplicación de este tipo fomentaría el transporte ilegal y la creación de oportunidades de fraude fiscal.

Casos como el mencionado serán cada vez más frecuentes en todo el mundo. La irrupción de las tecnologías, las nuevas formas de organización de la producción, la fragmentación del mundo del trabajo y el cambio en la relación laboral son solo una muestra de los diversos y profundos desafíos a los que nos enfrentamos en este ámbito.

Ejemplo de esto son algunas mediciones recientes que muestran cómo en América Latina el déficit de

empleo sigue aumentando, que cada vez hay una mayor desconexión entre crecimiento y empleo, que los empleos atípicos y las ocupaciones no rutinarias están en alza generando importantes cambios en la relación laboral, existiendo un importante aumento de los trabajadores por cuenta propia.

Ante este escenario, el Director General de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Guy Ryder, presentó la iniciativa del “futuro del trabajo” que es una invitación a los actores sociales y a la comunidad en general, a realizar una profunda reflexión sobre los principales desafíos que generan estos importantes cambios en el mundo de la producción y el trabajo.

Esta invitación da continuidad a una preocupación que la Organización ha tenido desde hace algunos

«La irrupción de las tecnologías, las nuevas formas de organización de la producción, la fragmentación del mundo del trabajo y el cambio en la relación laboral son solo una muestra de los diversos y profundos desafíos a los que nos enfrentamos en este ámbito».



años respecto a la necesidad de colocar al trabajo decente en el centro de las políticas públicas, particularmente por las consecuencias que la globalización, las crisis económicas y los cambios tecnológicos están produciendo en el mundo laboral. Ejemplo de ello han sido la Declaración de la OIT sobre la justicia social para una globalización equitativa (2008) y el Pacto Mundial para el Empleo (2009).

Más recientemente, la preocupación del Sistema de Naciones Unidas, del cual la OIT es parte, ha estado centrada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A fines de 2015, las naciones del mundo acordaron que las estrategias de desarrollo no solo debían incluir la dimensión económica sino también la social y ambiental. Entre estos objetivos se incluye la necesidad de promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

Es así como frente a fenómenos como el de UBER y diversos ejemplos que han surgido en el marco de la llamada Economía Colaborativa, la OIT hace un llamado a que junto con el análisis de los aportes positivos en productividad y bienestar de las familias que puedan implicar estas modalidades de producción de bienes y servicios, también sean analizadas y previstas las diversas consecuencias de su aplicación.

Será crucial evaluar si estas prácticas pudieran traer consigo una precarización e informalización de los empleos, cómo se resguardarán los derechos de quienes allí trabajan y si efectivamente estas nuevas empresas están cumpliendo con el marco normativo de los países en los que están operando.

Estas y otras interrogantes constituyen un enorme desafío para la gobernanza del trabajo, incluyendo el futuro de algunas instituciones laborales tradicionales como el salario mínimo y la negociación colectiva. Asimismo, también es crucial el diseño de mecanismos de diálogo social adaptados a estas nuevas realidades, a efectos que puedan construirse consensos que den legitimidad a los procesos de transformación que implica la Economía Colaborativa.

Sin lugar a dudas, la Economía Colaborativa generará cambios en el nuevo escenario laboral. La clave estará en poder desarrollar herramientas que permitan canalizar estas nuevas tecnologías, aprovechar el potencial de empleo que surge en nuevos sectores, ser capaces de dar protección laboral a las diferentes formas de empleo e impulsar relaciones laborales armónicas y balanceadas entre los distintos actores sociales.

Bernardo Hernández Bataller

Consejero del CESE.

El consumo colaborativo en la Unión Europea

Anivel de la Unión Europea, no existe actualmente una estrategia coherente para desarrollar una política que impulse la denominada “sharing economy”, aunque es cierto que, a partir de la denominada Estrategia Europa 2020, en la que la Comisión propone un consumo de bienes y servicios acorde con un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, se han ido adoptando medidas y acciones con carácter sectorial que, incidiendo en el consumo y producción sostenible o desarrollando las políticas del mercado único digital, han abierto los cauces para la implantación del consumo colaborativo o de la propia Economía Colaborativa.

Generalmente, nos referimos al consumo colaborativo como la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar redefinida a través de la tecnología moderna y las comunidades. Es más, para algunos el denominado consumo colaborativo no es ninguna idea nueva, sino más bien el rescate de una práctica que se beneficia de la tecnología actual para que el servicio sea mucho más eficiente.

En la génesis del consumo colaborativo nos encontramos con tres precursores: la crisis, tanto económica como de valores, la expansión en las redes sociales y los comportamientos colaborativos en internet. Según los expertos, para su desarrollo en el contexto de las economías desarrolladas, resultan clave los siguientes factores: la confianza en el bien común, la capacidad ociosa y la tecnología.

La evolución social se refleja en las intenciones de los consumidores respecto de los modos alternativos de consumo pues un 19% prefiere el trueque; un 22% el alquiler de determinadas herramientas; un 19%, las compras en grupo; a un 75% le gustaría evitar una distribución excesiva, favoreciendo la compra de proximidad; y un 19% prefiere la compra de productos de segunda mano. Actualmente, los consumidores quieren poseer menos pero beneficiarse más. Los beneficios racionales percibidos se centran en reducir y en los aspectos prácticos, pero los emocionales proporcionan afirmación personal y sentimiento de pertenencia. Ofreciendo alternativas cómodas y a menudo más económicas, con las iniciativas de consumo

colaborativo se optimizan recursos ya disponibles y se evita la fabricación de nuevos productos innecesarios. En definitiva, compartir resulta rentable y sostenible.

En la vida cotidiana, cualquier ámbito puede ser objeto de práctica de consumo colaborativo, y así, por ejemplo, tenemos la movilidad (el “carsharing”, alquiler y uso compartido de vehículos, taxis, bicicletas y plazas de aparcamiento); o el “carpooling”, rellenar asientos vacíos de coches con otros pasajeros que vayan en la misma dirección; la eficiencia energética, con el uso compartido de equipamiento doméstico; la habitabilidad y los espacios de cultivo (con el alquiler de habitaciones, uso compartido de viviendas y huertos urbanos y rurales); los negocios (con el “coworking” o compartir locales para oficina); las comunicaciones mediante plataformas para el móvil en la que los usuarios pueden comparar y vender bienes y servicios a personas que viven en una misma comunidad; el trabajo, con microtarefas, contratar personas para encargos determinados, “solucionadores” a domicilio donde se adjudican al mejor postor tareas que van desde colgar cuadros a montar muebles por piezas; la cultura, con el “bookcrossing” y trueque de libros, promoción de intercambios culturales; la educación, con las comunidades digitales para aprender idiomas; el tiempo y las habilidades, con los denominados “bancos de tiempo”; incluso las finanzas, con préstamos entre particulares, préstamos directos de particulares a pequeñas y medianas empresas, “crowdfunding” o financiación colectiva; y el sector turístico, que abarca desde experiencias gastronómicas en casas particulares hasta el alojamiento. Todas estas actividades abren unas perspectivas de consumo, y también de negocio, totalmente nuevas y diferentes a las que se estaban realizando.

Naturalmente, cuando se realizan cambios, en el sentido que sea, en la vida, existen reticencias a los mismos, derivadas de los propios intereses creados a los que pueden perjudicar estos cambios y a una cierta inercia a mantener el “status quo”. En el consumo colaborativo se está constatando que la implantación de determinadas actividades, en algunos sectores está suscitando unas

reacciones exageradas, porque lo único que se pretende es proponer la prohibición de determinado tipo de actividades, en vez de intentar aprovechar las nuevas sinergias existentes y modernizar determinados sectores que, como todo en la vida, necesitan de una modificación derivada de la propia evolución. Curiosamente, el sector de los taxistas, que la aparición de Uber en toda Europa suscitó unas reacciones fuertes en el sector que desembocaron, incluso, en un huelga de taxistas en toda Europea, puede ser un ejemplo de la evolución de un sector que, anclado en el pasado, en un par de años se ha transformado, y desde la centralita telefónica ahora funciona, en sus sectores más avanzados, mediante plataformas tecnológicas y con aplicaciones móviles.

A nivel de la Unión Europea, se ha trabajado en el consumo colaborativo en el Comité Económico y Social Europeo desde el año 2014 y, recientemente, el Comité de las Regiones también ha trabajado en el tema, aportando la dimensión local y regional a la “sharing economy”, y la Comisión Europea, en su comunicación sobre “Mejorar el mercado único”, intenta definir el concepto y abrir un debate entre las instituciones europeas y los estados miembros para reflexionar sobre los enfoques reguladores más apropiados a nivel europeo para garantizar la seguridad jurídica de los operadores afectados y unas condiciones de competencia equitativas, sin olvidar el tema de la fiscalidad, de forma que se pueda aportar un marco jurídico sólido para responder a los importantes cambios potenciales sobre los actuales sistemas económicos.

Inicialmente, tal y como está planteado el debate, la Economía Colaborativa, o al menos su regulación, se centrará en los aspectos comerciales y en los derechos de los consumidores, quedando excluidos los planeamientos no comerciales (considero inapropiado que la UE entrase a regular los trueques entre particulares, por ejemplo) y los planteamientos basados en los bienes de utilidad pública.

En definitiva, deberíamos ser receptivos y ver de qué forma se puede abordar una regulación inteligente en estos nuevos ámbitos y actividades, evaluando todas las posibles repercusiones positivas y negativas, garantizando el acceso al libre mercado a los nuevos participantes para mejorar la calidad de vida, impulsar el crecimiento, reduciendo el impacto en el medio ambiente, generar nuevo empleo de calidad, reduciendo el coste e incrementando la disponibilidad de algunos bienes y servicios o infraestructuras, con un alto nivel de protección a los consumidores, fomentando las plataformas de Economía Colaborativa que puedan tener una incidencia social, económica y medioambiental positiva.

Rodrigo Sánchez Mortenson
 Director Ejecutivo Impacta Consultores Asociados

‘Carpooling’; Economía Colaborativa en las ciudades latinoamericanas

Las ciudades de Sudamérica, como sus pares en el resto del mundo, también sufren los efectos secundarios del creciente uso de automóviles privados. Una progresiva contaminación del aire y saturación de las calles impactan significativamente en la salud y calidad de vida de sus habitantes. Crecientes tiempos de traslado absorben el tiempo libre, y las ciudades ofrecen grandes cantidades de escaso espacio urbano a los automóviles (estacionamientos y calles).

Un estudio de Roland Berger cuantifica en \$266 billones de dólares el costo que genera el estancamiento del tráfico vehicular en las 30 ciudades más grandes del mundo. A pesar de los intentos, aún no se conoce una urbe que haya solucionado sus problemas de tráfico mediante la construcción de nueva infraestructura y carreteras. Hay estudios que sugieren que la ampliación de infraestructura vial genera aumentos en la demanda, la cual a su vez es ineficiente. Digo ineficiente ya que varios países han medido promedios del orden de 1,5 pasajeros por viaje. Lo anterior, fácil de corroborar al observar cómo la mayoría de los autos lleva solo a su piloto.

La migración hacia las ciudades crece constantemente, siendo un fenómeno sin signos de aplacarse, y en varias economías sudamericanas el parque automotriz crece a trazas nunca antes vistas. Adquirir un auto es cada vez más factible para el creciente grupo de personas que ha remontado desde un nivel de ingresos bajo a uno medio, muchos siendo la primera generación en su familia en poder materializar el anhelo del auto propio. Sin embargo, hay que lidiar con los costos asociados: solo el transporte al lugar de trabajo puede consumir en varios casos hasta el 20% del ingreso personal (gasolina, peaje, estacionamientos).

Con los costes de transporte en aumento, sumado a la necesidad de cientos de ciudadanos por contribuir

a un medio ambiente mejor y una sociedad más colaborativa, es que en la última década han proliferado diversas iniciativas de auto compartido o “carpooling”, donde conductores y peatones con viajes similares se ponen en contacto para compartir viajes en autos privados y beneficiarse al dividir los costes del recorrido. Varias de estas iniciativas se originan sin ánimo de lucro, buscando contribuir a mejorar el entorno y aprovechar la inmensa cantidad de asientos vacíos que se pierden día a día en las calles. Esto ha sido viable, en gran medida, gracias a las nuevas posibilidades de comunicación que abrió internet al masificarse durante la década pasada, hoy amplificadas mediante la fuerte penetración de smart phones.

En la región, estas plataformas web se han inspirado en iniciativas similares de amplio y exitoso uso en Europa. La alemana Mitfahrgelegenheit.de, que comenzó a operar en 2001, es sin duda el primer referente, seguido por la parisina Blablacar (la primera adquirida por la última el año pasado). Pero en Latinoamérica se ha tenido que lidiar con desafíos particulares: las tasas de delincuencia son mayores y la confianza entre desconocidos es más baja.

Al igual que en el resto del mundo, en América Latina pocas de estas iniciativas han logrado sobrepasar la dificultad de mantener un servicio profesional y eficiente bajo un modelo que no es capaz de generar ingresos en el corto plazo. Y son aún menos los emprendimientos que han podido superar la barrera de generar una masa crítica de usuarios y viajes suficiente para ofrecer una alternativa real de transporte a los transeúntes. Sin embargo, el concepto de compartir viajes en autos privados se ha posicionado de manera creciente en la región, y hoy se vislumbran un buen número de iniciativas bien establecidas, que han logrado superar las barreras descritas, como Nosfuimos.cl en Chile.

El año pasado se vio la entrada al mercado de los grandes actores del “carpooling” a nivel mundial. Blablacar levantó 100 MM USD para expandir su exitoso modelo de negocio europeo en economías emergentes, y la start-up Tripda ha levantado 11 millones el 2015 para seguirle y también entrar en EE.UU. Está por verse que tan provechoso y comparable al éxito europeo será para estas empresas el operar en la región, con países más vastos en territorio pero a la vez mucho más centralizados, concentrando un gran porcentaje de la población en las capitales, por ende con viajes inter-ciudades (el foco de estas empresas) más ocasionales. Cada zona tiene sus particularidades y dificultades, por ejemplo, ningún servicio aún ha sido capaz de echar raíces en EE.UU.: Zimride abandonó el “carpooling” para dedicarse al exitoso Lyft (competencia de Uber), y Ridejoy desistió a pesar de haber levantado una inversión considerable.

Al hablar de Economía Colaborativa en transporte se vislumbran otros modelos, aparte del compartir viajes en autos privados, que podrían generar impactos en la región. Los primeros intentos de “carsharing” (arriendo de autos por hora esparcidos en la ciudad y desbloqueados mediante pagos online) se han registrado solo en Brasil y México, por ahora con una flota rondando los 150 autos en Latinoamérica. Por otra parte, las populares aplicaciones para pedir taxis tienen a la mano la oportunidad de hacer más eficiente los trayectos al consolidar más de un pasajero por auto. Uber ya lanzó su servicio UberPool en algunas ciudades de EE.UU. y París, afirmando que se han realizado millones de viajes compartidos. Aún falta despejar dudas sobre su verdadero impacto ambiental y vial: ¿sus usuarios habrían usado el transporte público (la alternativa de menor impacto) de no existir UberPool?

Éste es, sin duda, un sector con aún mucho potencial, donde se seguirán desarrollando nuevos modelos de negocio y remodelando los sistemas de transporte como los conocemos. Será interesante observar la dinámica entre start-ups, grandes jugadores y las reacciones de gobiernos y autoridades, cuando estos nuevos modelos de servicio crezcan lo suficiente para hacer notar sus impactos en el transporte público masivo. Idealmente, complementándose mutuamente y con regulaciones actualizadas bajo un enfoque sistémico.



Felipe Parragué Guzmán

CEO tutanda.com & tuvakita.com

Uniendo fuerzas por una Latinoamérica más colaborativa

En este pequeño artículo resumo la experiencia de un aspirante a emprendedor en su afán de entrar en el mundo FinTech de Latinoamérica.

A principios del 2013, en una conferencia de Qshare en Chile, escuché por primera vez sobre lo que estaban logrando unos emprendedores a nivel mundial a través de la colaboración de información sobre espacios disponibles para alojamientos en casas, departamentos etc., esta empresa era AirBnB, lo cual abrió mis ojos para darme cuenta de que las empresas colaborativas serían el futuro de nuestra economía, y no me equivocaba. Al poco tiempo empresas como Uber, Waze, Easy Taxi y el mismo AirBnB, se tomaron Latinoamérica, y ni hablar de la valorización que lograron en el corto plazo.

En ese tiempo estaba de regreso en Chile después de 3 años en Groupon México, donde ayudé a fundar la empresa y conocí a fondo el mercado mexicano, el cual es bastante especial y difícil. A mi llegada lo único que tenía en mente era crear una plataforma para un ingenioso sistema que tenían los mexicanos para conseguir créditos y ahorrar dinero fuera de los bancos, la cual consistía en algo bastante simple: un grupo determinado de compañeros de trabajo, familiares o gente del barrio se organizaban para que en cada quincena (día de pago que se acostumbra en México) pusieran en un bote o pozo cierta cantidad de dinero determinada, la que se le asignaría a través de un sorteo o por un orden determinado a alguno de los participantes. Con esto el bote o pozo se entregaría a un participante cada quincena, transformándose en un crédito para las personas que lo recibían en un inicio y un ahorro para los que lo recibían al final. Una vez finalizado el proceso todos recibirían el pozo al-

guna vez. Esta forma de finanzas colaborativas las llamaban "TANDAS" y su uso está arraigado al 17% de los mexicanos, 3 puntos por sobre las personas que usan los bancos como sistema de ahorro.

A final del 2013 y luego de pasar por dos equipos de fundadores y hacer dos plataformas, logramos tener nuestra primera versión BETA de tutanda.com, la cual de inmediato empezó a producir curiosidad en los medios de prensa, al igual que a nuestros primeros usuarios y tandas. Lo más impresionante es que eran casi todas del mercado chileno, donde este modelo de ahorro y crédito había muerto en los años 80 con la llegada de las tarjetas de crédito. En ese momento nos dimos cuenta de que teníamos algo interesante que aunque fuera totalmente gratuito y no manejáramos el dinero los usuarios, en algún momento encontraríamos un modelo de negocio. Fue en ese mismo tiempo que decidí volver a México, ya que en mi pensar, este sitio era para los mexicanos, y así lo hice.

Si bien se podría pensar que esta puede ser una historia que se ve prometedora y que seguramente mi llegada a México sería una historia más de un emprendedor que encontró una solución offline y la transformó en online con un éxito inmediato, la realidad es que no fue así, todo lo contrario: me encontré con un mercado súper nuevo en materias de FinTech con solo ojos para mirar éxitos de extranjeros sin saber que ellos eran protagonistas desde hace más de 100 años de la primera empresa informal de créditos P2P.

Todo lo sucedido ese año me hace pensar que el 2014 aun no será el año de las finanzas colaborativas en Latinoamérica.

Las cosas comienzan a cambiar

Ya cansado de vivir de créditos y de intentar tratar de convencer a los inversionistas, decido volver a Chile, ya que surge la oportunidad, gracias a el programa StartUp Chile, de ser incubados y subsidiados por seis meses con tutanda.com. En ese tiempo la plataforma estaba bastante madura, con un crecimiento constante, y la podían usar personas de toda Latinoamérica, España y EE.UU., por lo que, ya inmersos en el ecosistema, tomamos la decisión de no seguir dándole vueltas buscando un modelo de negocio para tutanda.com, ya que si queríamos manejar el dinero de nuestros usuarios, en los tiempos actuales tendríamos que transformarnos en una institución financiera, algo que hasta el momento vemos muy lejano, por lo que decidimos pivotar la idea a otro concepto muy usado en Latinoamérica llamado "Hacer una vaca", que básicamente consiste en hacer botes o pozos de dinero para un fin grupal, con esta primicia nace tuvakita.com.

Este nuevo emprendimiento también venía inspirado de la finanzas colaborativas, específicamente del "crowdfunding", donde empresas como Idea.me y Fondeadora ya estaban operando en Latinoamérica. Sin embargo, aun no existía el "crowdfunding" como en Europa y EE.UU. con Leetchi y Tilt, respectivamente, modelo en el cual se basa nuestra plataforma y solo existía en Brasil Vakinha.com.br, el cual, sinceramente, no conocíamos hasta hace un mes.

Después de la incubación e integración de los medios de pago, lanzamos esta nueva plataforma en octubre del 2015 y, hasta entonces, está funcionando bien. Lo interesante es el cambio de mentalidad de un año a otro que vimos en la región, ya no solo eran Uber, Waze, Easy Taxi, AirBnB las empresas que valían miles de millones de dólares, si no que cientos de empresas estaban enfocando sus recursos a áreas de innovación y con un foco bastante importante a la Finanzas Colaborativas (FinTech).

No es raro que empresas como tuvakita.com, que actualmente ha unido fuerzas con Vakinha.com.br de Brasil, llegue a ser lo que es un Leetchi en Europa o un Tilt en EE.UU., porque en Latinoamérica nos estamos uniendo y colaborando entre nosotros, y eso va a ser que en un futuro logre ser un foco importante de las tecnologías financieras del mundo.

Para finalizar, y en conclusión, creo que llegó el momento de Latinoamérica para todo lo que se refiera a Finanzas P2P. El mercado está receptivo y los que iniciamos con los primeros experimentos dejamos pavimentada la comunicación de las start-ups con los grandes actores financieros.



Juan Carlos Arroyo

Ex-director de Innovación y Emprendimiento de BBVA en México y actual responsable de la unidad de Captación, Inversiones y Proyecto Nómina de la institución española en tierra mexicana.

La Economía Colaborativa en FinTech, una oportunidad de reinención...

La revolución digital nos sorprende cada día incorporando nuevas experiencias a nuestra vida, facilitando la interacción entre individuos y dándonos la oportunidad de acceder de forma más ágil y eficiente a productos y servicios hasta hace poco limitados a canales tradicionales y que en esta nueva era empoderan a consumidores y corporaciones para distribuir, compartir, usar y re-usar bienes.

La Economía Colaborativa (sharing economy) o en palabras simples, la posibilidad de que "mis cosas" puedan ser "tus cosas" por "un precio", no es necesariamente un nuevo fenómeno, pero, sin duda, es un hecho que se ha potenciado con la democratización del acceso a internet.

En este contexto las plataformas que entiendan mejor y controlen la interacción entre consumidores y proveedores de bienes y servicios estarán en una increíble posición de valor... es en este punto donde la innovación en modelos de distribución y rentabilidad encuentra un gran aliado.

Como hemos escuchado en varias ocasiones, Uber, la compañía de taxis más grande a nivel mundial, no posee coches. La compañía más popular de contenido, Facebook, no crea contenido. La compañía de retail mejor valuada del mundo, Alibaba, no maneja inventario. Y el mayor proveedor mundial de alojamiento, Airbnb, no posee propiedades. Más allá de este diagnóstico conocido, lo que queda en evidencia es que nuestra economía, de hecho cualquier economía en desarrollo, será más exitosa en la medida en que se vuelva más eficiente.

Es por eso que en esta etapa, la aportación de las tecnologías emergentes y el hecho de que cualquier emprendedor es capaz de identificar deficiencias en la cadena de valor de oferta y demanda, son factores idóneos para que una nueva Economía Colaborativa puede ser creada en cuestión de segundos.

En BBVA nuestro ejercicio diario de estar en contacto con el ecosistema de emprendimiento nos acerca a múltiples ejemplos de Economía Colaborativa, en todos los ámbitos, aunque aquellos relacionados con tecnologías financieras (FinTech) llaman especialmente nuestra atención. Hemos tenido contacto con start-ups que fomentan la construcción de comunidades de arrendadores de vivienda, renta de autos por trayectos cortos, préstamos a estudiantes de universidades top, iniciativas para compartir excesos de capacidad de "hosteo" en la nube, profesionales que aportan su experiencia en generación de estudios de mercado ad-hoc, hasta novedosos modelos de "crowdmarketing" donde cientos de profesionales ayudan en la construcción de campañas con foco digital y en un entorno 100% colaborativo.

De las propuestas que más nos atraen y de las que queremos estar cerca para aprender y establecer escenarios de colaboración en el mediano plazo están los modelos enfocados en "crowdlending" o "peer to peer lending" (P2P Lending). Son estas iniciativas las que nos hacen imaginar la posibilidad de que en el futuro cercano, al igual que Uber, Facebook o Airbnb, se pueda hablar del nacimiento de bancos globales, con un gran éxito en la penetración de productos, pero sin depósitos o carteras de crédito en sus balances.

El P2P Lending es la práctica de "prestar" dinero a individuos o negocios a través de plataformas online que conectan directamente a prestamistas (o inversores) y

«Uber, la compañía de taxis más grande a nivel mundial, no posee coches. La compañía más popular de contenido, Facebook, no crea contenido. La compañía de retail mejor valuada del mundo, Alibaba, no maneja inventario. Y el mayor proveedor mundial de alojamiento, Airbnb, no posee propiedades. Más allá de este diagnóstico conocido, lo que queda en evidencia es que nuestra economía, de hecho cualquier economía en desarrollo, será más exitosa en la medida en que se vuelva más eficiente.»

solicitantes de crédito. Las compañías P2P apalancan sus servicios en plataformas eficientes de las que hablábamos hace un momento, lo que abarata su estructura de costos vs. las que enfrenta una institución financiera. Como resultado, los inversionistas reciben a menudo mejores retornos comparados con los ofrecidos por opciones de ahorro e inversiones en los bancos, mientras que los solicitantes del crédito, pueden obtener un préstamo a menores tasas de interés, incluso después de que las empresas de P2P obtengan ingresos por el uso de su marketplace y en algunos casos por la aplicación de algoritmos para "calificar" el nivel de riesgo de la inversión.

En este capítulo de Economía Colaborativa en particular, las entidades regulatorias todavía tienen mucho que decir, pero mientras eso sucede, las entidades financieras mundiales tienen la oportunidad de observar, aprender y reinventarse partiendo de lo que está sucediendo en industrias paralelas. Solo aquellas instituciones que logren establecer los cimientos tecnológicos adecuados para fundar plataformas confiables, ágiles y eficientes, acompañados de una gran experiencia de usuario y costos convenientes para los usuarios del marketplace financiero, serán protagonistas del ecosistema de innovación y emprendimiento vigente.

Las posibilidades que presenta la Economía Colaborativa para crear puntos de contacto eficientes entre consumidores y prestadores de servicios o incluso en modelos más básicos en que los participantes intercambian bienes sin la necesidad de una contraprestación monetaria, serán agentes de cambio y principales impulsores del futuro que se acerca con gran velocidad y que incluso pueden convertirse en un factor fundamental de nuevas fuentes de empleo, tan necesarias en estos días.



Miguel Ferrer.

Director en Kreab, asesor de Sharing España

La normalización de la Economía Colaborativa

La Economía Colaborativa ha logrado una relevante visibilidad en España y Europa en poco más de dos años. Cada semana se publican noticias y artículos sobre modelos de negocio vinculados, sus beneficios y retos, donde las cuestiones regulatorias suelen tener protagonismo.

El encaje jurídico de servicios colaborativos no es sencillo, y no lo es porque se configuran como un concepto sui generis que abarca actividades que, o bien se deben a normativas sectoriales concretas o que directamente no necesitan disponer de una legislación ad hoc. Es por ello que la aproximación del legislador al fenómeno debería realizarse por partes; en primer lugar, analizando las actividades –movilidad, turismo...– que caen en normativa sectorial no adaptada a estas, analizar aquellas otras –intercambio de bienes muebles e inmuebles...– que no friccionan con normativa sectorial y, por último, identificar aquella normativa transversal aplicable a gran parte de las actividades colaborativas, como puede ser la normativa de consumidores, datos personales o la regulación de las plataformas.

Igualmente, es cada vez más necesario el poder dimensionar con datos económicos y sociológicos la incidencia real de la Economía Colaborativa en España. Las administraciones competentes deben conocer su profundidad y proyección antes de diseñar políticas y regulaciones adecuadas. Actualmente ya encontramos datos dispersos que permiten constatar que no se trata de un fenómeno residual sino que el volumen de usuarios, la aparición de start-ups basadas en modelos P2P y la inversión que algunas de estas están recibiendo muestran un modelo económico que va a formar parte del sistema.

En España diversas instituciones públicas han iniciado un acercamiento al fenómeno. El Parlament

«Es cada vez más necesario el poder dimensionar con datos económicos y sociológicos la incidencia real de la Economía Colaborativa en España. Las Administraciones competentes deben conocer su profundidad y proyección antes de diseñar políticas y regulaciones adecuadas».

de Cataluña constituyó una comisión de análisis en 2015 en la que participaron multitud de actores vinculados. Asimismo, autoridades de la competencia como la CNMC o su homóloga catalana han emitido informes y recomendaciones con especial atención a servicios como el transporte y los alojamientos turísticos.

Junto con España, que con países como Reino Unido o Francia es una de las jurisdicciones más avanzadas en la asunción de estos modelos, encontramos el posicionamiento de la Unión Europea ante la Economía Colaborativa dadas su competencias políticas y regulatorias.

Jyrki Katainen, Vicepresidente de la Comisión Europea, anunciaba recientemente el interés de la Comisión en promover una aplicación armonizada de la normativa comunitaria y de analizar las decisiones de bloqueo de plataformas P2P de diversas autoridades de estados miembros. Anuncio que pone de relieve el interés de dicho organismo en promover las actividades colaborativas al verlas como un modelo de crecimiento económico beneficioso y un revulsivo para mejorar la competencia de nuestros mercados.

En base a un criterio de oportunidad por parte de

la Unión, se ha iniciado un trabajo de estudio y de elaboración de propuestas políticas a diversos niveles de la UE. Situación positiva, por lo que a impulso se refiere, pero al mismo tiempo arriesgada, ya que al menos cuatro instituciones europeas están trabajando en la materia, lo que puede generar descoordinación y solapamiento.

En enero 2014 fue el informe del Comité Económico y Social Europeo “Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”, una de las primeras referencias institucionales que analizaba los riesgos y ventajas de los modelos P2P para los consumidores. Tras dicho informe han seguido otros instados por el Parlamento Europeo, el último denominado “El coste de la no Europa en la Economía Colaborativa”, donde se emiten recomendaciones y se apunta que, a nivel general, la regulación actual permite el desarrollo de la Economía Colaborativa pero no su expansión a medio plazo. En el caso de la Comisión, junto a declaraciones como las apuntadas antes, diversas Direcciones Generales están estudiando el cómo regular estas actividades. Adicionalmente, se ha integrado dentro del campo de acción de la estrategia de Mercado Único Digital en fase de desarrollo por la misma Comisión una línea de trabajo sobre el rol y responsabilidad de las plataformas colaborativas.

Junto a todo lo anterior, la institución que ha mostrado una mayor madurez en la comprensión de este modelo económico ha sido el Comité de las Regiones de la UE a través de un Dictamen reciente. Esta institución, que representa a los entes locales y regionales de los Estados miembros, considera que la Economía Colaborativa podría dar lugar “a una nueva identidad económica, la de la persona que no desea actuar sola y que, en vez de guiarse por el ansia de maximizar sus propios intereses materiales, acompaña su comportamiento económico de un compromiso con la comunidad”.

Finalmente, es interesante considerar cómo la Economía Colaborativa sirve para poner el foco en problemas políticos y legislativos que afectan a los mercados y sociedad de forma amplia, yendo más allá de esta tendencia. La ausencia de un mercado interno real que haga competitivas a las empresas digitales, la rigidez normativa para los micro-productores y emprendedores o barreras de entrada en determinados sectores hacen necesario un posicionamiento eficaz de todos los poderes públicos.



Albert Cañigueral

Connector OuiShare España y América Latina
Fundador ConsumoColaborativo.com

La era y la hora del modo de producción ciudadano

Consumo colaborativo, 'sharing economy', Economía Colaborativa, economía P2P, etc. Puedes usar el término que te parezca más adecuado para describir este escenario donde la gente está empoderada para conseguir lo que necesitan los unos de los otros de manera directa.

La consultora PwC ha estimado recientemente que los ingresos asociados a este tipo de servicios crecerá de los 15.000 millones actuales a 335.000 millones en 2025. Esto no es una moda pasajera o una reacción puntual a la crisis económica. Esto es el futuro, y el futuro nunca estuvo tan presente.

Debido a la fuerte carga semántica de términos como compartir/sharing o colaborar hemos visto que resulta más preciso hablar del "modo de producción ciudadano" para describir este fenómeno. Este nuevo modelo de producción aplica a todos los sectores, ya traten con bienes físicos, sean servicios, se dediquen a las finanzas o a la gestión de información.

El ciudadano productor, en el epicentro de todo el ecosistema, se convierte en un nuevo agente económico en la sociedad. El ciudadano pone en valor lo que tiene, lo que sabe o lo que le gusta y decide cómo realizar el intercambio de valor: con dinero, por trueque, con monedas alternativas o simplemente regalándolo.

Para crear estos mercados de encuentro de oferta y demanda, en cada sector se usan las plataformas digitales (que encapsulan la complejidad de las operaciones como la parte legal, seguros, marketing, financiación, etc.) y dejan a los usuarios

ser productores a escala "uno": una habitación, un asiento vacío en el coche, una cámara de fotos de segunda mano, 5€ para un "crowdfunding", etc. Lo que antes solo podían hacer grandes empresas ahora lo pueden hacer ciudadanos individuales coordinados de manera simple y a escala masiva a través de plataformas digitales. La combinación de los mejor del entorno empresarial con lo mejor de los individuos particulares o pequeños grupos nos lleva a un escenario de cambio disruptivo.

El uso (tanto en usuarios como en transacciones) de estas plataformas a nivel global y también a nivel de América Latina ha crecido de manera exponencial en los últimos años. También los inversores han apostado fuerte por este modo de producción ciudadano.

Para tener una idea de la escala masiva de la que estamos hablando algunos datos recientes:

- Hoy en día la mayor cadena de alojamientos del mundo, Airbnb, que no posee una sola habitación u hotel tiene una valoración de \$25 billones.
- Uber, con una valoración de más de \$62,5 billones, es el servicio de taxi más extendido en el mundo si ser propietario de un solo vehículo.
- En tan sólo 4 años el servicio de compra online y entregas en menos de una hora, Instacart vale ya \$2 billones.

- En su conjunto la Economía Colaborativa ha creado más de 17 "billion-dollar companies" y se ha canalizado una inversión colectiva superior a los \$20 billones, sobrepasando de lejos la inversión realizada en gigantes como Facebook, Twitter o LinkedIn en su día.

La tecnología tiene ideología y América Latina tiene mucho que aportar

Es poco discutible que este nuevo modo de producción ciudadano o Economía Colaborativa resulta más eficiente. La abundancia generada por la Economía Colaborativa y abierta deja en evidencia, a veces de manera insultante, a las empresas más tradicionales.

Aun con todo, como sociedad tenemos que estar atentos y vigilantes al uso de la tecnología. Todo el potencial de generación de abundancia de esta nueva lógica no puede limitarse a optimizar la lógica del capitalismo tradicional, ya que esto solo nos llevará a seguir incrementando las desigualdades sociales. Como nos recuerda Carlota Pérez (London School of Economics), "la tecnología solo define el espacio de lo que es posible, pero crear un entorno donde todos se benefician es una elección sociopolítica".

Si existe una manera de organizar las cosas más eficiente, la sociedad en su conjunto tiene el derecho de beneficiarse de ella, y en esto América Latina, por su tradición colaborativa y comunitaria, tiene mucho que aportar.

Por mi labor de Connector en España y América Latina dentro del dentro del think-tank global OuiShare estoy en contacto con emprendedores de todo el mundo. Durante mis estancias en diversas ciudades de América Latina siempre me ha sorprendido la calidad humana de los emprendedores de la Economía Colaborativa en la región y su enfoque natural hacia el beneficio colectivo más allá de su propio beneficio individual como líderes de un proyecto.

Tal y como dijo Marco Gaviño, un joven emprendedor en serie mexicano, "las innovaciones en este país vienen de la tierra, de la violencia y en algunos casos de la basura". Este origen tiene sus consecuencias en cómo funcionan los emprendi-

mientos en la región. Algunos ejemplos que he conocido de primera mano lo ilustran:

- Si se generan oportunidades de ingresos por microtarefas (por ejemplo con las entregas en bicicleta de Kangou en México DF) la start-up se enfoca principalmente a los jóvenes “ninis” (ni trabajan, ni estudian) y a la generación de una reputación para esos colectivos.

- En Bogotá LittleBigMoney es una plataforma de financiación colectiva (crowdfunding) para proyectos o emprendimientos liderados por emprendedores base de la pirámide o cuyo impacto beneficia poblaciones vulnerables. El proyecto reusa el código de Catarse.me una plataforma de crowdfunding de código abierto hecha en Brasil unos años antes.

- El conocimiento abierto y de libre acceso es lo habitual porque resulta más eficiente. Con esta mentalidad salen proyectos como Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal) o el proyecto LATIn (iniciativa latinoamericana de libros de texto abiertos).

- El uso de bancos de tiempo o monedas sociales en comunidades desfavorecidas fortalece por un lado la economía local pero sobre todo consigue reforzar los vínculos de confianza entre sus participantes, a menudo muy deteriorados por años de conflictos violentos en la región. Con esta idea el proyecto Coonfi ganó la primera edición de Imagine Colombia, un reto lanzado por Compartamos Colombia con apoyo del BID/FOMIN.

- En Santiago de Chile a finales de octubre de 2015 se celebró un encuentro de confluencia de economías transformadoras (Economía Colaborativa, economía bien común y empresas B).

- Y la lista podría ser mucho más larga...

Este modo de producción ciudadano va mucho más allá de compartir recursos y optimizar el uso de los mismos. Estamos hablando de compartir valores, ideales y soluciones para un futuro más sostenible. En América Latina las ideas colaborativas son inseparables de las ideas de justicia social, responsabilidad ecológica e impacto positivo. Las “startups” colaborativas son creadas por emprendedores sociales que crean los proyectos con un propósito profundamente significativo que va mucho más allá de una buena oportunidad de negocio.

«Hoy en día la mayor cadena de alojamientos del mundo, Airbnb, que no posee una sola habitación u hotel, tiene una valoración de \$25 billones.»

Los ciudadanos del continente tienen claro que este cambio de paradigma les permite construir un futuro mejor y más justo para todos. Y ya se está haciendo, entre tod@s y para tod@s.

En un momento donde la tecnología se está convirtiendo en una “commodity”, la ética es el nuevo motor para el diseño de nuevos productos, servicios y modelos de negocio. En muchos aspectos los emprendedores latinoamericanos parten con ventaja respecto a otras partes del mundo para liderar la siguiente ola de disrupción.

Retos de la Economía Colaborativa en América Latina

Aunque América Latina, como certifican varios estudios, cuenta ya con una generación joven, conectada y con un buen manejo de las tecnologías digitales, hay algunos retos que no podemos ni debemos ignorar

- El reciente boom económico en algunos países del continente ha creado una creciente clase media que expresa su libertad e individualidad a través del consumo y el hiperconsumo. En estos contextos “compartir” o “colaborar” puede ser percibido como una opción de segunda clase.

- El acceso a Internet crece pero aún tiene camino que andar. De acuerdo a eMarketer, 42.6% de la población en América Latina contaba con acceso a Internet en 2012; las estimaciones es que para 2016, más del 53% de la población contará con una conexión de acceso a Internet. Lo interesante es que muchos de ellos lo hacen directamente desde dispositivos móviles lo que facilita también el uso de los servicios colaborativos.

- Los niveles de confianza entre desconocidos en América Latina son más bajos que otras regiones del mundo. En particular Chile presenta

uno de los índices más bajos de confianza en el mundo entero. Esta barrera ha sido mencionada más que cualquier otra por casi todos los emprendedores con quien he tenido ocasión de hablar.

- El nivel de bancarización y el acceso a medios de pago digitales sigue estando muy lejos de ser universal. Es un factor clave para las plataformas que usan la tecnología digital para escalar y reducir las fricciones en las transacciones. Es interesante en este frente el efecto que pueden tener las criptomonedas como Bitcoin.

Aún con todos estos retos, como demuestra este estudio, el crecimiento y uso de la Economía Colaborativa es muy importante. Con la adopción y uso masivo de estas propuestas también llegan los retos legales por parte del status quo observa con cautela y cierta preocupación el crecimiento de estas iniciativas.

Un renacimiento en red

Estamos inmersos en un renacimiento en red, un giro de dimensiones copernicanas que solo sabremos calibrar y evaluar con el paso del tiempo. A menudo, y especialmente en América Latina, este renacimiento puede resultar bastante invisible porque se produce de manera distribuida con infinidad de iniciativas a una escala local o regional. Los nombres más conocidos y visibles son solo la punta del iceberg.

Nos recuerda Antonin Léonard (co-fundador de OuiShare): “Con las nuevas tecnologías, como el hardware de código abierto, los ciudadanos, por primera vez, empiezan a poseer y a controlar las herramientas de producción que acompañadas de nueva cultura de producir valor basada en el «bien común» y en el uso de la tecnología que permite escalar a nivel mundial las iniciativas con cierta facilidad nos lleva a escenarios desconocidos”.

Estamos en la pubertad del modo de este modo de producción ciudadano. Tendremos que actualizar nuestro léxico, nuestras regulaciones y nuestras instituciones a estos cambios acelerados. Autoras como Lisa Gansky hablan ya de un nuevo “Sistema Operativo Social” (SocialOS) en el que reescribimos nuestros contratos sociales.

Seguimos.

Jimena Pardo

Transeúnte y usuaria del Metro, Metrobus, Ecobici, Econduce, Carrot, Uber, Cabify, Yaxi y BlaBlaCar.

‘Carpooling’; Economía Colaborativa en las ciudades latinoamericanas

Tenemos un problema generalizado en Latinoamérica: el tráfico. Este ha sido la consecuencia de años de erróneas planeaciones urbanas que buscan asimilarse más a las ciudades americanas. Durante años nuestros gobiernos construyeron ciudades para los automóviles en lugar de hacerlo para los ciudadanos. Adicionalmente, tenemos el erróneo concepto de la propiedad de un automóvil. En Latinoamérica crecimos creyendo que tener un coche es una señal de estatus. Cuanto más lujoso o grande tu automóvil, más exitoso eres. Al empezar a trabajar lo primero que se adquiere es un carro, y a lo largo de la vida profesional, el latinoamericano se endeuda por tener un modelo mejor.

La última cifra que encontré de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal afirma que, en promedio, un ciudadano de la Ciudad de México tarda una hora y veintiún minutos en llegar de su casa a su trabajo, y lo mismo de regreso. Esto nos lleva a que pasamos aproximadamente tres horas encerrados en esta lata que llamamos auto, la cual solo nos aísla de vivir nuestra vida. En enero de este año, la revista *Expansión* en su artículo “¡Súbale!, hay lugares”, publicó un artículo en el que afirma que el congestionamiento vial le cuesta a

«Estamos creando una comunidad. Somos ya muchos ciudadanos que estamos dispuestos a compartir un servicio sin la necesidad de ser dueños del mismo. Estamos dispuestos a cuidarlo y respetarlo.»

la capital mexicana 20,000 millones de pesos anuales. Quizá es mi personalidad emprendedora, pero, ¿se imaginan las soluciones que podríamos fondear con ese dinero?

Comprar un auto es una mala inversión. Solo por escogerlo y sacarlo rodando de la agencia se devalúa un veinte por ciento, y año con año sigue perdiendo más valor. Además, los costos de mantenerlo son altísimos; entre verificaciones, pensión, seguro, hojalatería, etc. La estadística muestra que el 90% del tiempo tu coche está estacionado. Los invito a hacer este ejercicio. Entonces, ¿por qué pagas el 100% del servicio si solo lo utilizas 10%?

La alternativa es el transporte público; sustentable, rápido y económico. Pero, lamentablemente, insuficiente. Más que una crítica, lo considero insuficiente para ciertas necesidades que se presentan en el día a día. A veces necesitas la flexibilidad de marcar tu propia ruta, o quizá necesitas transportar un objeto.

¿Cuál es la solución? Mi trabajo en los últimos cuatro años se ha concentrado en promover el uso racional e inteligente del automóvil, ofreciendo como alternativa Carrot, el carsharing en México, en el que puedes hacer uso de un auto, del modelo

que te convenga, por hora o por día, en minutos a través de una App. Sin embargo, como ciudadana, transeúnte, ciclista, pasajera y conductora, reconozco que no hay una solución única, sino el conjunto de todas estas alternativas es lo que nos ofrece un modelo real para poder prescindir de nuestro propio coche. Necesitamos subirnos al transporte público, dar un aventón, caminar, andar en bicicleta, subirnos a los taxis, a los servicios de autos con chofer, a las motocicletas eléctricas y a los coches compartidos para poder solucionar la necesidad de tener el caro automóvil estacionado en casa.

¿Estamos listos en Latinoamérica? Hace cuatro años que iniciamos el proyecto de Carrot, los coches compartidos, la mayoría de las personas a las que les “pitcheábamos” nos contestaban algo similar a “Eso es para para países más desarrollados”, “Estos sistemas en México no jalan”. Incluso un familiar cercano me aconsejó “Ni te metas, te vas a encontrar tus coches sobre ladrillos en las calles”. Hoy, a casi 4 años de ver los primeros tres coches compartidos en Latinoamérica en circulación, estamos orgullosos de afirmar que somos uno de los programas más exitosos a nivel mundial. Hemos logrado ser una alternativa rentable y de alto impacto para nuestra Ciudad.

Tenemos tres ejes que nos demuestran el éxito del servicio:

Es una solución para nuestros clientes. Lo encuentran práctico, lo usan, y se ahorran la lata de tener un auto.

Elimina autos en circulación. El veinte por ciento de nuestros usuarios nos afirma vendió su coche, el setenta por ciento pospuso la compa de uno, y el cuarenta por ciento nos afirma que utiliza semanalmente más



el transporte público desde que cuenta con el servicio de Carrot.

Estamos creando una comunidad. Somos ya muchos ciudadanos que estamos dispuestos a compartir un servicio sin la necesidad de ser dueños del mismo. Estamos dispuesto a cuidarlo y respetarlo. Mientras que el índice de vandalismo mundial en carsharing promedia en un 10%, en la Ciudad de México es menor al 1%.

Con toda honestidad les puedo afirmar que el éxito de Carrot no se debe a mi persona, ni a cuántas ganas le hemos puesto mi socio y yo. Se debe al equipo que hemos formado operativamente y la comunidad que

está dispuesta a compartir un auto, promoverlo y respetarlo.

Los invito a que no esperemos a que nuestras Ciudades cambien de la noche a la mañana, a que nuestros Gobernantes decidan lo mejor para nuestra movilidad, a que se construyan infraestructuras y nuevas vías de transporte público, sino que demos un “baby step” para solucionar este problema como sociedad. Sí dejamos de usar nuestro auto un día a la semana, reducimos 20% el número de coches en la calle. Vete en aventón con tu colega, usa el transporte público, rueda esa bicicleta, pero durante solo un día, estaciona tu coche. ¡Con uno empezamos!



ECONOMÍA COLABORATIVA EN AMÉRICA LATINA

