

Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe

César Buenadicha
Albert Cañigueral Bagó
Ignacio L. De León

Sector de Instituciones para
el Desarrollo

División de Competitividad,
Tecnología e Innovación

DOCUMENTO PARA
DISCUSIÓN N°
IDB-DP-518

Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe

César Buenadicha
Albert Cañigueral Bagó
Ignacio L. De León

Junio de 2017

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2017 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo 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 (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

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



Contacto: César Buenadicha, cesarbu@iadb.org; Ignacio L. De León, ignaciold@iadb.org.

Resumen*

La economía colaborativa se ha convertido en una fuerza transformadora disruptiva a nivel mundial, y América Latina no es la excepción. El impacto disruptivo de las plataformas digitales colaborativas ha puesto presión sobre las instituciones y regulaciones de sectores importantes en la economía de los países de la región, propiciando el ingreso de nuevos competidores y la institucionalización del empleo, con un evidente impacto social. Este artículo analiza los impactos particularmente en el ámbito de la competencia, laboral y fiscal de las regulaciones existentes. A su vez, propone recomendaciones de política pública dirigidas a propiciar una transición no conflictiva que permita potenciar los beneficios de los nuevos modelos de negocio de manera inclusiva, permitiendo la readaptación de las capacidades laborales necesarias para ajustarse al cambio disruptivo innovador. Asimismo, esta nota examina los diversos actores de las plataformas colaborativas y sus características económicas, promotoras de un rendimiento creciente, con especial atención en las industrias creativas.

Clasificaciones JEL: K21, K23, K31, K34, L17, L24, L26, L43, L51, L81, L92, L98, M21, N16, O31, O32, O33, O35, O38

Palabras clave: Airbnb, América Latina y el Caribe, comercio electrónico, economía colaborativa, economía compartida, economía entre pares, información asimétrica, innovación, Internet, plataformas bidireccionales, plataformas colaborativas, rendimiento creciente, Uber

* Los comentarios incluidos en este estudio no reflejan la opinión del BID. Nuestro agradecimiento a Kayla Grant por su revisión del borrador y colaboración en la edición de esta nota.

Índice

Introducción	3
Primera parte: Orígenes e importancia de la EC	5
1. Construir confianza social: El objetivo de la EC	5
2. La EC como subproducto de la crisis financiera de 2008	6
3. Impacto económico de la EC	7
4. ¿Por qué le interesa la EC a América Latina?	11
Segunda parte: Análisis Positivo de la EC	13
1. Diversidad de actores en la EC	13
2. Características de las plataformas bi-direccionales	16
3. La EC y las industrias creativas	21
Tercera parte: Análisis normativo de la EC	23
1. Ámbito regulatorio de la EC	23
2. Defensa de la competencia en las plataformas de EC	25
3. Protección de los consumidores	28
4. Legislación laboral: Hacia un mundo de trabajadores autónomos	33
5. Legislación fiscal	38
6. Anticipando el futuro: una EC no centralizada	39
Cuarta parte: Recomendaciones para afrontar la regulación de la EC	42
Conclusiones y reflexiones finales	47
Referencias virtuales	51
Referencias bibliográficas	58

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con un artículo de la revista Time (Walsh, 2011), el consumo colaborativo es una de las 10 grandes ideas que cambiarán el mundo. El columnista del New York Times, Thomas Friedman, considera que la economía colaborativa (EC) “crea nuevas formas de emprender y también un nuevo concepto de la propiedad” (Friedman, 2013). Según un informe de Yaraghi y Ravi (2017), del Instituto Brookings, dentro de 10 años, cinco de los sectores más importantes de la economía colaborativa (préstamos P2P¹, empleadores en línea, alojamiento P2P, transporte compartido, y vídeo y música en línea), generarán más del 50% del total de los ingresos mundiales (en la actualidad, representan 5%).

Pero, ¿qué es la EC? El concepto de colaboración es inherente a la civilización misma. Desde la Revolución Industrial hasta nuestros días, el progreso económico ha estado anclado en la idea de que la colaboración social agrega valor productivo. Esa misma idea se refleja en el desarrollo de plataformas colaborativas digitales, que han impuesto en la última década un nuevo modelo de colaboración, mucho más extendido y eficiente, dando lugar a una verdadera revolución digital.

Ante todo, cabe delinear el terreno de la EC, ya que se trata del objeto de análisis de este estudio. La llamada Economía Compartida o Colaborativa² es una nueva modalidad de producción e intercambio de bienes y servicios a través de plataformas digitales. Según Botsman (2013), el consumo compartido es un modelo económico basado en el intercambio entre personas de activos infrautilizados, desde espacios o lugares hasta habilidades o conocimientos, a cambio de beneficios monetarios o no monetarios.

La EC es un término general con una serie de significados, a menudo utilizados para describir la actividad económica y social que implica, en la mayoría de los casos, transacciones en línea. Originalmente nacido de la comunidad de código abierto para referirse a la compartición entre pares de acceso a bienes y servicios, el término se utiliza a veces en un sentido más amplio para describir cualquier transacción de venta que se realiza a través del mercado en línea, incluso las que son del negocio al consumidor (B2C, por sus siglas en inglés, *business-to-customer*), en lugar de P2P. Por esta razón, el adjetivo “compartido” que acompaña a esta modalidad de intercambio económico ha sido criticado como engañoso, pues se argumenta que incluso los servicios que permiten el intercambio entre pares no tienen que ser principalmente impulsados por el altruismo, sino las ganancias. Sin embargo, muchos comentaristas afirman que el término sigue siendo válido como medio de describir un mercado generalmente más democratizado, incluso cuando se aplica a un espectro más amplio de servicios.³

El término consumo compartido fue acuñado por primera vez por Ray Algar en un artículo del mismo título publicado en el boletín *Leisure Report* de abril de 2007. El concepto comenzó a popularizarse en 2010 con la publicación del libro *What's Mine Is Yours: The Rise of*

¹ P2P es una sigla en inglés que se refiere a *peer-to-peer*, es decir, “entre pares”.

² Jeremiah Owyang define “la Economía Colaborativa es un modelo económico donde la gente crea y comparte bienes, servicios, espacio y dinero con otras personas” (Owyang, 2016). Propone un esquema acerca de la EC en forma de panal de abejas donde se visualizan proyectos en muchos sectores de la economía: consumo compartido, *sharing economy*, EC, economía P2P, economía de trabajos temporarios (*gig economy*), etc.

³ No obstante, según el Comité Económico y Social Europeo, el consumo compartido busca definir a la EC como un modelo sostenible para el siglo XXI, que promueve valores cooperativos y que supone una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en casos de necesidad. Se está configurando una nueva estructura de relaciones productivas mediante la venta de bienes o servicios infrautilizados. Este modelo transforma al consumidor en productor, y vice versa (Comité Económico y Social Europeo, 2016).

Collaborative Consumption. Rachel Botsman, co-autora del libro, ofreció una charla sobre consumo compartido en la conferencia TEDxSydney en mayo de 2010, en la que expuso cómo el acceso a bienes y servicios puede ser de relevancia prioritaria sin que sea necesaria la propiedad de los mismos. En España, el fenómeno del consumo compartido empezó a darse a conocer entre 2012 y 2013, especialmente en el sector turístico (Buzzmn, 2013), aunque ha seguido extendiéndose a muchos otros sectores, revolucionando el transporte de viajeros y muy recientemente el mercado inmobiliario.

Si bien no existe una definición única y acordada de “EC”, varios grupos de expertos y autores han realizado sus aportes para intentar conceptualizar el término. Botsman (2013) plantea que “la economía colaborativa es una economía basada en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados, distinta de los modelos tradicionales centralizados, que está transformando la forma en que producimos, consumimos, financiamos y aprendemos”.

Por su parte, OviShare, una comunidad global especializada en EC, en 2016 definió a la EC como “las prácticas y los modelos económicos basados en estructuras horizontales y comunidades que transforman nuestra manera de vivir, trabajar y crear”. Se abarca el consumo, al aprendizaje, el mundo *maker* y de la producción digital, el conocimiento abierto e incluso nuevos modelos organizativos y de intercambio de valor. Y la Comisión Europea, en su presentación de la Agenda Europea para la economía colaborativa (Comisión Europea, 2016), la define como “modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares”.

La EC tiene una impronta muy marcada vinculada con la preocupación por organizar un consumo más equitativo. En enero de 2014, la Unión Europea redactó un dictamen para regular el consumo colaborativo o compartido, que lo valoraba de la siguiente forma: “el consumo compartido representa la complementación ventajosa, desde el punto de vista innovador, económico y ecológico, de la economía de la producción con la economía del consumo. Además, supone una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en caso de necesidad”.

Esta nota tiene por finalidad poner en relieve las nuevas oportunidades que ofrece la EC –que sigue creciendo rápidamente alrededor del mundo– frente a los retos de América Latina y el Caribe (ALC). Con ello se busca apuntar algunas recomendaciones críticas para el debate, que deben facilitar el desarrollo de la EC en la región asegurando la plena materialización de sus beneficios. No se trata tanto de dar respuestas precisas y concretas sino más bien de ayudar a hacer las preguntas adecuadas y contribuir a la gestión del cambio.

El estudio está dividido en cuatro secciones: la primera examinará la definición, los elementos constitutivos y el alcance de la EC, y la segunda, su impacto económico, incluido un análisis sobre la estructura bidireccional de las plataformas digitales sobre las cuales se asientan los modelos de negocio de la EC. La tercera sección se dedicará a examinar las implicaciones normativas y de política pública que resultan del impacto de la EC. Finalmente, la última sección esbozará algunas conclusiones y recomendaciones.

PRIMERA PARTE: ORÍGENES E IMPORTANCIA DE LA EC

1. CONSTRUIR CONFIANZA SOCIAL: EL OBJETIVO DE LA EC

Confiar es un acto social. Aunque la primera intuición que tenemos es que la confianza ocurre en entornos privados (un individuo confía o no en otro), la realidad es que emerge en el contexto de una sociedad que modifica el comportamiento de sus individuos. Una sociedad sin confianza no puede desarrollarse adecuadamente. Sin confianza –y sin integridad, su complemento indispensable– no hay perspectivas de desarrollo económico. Las actividades sencillas se vuelven arduas en una sociedad con poca confianza. La prosperidad no solo requiere confianza, sino que también la estimula. El consumo colaborativo o compartido depende de la confianza que genera el sistema para propiciar intercambios seguros. La desconfianza, es decir, no estar seguro de si se va a recibir o no tal bien o servicio como ha sido ofrecido es en un principio una amenaza central al desarrollo de las redes de consumo compartido.

Fukuyama (1992) señala las diferencias entre las sociedades de baja confianza y de alta confianza, y sus implicaciones en el desarrollo económico. En las sociedades de baja confianza, el temor a ser traicionado o defraudado lleva a los actores económicos a confiar solo en aquellos de los que se tiene un conocimiento muy profundo, dificultando el crecimiento de las relaciones de negocios más allá de los lazos familiares (el concepto “familia” dentro la mafia italiana sería un ejemplo extremo de este tipo de sociedad). Esto tiene implicaciones directas sobre la productividad y competitividad (no se elige al más capaz para el trabajo, sino aquel con quien existe una relación de confianza previa). Además, las relaciones fuera del núcleo de confianza se ven penalizadas por la necesidad de añadir gran cantidad de cláusulas en los contratos, cuya existencia no hace sino cuantificar la falta de confianza entre las partes. Por el contrario, en las sociedades de alta confianza (que Fukuyama ejemplifica con los países nórdicos y Japón), las relaciones económicas son más líquidas, lo que favorece la competitividad y el desarrollo económico. De acuerdo con cifras de Latinobarómetro (2015), “las cifras de confianza interpersonal en América Latina son las más bajas de la Tierra”. En el indicador de confianza interpersonal para 2015 solo un 17% de los latinoamericanos dice que se puede confiar en un tercero.

La confianza se destaca entonces como un factor clave en el desarrollo y la evolución del consumo colaborativo, y algunos autores la explican como un elemento fundamental para el futuro, como es el caso de Botsman (2013), quien en una conferencia afirmó que “la confianza es el pegamento de la sociedad que permite que los intercambios sean cada vez más sencillos”, y que “la confianza es la moneda de la nueva Economía Colaborativa”.

Los mercados generan mecanismos espontáneos de construcción de confianza, a través de la reputación. La reputación es clave para construir relaciones de confianza, y en el consumo compartido se construye sobre la base de mecanismos en línea; es decir, se entiende como las valoraciones, puntuaciones y opiniones que los usuarios tienen respecto de una persona en los sitios web. El concepto de reputación o imagen en línea está estrechamente relacionado con la confianza explicada anteriormente, ya que para muchos estos dos factores suponen las bases para favorecer o entorpecer el consumo compartido. Fehrenbacher (2011) lo explica de la siguiente forma: “mantener la confianza de la comunidad de usuarios debería ser objeto de la mayor inversión que las empresas promotoras de la economía colaborativa estén realizando”.

De la misma forma, Botsman (2013) expresa la importancia de los conceptos de reputación y confianza: “la reputación como moneda se está convirtiendo en algo esencial y funcionará como una moneda secundaria, con la que podrás decir ‘puedes confiar en mí’. Se perfila como la piedra angular de la economía del siglo XXI”. Tal como se explicó en el apartado anterior, esta autora identificaba la confianza con la nueva moneda del consumo compartido, aunque en esta declaración profundiza aún más en este concepto, relacionándolo con la reputación.

2. LA EC COMO SUBPRODUCTO DE LA CRISIS FINANCIERA DE 2008

Queda claro entonces que la confianza es el sustrato del cual se nutre la EC. Sin embargo, ¿por qué surge la EC precisamente en el momento histórico en el que le tocó emerger? La reducción de costos transaccionales gracias al desarrollo tecnológico ha propiciado renovadas formas de cooperación entre agentes productivos y consumidores. Esta nueva forma de entender las relaciones productivas y de consumo ha adquirido relevancia mundial de forma acelerada, por sus efectos disruptivos de las reglas de organización de múltiples industrias. La popularización de las redes sociales y la reducción de los precios de los datos móviles han convertido a las primeras en redes de interrelación y, sobre todo, de intercambio acelerado y de expresión de opinión.

Sin embargo, faltaban las condiciones del entorno para prender la mecha que hizo posible el “Big Bang” del consumo colaborativo. No es casual que la EC se haya disparado poco tiempo después de haberse producido la crisis financiera de 2008. Pese a que la tecnología ya estaba lista para ser aplicada a procesos de intermediación P2P, desde comienzos de la década de 2000, la crisis financiera terminó de crear las condiciones exógenas necesarias para estimular su crecimiento acelerado. La necesidad económica surgida como consecuencia del desempleo, unida a la subutilización de recursos económicos hizo del consumo colaborativo una opción económicamente atractiva.

Por ello, en aquellas economías donde la recesión económica ha sido más profunda, la predisposición de los ciudadanos y el cambio de mentalidad necesarios para la puesta en marcha de iniciativas vinculadas con la EC han sido mayores. Al mismo tiempo, dichas sociedades han percibido los beneficios del intercambio y el alquiler de bienes y servicios a través de plataformas de EC, lo que a su vez ha redundado en una mayor expansión del fenómeno.

En suma, el surgimiento de la EC no fue inducido por el advenimiento de la tecnología disruptiva tanto como por modelos de negocio capaces de conectar oferta y demanda en un entorno de escasez y ahorro importante. En el marco de este modelo, las personas se ven inmersas en un proceso de innovación social que abre la ventana a intercambios justos entre pares, donde se tiene acceso a una serie de beneficios, bienes y servicios sin los costos asociados que conlleva ser propietario. Lo anterior se suma a que de esta forma se puede ahorrar dinero, espacio y tiempo; conocer gente, y volver a ser ciudadanos activos.

La EC permite trabajar con otra u otras personas utilizando o consumiendo bienes y servicios para la satisfacción de necesidades personales o grupales. De acuerdo con la definición mencionada de Botsman, la EC se fundamenta en reinventar no solo lo que consumimos, sino cómo lo consumimos. Esta mirada colaborativa y abierta hacia la actividad económica en la sociedad está resultando ser muy eficiente desde varios puntos de vista. Desde un punto de vista de gestión empresarial, el modelo de negocio basado en coordinar recursos distribuidos (plataformas o *network orchestrators*) está demostrando ser netamente superior a los modelos

basados en un capitalismo industrial tradicional de gestión de recursos centralizados y crecimiento interno (Libert *et al.*, 2014). Las plataformas generan más valor, y mayores beneficios y ganancias que los modelos tradicionales. Otros estudios como Pentagrowth (Creus, 2016) o el libro Platform Revolution (Parker *et al.*, 2016) arriban a conclusiones similares.

Asimismo, los ciudadanos se convierten en agentes económicos a pequeña escala capaces de generar e intercambiar valor con otros ciudadanos de manera directa. En muchos casos realizan estos intercambios por dinero (alquiler, compra-venta), aunque el abanico de posibilidades incluye también el intercambio (ya sea directo o triangulado a través de alguna “moneda social” o sistema similar), así como el regalo o préstamo gratuito. Con estos mecanismos se promulga la autosuficiencia a nivel de pequeños grupos y a la vez se refuerza la noción de interdependencia con el conjunto de la sociedad. El BID/FOMIN (2016) ya ha destacado el potencial de la EC en ALC si se consigue acompañar su desarrollo de forma ordenada.

Por último, hay una externalidad medioambiental positiva que se deriva del modelo de negocio basado en la EC, al reducir la necesidad de fabricar más bienes y/o de construir más infraestructuras. Un ejemplo es BlaBlaCar, que permite optimizar el uso de los asientos vacíos en coches que ya están circulando sin necesidad de ampliar la capacidad de las carreteras. Sin embargo, y debido al conocido “efecto rebote”, hay estudios que ponen en tela de juicio estos impactos medioambientales (Demailly y Novel, 2014) hasta que se puedan cuantificar y aportar datos más concretos.

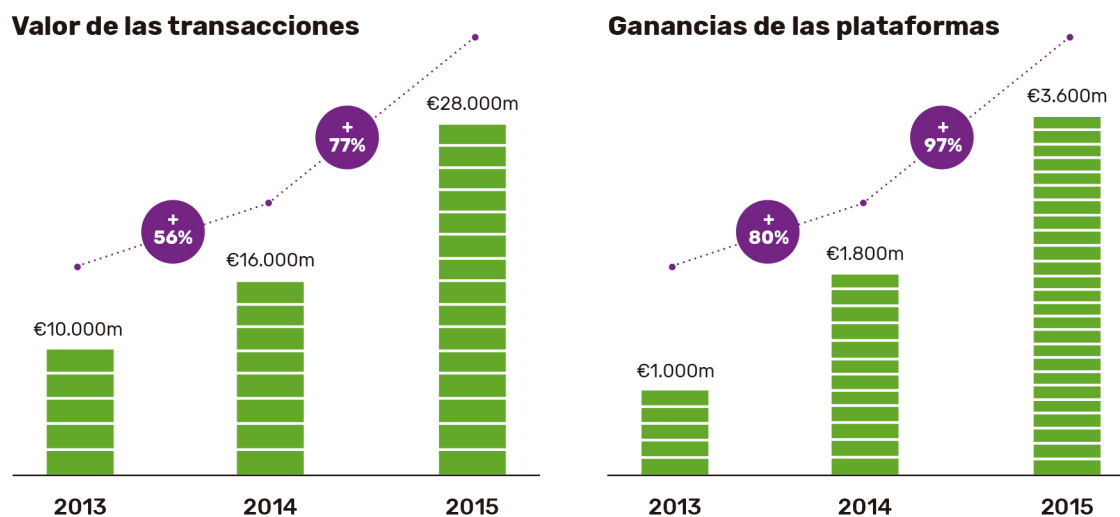
3. IMPACTO ECONÓMICO DE LA EC

No hay duda de que la EC está cambiando la faz de muchas industrias. En esta sección examinaremos su impacto económico.

En 2016, una encuesta del Eurobarómetro (Unión Europea, 2016) reveló que más de la mitad de la población de la Unión Europea (UE) tiene conocimiento acerca de la EC, y que 1 de cada 3 internautas utilizan plataformas de EC al menos una vez al año. A su vez, más del 5% de la población de la UE suministra productos y servicios a través de este tipo de plataformas (gráficos 1 y 2). Del mismo modo, en Estados Unidos, según datos de eMarketer (2016), el 50% de los adultos consultados afirmó haber utilizado plataformas digitales para adquirir bienes de segunda mano.

La consultora PwC (2014) estimó que los ingresos asociados a este tipo de servicios fueron de alrededor de €16.000 millones durante ese año. En 2016, la estimación ha subido a €28.000 millones, y se espera que, de continuar esta tendencia, llegará a superar los €335.000 millones en 2025. Claramente, estas cifras muestran que no estamos en presencia de una moda pasajera o de una reacción puntual a la crisis económica, sino del futuro de muchos sectores de la economía.

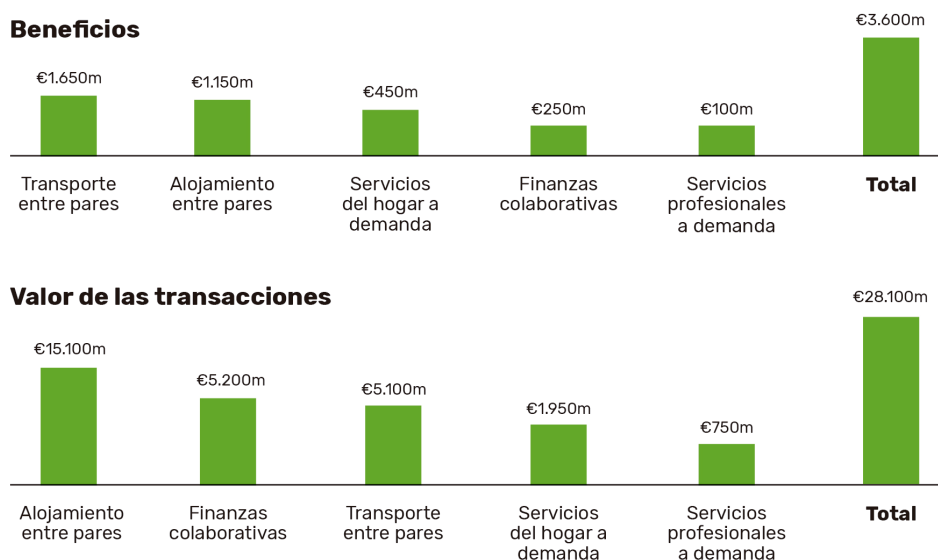
Gráfico 1. Beneficios y total del valor de las transacciones facilitadas por plataformas de economía colaborativa en Europa, 2013-15



Fuente: Análisis de PwC (2016).

El crecimiento mencionado se explica por la alineación de incentivos, que favorecen la generación de ingresos al proveedor de los servicios. En promedio, más del 85% del valor de las operaciones facilitadas por plataformas de EC lo recibe el proveedor y no la plataforma (Vaughan y Daverio, 2016). Esta posibilidad de generar ingresos es una de las principales motivaciones de los usuarios proveedores en las plataformas.

Gráfico 2. Beneficios y valor de las transacciones en los cinco sectores clave de la economía colaborativa en Europa, 2015



Fuente: Análisis de PwC (2016).

A los inversores les atraen los mercados digitales (*marketplaces*) por “la relativa baja exigencia de capital y la enorme rentabilidad en caso de que adquieran una cierta escala”. No obstante, los modelos de ingresos que utilizan plataformas varían significativamente entre los sectores e incluso dentro de ellos. La mayoría adopta un enfoque basado en una comisión fija o variable, que varían entre 1% y 2% en los préstamos P2P, y alcanzan el 20% en servicios de transporte a cambio de un pago (Vaughan y Daverio, 2016). Con todo, a las plataformas les está resultando difícil conseguir que estos ingresos se conviertan en beneficios. La rentabilidad ha mejorado en muchos de los mercados más maduros, pero el actual costo de adquisición de cliente tendrá que demostrar su rentabilidad en la próxima fase de crecimiento. Uber perdió US\$1.200 millones en la primera mitad de 2016, principalmente como consecuencia de los subsidios a los conductores (Newcomer, 2016).

Otra métrica interesante al considerar el impacto económico de la EC es el volumen de las inversiones en empresas nacientes (*startups*) del sector (cuadro 1). Los datos más usados por la industria los mantiene el consultor Jeremiah Owyang (Owyang, 2016), quien recoge más de US\$33.000 millones en inversiones.

Cuadro 1. Resumen de la financiación del sector de EC

Resumen de la financiación	Valores
Financiación total del mercado	\$33.010.355.361
Fecha de última actualización	17/09/2015
Duración del análisis	15 años
Total de empresas nacientes financiadas	274
Total de rondas de financiación	797
Industrias analizadas	13
Media de rondas de financiación por año	53,1
Valor medio de las rondas de financiación	\$42.539.118
Financiación media por empresa naciente	\$120.475.749

Fuente: Elaboración propia.

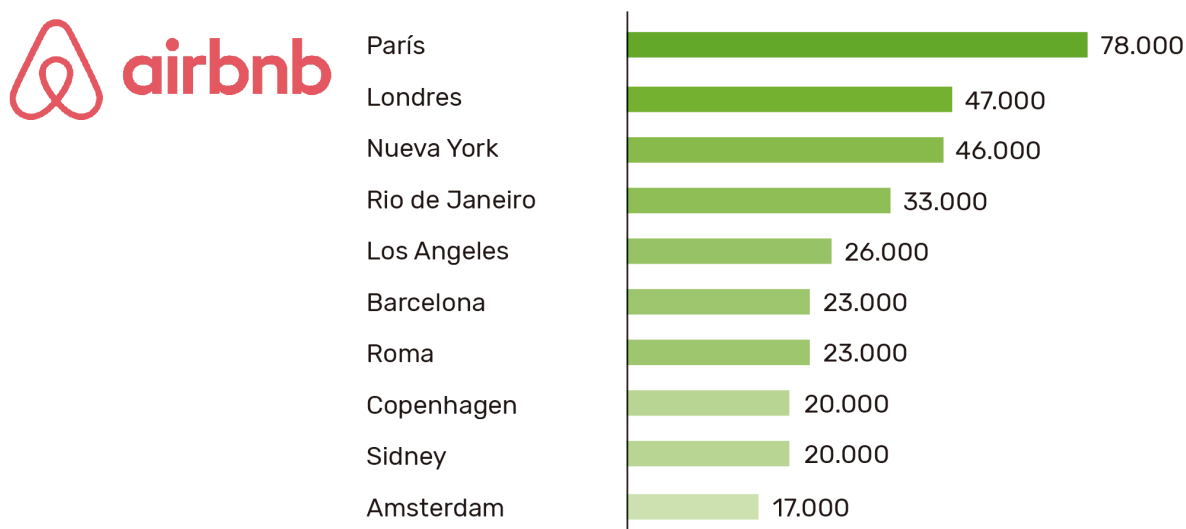
La capitalización de empresas cuyo modelo de negocios se basa en utilizar plataformas digitales es enorme, y ello es obviamente un atractivo para los inversionistas. Esta inversión masiva deriva en empresas con valoraciones astronómicas como Uber (US\$68.000 millones), Airbnb (US\$30.000 millones) o WeWork (US\$16.000 millones).⁴ Esto hace que Uber valga el doble que Renault o que Airbnb se encuentre a la altura de cadenas hoteleras como Hilton o Marriot.

En América Latina, la EC también está desarrollándose con fuerza e impactando principalmente en los mismos sectores que en otras regiones (movilidad, turismo, finanzas), ya

⁴ Esta página del Wall Street Journal mantiene datos actualizados: <http://graphics.wsj.com/billion-dollar-club/>.

sea a través de plataformas propias o del crecimiento sostenido de plataformas internacionales. Por ejemplo, según datos del BID/FOMIN (2016), Rio de Janeiro es hoy la cuarta ciudad del mundo en ofrecer plazas a través de Airbnb, con 33.000 propiedades, detrás de mecas del turismo como París, Londres y Nueva York (gráfico 3). La empresa abrió recientemente su división especial para América Latina, ya que la mayor parte de la adopción del modelo se había desarrollado de manera natural y orgánica, con un mercado que viene creciendo al 200% anual en varios países de la región.

Gráfico 3. Número de anuncios de Airbnb en ciudades a nivel mundial, 2016



Fuente: Airbnb Data & Analytics.

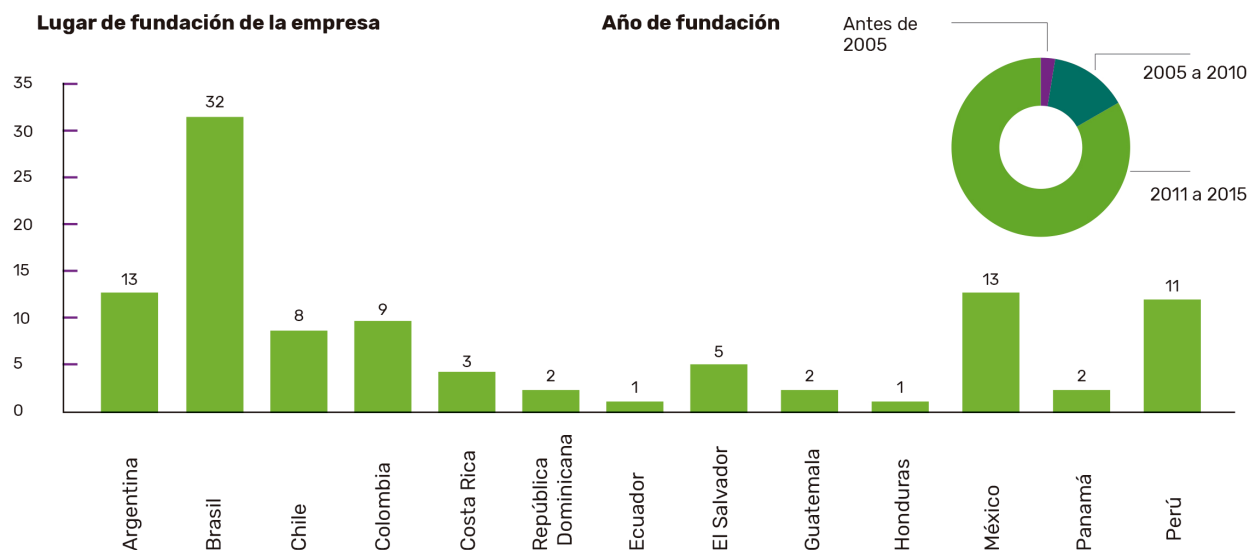
Nota: Los anuncios se refieren a apartamentos enteros, habitaciones privadas y habitaciones compartidas.

Del mismo modo, en México, Uber está creciendo 20% por semana y, para este año, se espera un fortalecimiento de sus inversiones en sitios como Puebla y Querétaro (FOMIN, 2016). Esto se debe, principalmente, a que los usuarios valoran la seguridad que ofrecen –gracias al seguimiento del GPS– los datos del conductor y el registro de viajes, lo que le permite al usuario valorar su experiencia e informar fácilmente acerca de algún problema u objeto perdido.

En el ámbito del financiamiento colaborativo (*crowdfunding*), el BID/FOMIN (2014, 2015) han publicado varios informes para analizar la situación en México y Chile, que incluyen análisis de los ecosistemas locales, el entorno normativo y cultural, etc. En estos informes se concluye que el financiamiento colaborativo se percibe como una herramienta de inclusión financiera y un nuevo canal para el financiamiento de emprendedores y de pequeñas y medianas empresas. Según estos informes, en México hubo un crecimiento cercano al 500% en el período 2011-15, mientras que se espera que se creen 300 nuevas empresas y 700 nuevos empleos para 2017.

Otra métrica es el número de iniciativas del sector colaborativo en cada país. Bajo este prisma, en el informe presentado por el FOMIN y el Instituto de Empresa (Pérez Garrido y Buenadicha, 2016), Brasil, México, Argentina y Perú están a la delantera, concentrando el 69%. La gran mayoría de las iniciativas surgieron en los últimos cinco años y son aún de un tamaño modesto (gráfico 4).

Gráfico 4. Proyectos de economía colaborativa en América Latina



Fuente: FOMIN (2016).

Ricardo Pérez Garrido, Director de la Maestría en Gestión y Negocio de la Escuela de Negocios IE, comenta: "la ventaja de compañías como Uber o Airbnb en este ámbito hacen difícil que las iniciativas locales tengan mucha tracción. En cambio, en otros ámbitos donde los contextos locales tengan mayor relevancia, como educación, manufactura o medio ambiente y agricultura se vislumbran mayores posibilidades de crecimiento, siempre que las nuevas regulaciones acompañen" (FOMIN, 2016).

Sin embargo, no todo el impacto de la EC es económico ni es posible cuantificarlo de manera precisa. De hecho, los indicadores existentes respecto a la actividad económica, por ejemplo el Producto Interno Bruto (PIB), no capturan oportunamente los elementos que configuran esta nueva realidad fundamentada en micro-operadores que ofrecen sus servicios a través de plataformas digitales. Esta falta de métrica adecuada de los indicadores tradicionales se acentúa en aquellas actividades sin ánimo de lucro, en tanto que se fundamentan en la noción de compartir. Así, se perfila la necesidad de redefinir y/o crear nuevos índices para poder medir este fenómeno adecuadamente.

4. ¿POR QUÉ LE INTERESA LA EC A AMÉRICA LATINA?

Veamos ahora por qué la EC es de interés para América Latina. Hay retos importantes que esta nueva modalidad de intercambio económico puede ayudar a resolver.

En primer lugar, la EC puede ser un instrumento eficaz para enfrentar el problema de la desigualdad en la región. Los modelos de negocio digitales pueden abrir las puertas a oportunidades de inclusión social y económica. Esto se logra debido a que con ella se promueve la creación de redes de pequeñas empresas y la transformación de comunidades a través del desarrollo de capacidades relacionadas con Internet y las tecnologías móviles. Los

mercados digitales permiten que casi cualquier ciudadano pueda convertirse en oferente de bienes y servicios, con pocas barreras de entrada, a cambio de una remuneración.

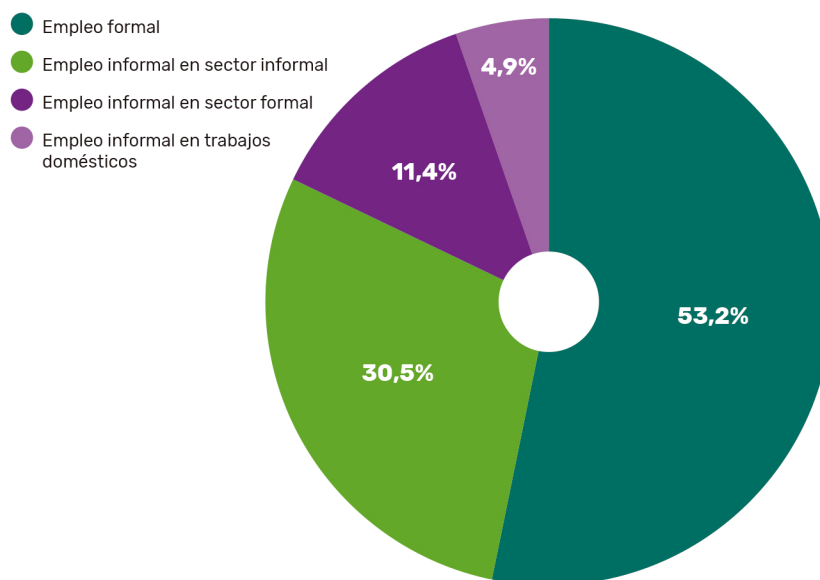
Por otro lado, esta modalidad promueve una mayor autosuficiencia de comunidades locales para utilizar eficientemente sus escasos recursos. En este aspecto es importante volver a considerar la diversidad de actores en la EC que van mucho más allá de las grandes empresas nacientes. En lo local y lo comunitario es seguramente donde existe una mayor posibilidad de impacto social de este tipo de economía, dado que permite satisfacer una necesidad social a la vez que genera una oportunidad económica. Buenos ejemplos de ello son los huertos comunitarios, los *Repair Cafés*, los bancos de tiempo (adbd.org) o las monedas locales. Los modelos colaborativos representan una gran oportunidad para las poblaciones excluidas, al eliminar barreras o bajar los costos de acceso a ciertos bienes y servicios, por ejemplo, en mercados de segunda mano. Según Fraiberger y Sundararajan (2016), el efecto positivo de la EC se da en los estratos sociales con menores ingresos. Este potencial no ha sido desarrollado hasta ahora y el estudio muestra que por el momento las que usan las plataformas digitales son las clases media y alta. El potencial teórico de los beneficios más universales aún no se ha materializado.

En tercer lugar, el potencial de la EC para reducir la informalidad de la economía en América Latina es otro de los factores que hacen que estos modelos digitales sean particularmente interesantes (gráfico 5). La digitalización de las transacciones en las plataformas colaborativas representa una gran herramienta para formalizar esta economía. A la vez, con una buena regulación se puede dotar de mayores derechos y seguridad a los participantes.

Gráfico 5. Empleo formal e informal

46,8% de los trabajos en América Latina son informales.

La mayoría del empleo informal existe dentro del propio sector, pero 11,4% de los trabajadores tiene un trabajo informal dentro de un sector formal.



Fuente: OIT (2014).

Otra cuestión es que la EC puede contribuir eficazmente a atenuar problemas asociados con la urbanización creciente experimentada en la región. ALC es la segunda región más urbanizada del planeta y la tendencia indica que aproximadamente el 87% de su población estará viviendo en ciudades en las próximas décadas. Este rápido ritmo de urbanización crea enormes desafíos para los municipios y afecta su capacidad para gestionar la calidad de vida de los ciudadanos de forma eficaz. Poner a los ciudadanos en el epicentro, hacer un uso inteligente de la tecnología y aplicar una mirada colaborativa sobre el conjunto de las actividades en la ciudad es el objetivo de la EC en pos de la construcción de ciudades colaborativas (también conocidas como “*smart cities 3.0*”).

SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS POSITIVO DE LA EC

1. DIVERSIDAD DE ACTORES EN LA EC

Los medios de comunicación generalistas y muchos informes acerca del fenómeno de la EC tienden a sobresimplificar a los actores existentes en este campo, hablando solo de las empresas nacientes y especialmente de los casos muy conocidos. Esto no es así, ya que existe una alta diversidad tanto de sectores como de visiones y formas de concebir la función de la plataforma de EC que deben ser entendidos de manera adecuada para poder avanzar con el análisis de esta industria en ciernes. La EC tiene muchos más actores, que se resumen en términos de su propósito y función en el cuadro 2.

Cuadro 2. Actores de la economía colaborativa

Propósito/Función	Definición	Ejemplos
Con ánimo de lucro	Entidades con ánimo de lucro que realizan actividades de compra/venta, alquiler/préstamo, intercambio, trueque o regalo/donación con la ayuda de tecnologías de la información que reducen de manera considerable los costos de transacción y facilitan los intercambios entre desconocidos.	Internacionales: Airbnb BlaBlaCar Ebay Car2Go Zipcar Locales: LittleBigMoney Entrada Fan A Dedo 5Bogota Idea.me Coworkings
Empresa social/Cooperativa/Empresas B	Motivaciones sociales y medioambientales tienen prioridad respecto al lucro económico. En las cooperativas la propiedad es compartida.	Etsy (B-Corp) SomMobilitat Asociación de Bancos de Tiempo La Colmena que dice Sí Ecrowd RobaAmiga

Sin ánimo de lucro	Actores cuya motivación principal es avanzar en su misión y/o propósito	Goteo Huertos compartidos Freecycle NoLoTiro.org Rhizomatica YoNoDesperdicio
Comunidad	Actores enfocados en la escala local y/o barrial con una diversidad de estructuras legales, aunque las entidades sin ánimo de lucro y los modelos informales son los más habituales. La mayoría de las transacciones no se monetizan. El uso de las tecnologías de la información es más modesto con un énfasis en el contacto y las relaciones humanas. A menudo y de manera explícita se concentran en conseguir la sostenibilidad en el ámbito local.	SocialToy 1010 ways to buy without money Jardines comunitarios Grupos de consumo Bancos de tiempo Arbolibros El Campo de la Cebada
Sector público	A diferencia de los casos anteriores, las entidades del sector público están sujetas a rigurosos estándares de responsabilidad, transparencia y legitimidad. Pueden usar su infraestructura más sofisticada para apoyar o crear acuerdos con el resto de los actores a fin de promocionar nuevas formas de compartir la ciudad, aunque con una respuesta a los intereses de todos los ciudadanos (algunos de los cuales no estarán involucrados en estas actividades) y a organismos de gobierno superiores.	Bibliotecas municipales Servicios de bicicleta compartida pública Reparat millor que nou (AMB) Renova la teva roba (Ayuntamiento de Barcelona) Compra pública con criterios en favor de los actores de la ciudad colaborativa Monedas locales con apoyo municipal (Bristol, París, etc.)

Fuente: Elaboración propia sobre la base del estudio *Local Governments and the Sharing Economy* de Cooper y Timmer (2015).

La taxonomía antes enunciada, basada en el propósito y la función de los diversos actores de la EC es relevante para crear políticas públicas diferenciadas que incentiven la tipología de las actividades que las administraciones consideren más oportunas –en pos de una EC “responsable”– y desincentiven o dificulten aquellas que se consideren menos adecuadas.

El sector público como demandante y oferente de bienes y servicios, por su tamaño e influencia, puede desempeñar un papel crucial en promover mecanismos basados en la EC. Por un lado, la compra pública usualmente representa un elevado porcentaje del PIB de un país. Como consumidora o demandante de servicios de plataformas, la Administración Pública

puede utilizar estos mecanismos para promover criterios de neutralidad a la hora de contratar servicios tales como alojamiento o transporte mediante el uso de plataformas. El Reino Unido ha alentado a sus funcionarios a que utilicen este tipo de nuevas plataformas para conseguir una reducción de costos, mediante viajes en automóviles compartidos (*carsharing*) y/o el alojamiento en casa de particulares. Algunos ayuntamientos han reducido la flota propia de vehículos y usan servicios de transporte en automóviles compartidos.

La neutralidad en la compra pública es especialmente relevante en términos de competencia, dado que de lo contrario se podría estar restringiendo la contratación indebidamente, contemplando una única tipología de operadores, es decir los tradicionales. Por otro lado, como generadora de oferta en las plataformas, la Administración dispone de abundantes recursos (espacios, material, personal, dinero, ideas, etc.) a menudo infrautilizados. Ayuntamientos como el de Seúl han creado plataformas que permiten optimizar el uso de los espacios de los que dispone la Administración.⁵ También, varias administraciones públicas en España han creado y utilizado pequeños fondos en campañas de financiamiento colaborativo siguiendo la idea del 1+1 (*matchfunding*) que propone Goteo.org (infografía 1).⁶ Si un ciudadano pone €1 en el proyecto, la Administración pone otro proveniente de este fondo.

Infografía 1. Ejemplo de convocatoria de Goteo.org



Fuente: <https://www.goteo.org/discover/calls>.

Como proveedora de servicios, la Administración pública debería considerar la posibilidad de recurrir a pares para la prestación de servicios en el marco de las políticas públicas que implementa. Por ejemplo, la Administración podría prestar el servicio de guardería o de asistencia a personas mayores no solo a través de residencias, sino recurriendo a personas que trabajen por cuenta propia en esta actividad, por ejemplo, madres de día. En Bélgica, por ejemplo, utilizan esta modalidad para el transporte particular de personas mayores y cuentan con más de 3.000 voluntarios.⁷ Se trata de no condicionar el gasto público en favor de una u otra forma estructural de prestación de un servicio.

⁵ <http://www.shareable.net/blog/sharing-city-seoul-a-model-for-the-world>.

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=mqXo13RL5H0>.

⁷ <https://www.centraledesmoinsmobiles.be/>.

2. CARACTERÍSTICAS DE LAS PLATAFORMAS BI-DIRECCIONALES

La idea principal de la colaboración implícita en la EC es el hecho de facilitar el acceso a bienes o servicios para satisfacer nuestras necesidades sin tener que ser propietarios. Esta hipótesis se denomina Consumo Basado en el Acceso, y es destacada por Botsman (2010), entre otros autores. Además, este paradigma económico, al igual que los términos explicados con anterioridad, está estrechamente relacionado con las relaciones entre personas y el progreso de las comunidades.

La EC tiene un modelo estructurado sobre canales y plataformas tecnológicas de participación que son autónomas e independientes y que han asentado sus transacciones sobre la base de la confianza y la reputación. Los modelos de EC están alojados en plataformas digitales que permiten conectar la oferta y la demanda dinámicamente y en tiempo real.

Estas plataformas o redes de dos caras son bidireccionales o bilaterales (*two-sided platforms*; de aquí en adelante, plataformas bidireccionales o “PBD”). Estas plataformas operan en mercados que tienen por característica un grupo de usuarios que genera una externalidad sobre otro distinto, mediante una plataforma que los pone en contacto (mercados bilaterales).

Algunos ejemplos de mercados bilaterales incluyen:

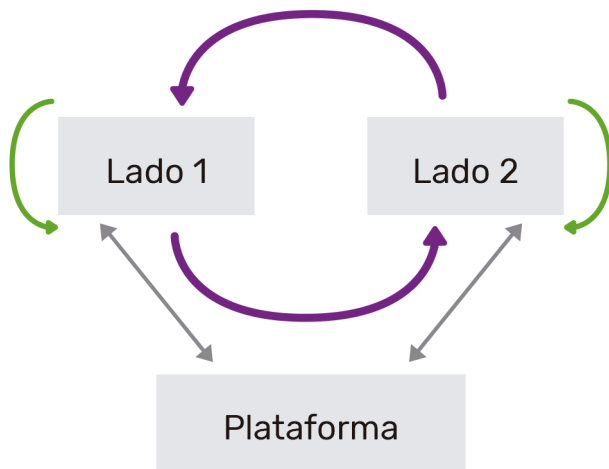
- 1) Las tarjetas de crédito, en cuyo caso los grupos que generan externalidades serían los comercios y los compradores. El hecho de que entre los compradores se extienda el uso de una tarjeta de crédito determinada genera que su aceptación sea más rentable por parte de los comercios. El efecto contrario también se da.
- 2) Las consolas de videojuegos, en cuyo caso los grupos son los consumidores finales y los programadores de videojuegos. Cuantos más programadores creen juegos para una determinada consola, más atractiva resulta para los consumidores; nuevamente, tenemos el efecto contrario.
- 3) Las agencias de citas.
- 4) Los sitios web de subastas.

La principal diferencia entre los mercados bilaterales y los mercados comunes es que en los mercados bilaterales el comportamiento óptimo de la plataforma no consiste en maximizar su beneficio sobre cada grupo de usuarios por separado; en estos mercados, el comportamiento óptimo suele ser el de subvencionar a un grupo de usuarios consiguiendo ganancias del otro grupo.

Normalmente, una plataforma bidireccional tiene dos grupos de usuarios distintos. Los miembros de al menos un grupo exhiben una preferencia con respecto al número de usuarios en el otro; estos se llaman efectos de red de lado cruzado. Los miembros de cada grupo también pueden tener preferencias con respecto al número de usuarios en su propio grupo; estos se llaman efectos de red del mismo lado. Los efectos de red a lo largo de la banda suelen ser positivos, pero pueden ser negativos (al igual que las reacciones de los consumidores ante la publicidad). Los efectos de red del mismo lado pueden ser positivos (por ejemplo, el beneficio de intercambiar juegos de video con más pares) o negativos (por ejemplo, el deseo de excluir a rivales directos de un mercado de negocio a negocio en línea). Por ejemplo, en mercados como eBay o Taobao, compradores y vendedores son los dos grupos. Los compradores prefieren un gran número de vendedores y, mientras tanto, los vendedores prefieren un gran número de compradores, de modo que los miembros de un grupo puedan

encontrar fácilmente a sus socios comerciales del otro grupo. Por lo tanto, el efecto de red transversal es positivo. Por otro lado, un gran número de vendedores implica una severa competencia entre ellos; entonces, el efecto de red del mismo lado es negativo. El gráfico 6 muestra estas relaciones.

Gráfico 6. Efectos de red de lado cruzado e iguales en una red bidireccional



Fuente: Elaboración propia.

Ni los efectos de la red transversal ni los efectos de la red del mismo lado son suficientes para que una organización sea una PBD. Al examinar los supermercados tradicionales, está claro que los compradores prefieren un mayor número de proveedores y una mayor variedad de productos, mientras que los proveedores valoran un mayor número de compradores. Sin embargo, un supermercado no califica como PBD porque no permite el contacto directo entre compradores y proveedores. Por otro lado, tales efectos de red no son necesarios para que una empresa sea vista como una PBD. Un ejemplo es la situación en que los organizadores de eventos de nicho implementan un servicio de venta de entradas gestionado por un pequeño proveedor de billetes en línea en sus sitios web. Los consumidores se afilian con el proveedor del boleto en línea solamente cuando visitan el sitio web para comprarlo. Sin embargo, los efectos de red de lado cruzado y los efectos de red del mismo lado son comunes en las PBD.

En la PBD, los usuarios de cada lado suelen requerir funcionalidades muy diferentes de su plataforma común. En las redes de tarjetas de crédito, por ejemplo, los consumidores requieren una cuenta única, una tarjeta de plástico, acceso al servicio de atención al cliente por teléfono, una factura mensual, etc. Los comerciantes requieren terminales para autorizar transacciones, procedimientos para presentar cargos y recibir el pago, cartelera que indica que se acepta la tarjeta, etc. Dadas estas diferentes necesidades, los proveedores de plataformas pueden especializarse en servir a los usuarios en un solo lado de una red de dos caras. Una característica clave de los mercados de dos caras son las nuevas estrategias de precios y modelos de negocio que emplean. Con el fin de atraer a un grupo de usuarios, el patrocinador de la red puede subvencionar al otro grupo de usuarios. Históricamente, por ejemplo, el formato de documento portátil de Adobe (PDF) no tuvo éxito hasta que la empresa ofreció el lector de PDF sin costo, lo cual aumentó sustancialmente las ventas del escritor de PDF.

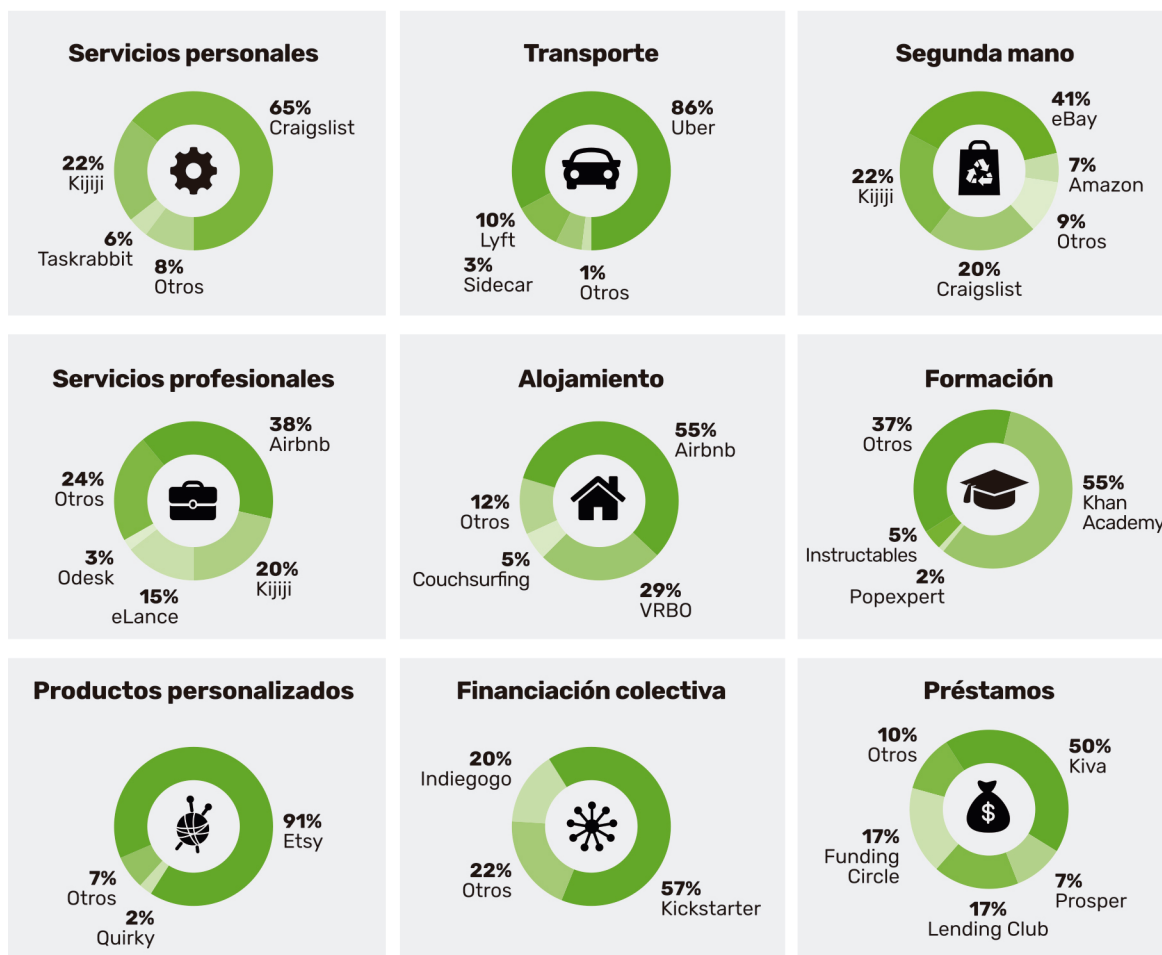
Estas plataformas permiten integrar varios elementos constitutivos de la EC, a saber: i) se pone en relación directa a los usuarios (P2P), lo que excluye las relaciones B2C (casos como Zipcar, Bicing, etc.); ii) la relación se construye a través de la intermediación que ofrece una plataforma o una comunidad de usuarios que conecta la oferta y la demanda, y iii) la intermediación, además, pone en circulación algunos recursos (bienes, habilidades, dinero, etc.) – infrautilizados o no⁸ sin que esto llegue a poder asimilarse a una relación laboral o relación entre proveedor y servicio.

- La confianza como base del funcionamiento de las PBD

La clave del éxito de las PBD es la confianza en las transacciones que se llevan a cabo a través de ellas. Campbell Mithun (2012) indica que “los potenciales usuarios están más preocupados por la seguridad que por la disponibilidad de productos”. Este estudio identificó a la desconfianza como la principal barrera para el consumo compartido, y un 67% de los participantes mencionan este factor como el principal obstáculo a este movimiento. Por otra parte, un informe realizado por la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) en 2014, concluyó que “muchos de estos intercambios se basan en la confianza: puedes compartir con desconocidos lo que compartirías con tus amigos”.

⁸ Aunque muchas definiciones resaltan el aspecto de la “infrautilización”, lo cierto es que la naturaleza de la actividad es la misma, independientemente de si el bien se encuentra o no ocioso. Otra cuestión es que específicamente se pueda considerar desde el punto de vista semántico que corresponde el término EC. El impacto económico de la actividad y los retos que plantea son los mismos independientemente de esa consideración.

Gráfico 7. Los consumidores prefieren las marcas conocidas en la EC



Fuente: <http://www.web-strategist.com/blog/2015/12/07/why-a-strong-brand-matters-in-the-collaborative-economy/>.
 Nota: Se preguntó acerca del servicio de economía colaborativa que se había utilizado la última vez.

Se pueden identificar tres técnicas que se centran en reducir la distancia social percibida, lo cual –como se ha demostrado experimentalmente de forma repetida en diferentes estudios basados en la teoría de juegos– aumenta la confianza:

- 1) La barrera que impide que otros confíen en nosotros puede ser salvada revelando información propia (es más fácil pedir prestado un coche mostrando una cuenta de Blablacar con 20 valoraciones positivas).
- 2) La barrera de confianza también puede salvarse señalando personas, lugares o intereses en común entre dos desconocidos, es decir, induciendo homofilia entre aquellos que no sabían que eran iguales (Tinder y otras aplicaciones de citas han encontrado esta técnica muy efectiva).
- 3) La barrera de confianza se puede salvar también si una tercera parte en la que las otras dos confían está dispuesta a garantizar la transacción al conocer lo suficiente a los intervinientes (por ejemplo: compañías de seguros y plataformas de EC).

A su vez, se pueden identificar tres dimensiones del papel que juega la confianza en la EC a fin de contribuir a su desarrollo. Una primera dimensión de la confianza tiene que ver con la manera como se construye la confianza entre usuarios dentro de la plataforma P2P. Para que en una plataforma se puedan dar transacciones entre pares productores y pares consumidores, estos deben poder confiar los unos en los otros. En este sentido es de central importancia verificar la identidad de los participantes y recopilar opiniones a través de reseñas acerca de las interacciones que se han dado en la plataforma. Resulta evidente que la marca y la empresa que operan la plataforma son un primer indicador (gráfico 7), o información que sirve a los usuarios para decidir si optan por una u otra vía. Aquí el trabajo en mercadeo y medios de comunicación resulta esencial.

Un estudio de BlaBlaCar y la Universidad de Nueva York (2016) identifica factores clave para construir esta confianza sobre la base de perfiles digitales de personas que no conocemos. “Ser capaces de generar confianza entre desconocidos cambia las reglas del juego en la sociedad”, certifica Frédéric Mazella, co-fundador de BlaBlaCar. Desde luego, aunque las reseñas son parte esencial de esta fuente de confianza hay que reconocer sus límites. Existe el riesgo de manipulación de dichas críticas tanto por parte de los usuarios (pensemos en competidores del servicio, por ejemplo, un restaurante o un producto), de los prestadores de servicios (para mejorar su calificación) o hasta de las mismas plataformas para generar más negocio ampliando la base de productos o servicios gracias a reseñas. En vista de este riesgo moral, el papel de la Administración Pública debería ser, por un lado, contribuir a asegurar la veracidad de los datos publicados, y por el otro, facilitar la portabilidad de la reputación (datos del usuario en el fondo) entre plataformas, a fin de favorecer una mayor competencia entre ellas.

Una segunda dimensión se relaciona con la confianza en el funcionamiento de la plataforma. Este nivel es crítico para el éxito del consumo colaborativo. Los usuarios utilizan las plataformas que les generan mayor confianza. Es especialmente relevante atraer a los mejores pares productores/prestadores de servicios que ofrece la plataforma, ya que sin ellos la baja calidad de la plataforma no podrá satisfacer la expectativa de los usuarios, quienes preferirán optar por los mecanismos convencionales de intercambio; es decir, mantener el intermediario tradicional en vez de conectar P2P.

Esto resulta particularmente claro en procesos transparentes que procuran verificar la identidad de los participantes; también es clave el tipo de verificación de antecedentes que se realiza. Para las plataformas de menor tamaño ya existen servicios de terceros, por ejemplo en la plataforma Jumio, especializada en servicios de verificación de identidad digital.

Ocasionalmente, la necesidad de dotar a la plataforma de confiabilidad obliga a sus desarrolladores a establecer más mecanismos. Es el caso de seguros adicionales que ofrecen plataformas como Airbnb o BlaBlaCar. En el caso de Airbnb se protegen algunos tipos de desperfectos en la casa del anfitrión y en el caso de BlaBlaCar se proporciona asistencia en carretera y asistencia legal en caso de incidentes. Otro mecanismo para elevar la confianza operativa en la plataforma es el uso de servicios y métodos de pago verificados y especializados en plataformas P2P. Como en el caso de los seguros o la verificación, esto no es la actividad principal de la plataforma, pero es una pieza imprescindible que debe integrarse. Es también una cuestión clave en la expansión internacional de las plataformas.

Una tercera dimensión de la confianza tiene que ver con la percepción cognitiva que tienen los usuarios de su experiencia al utilizar plataformas P2P.⁹ Muchos usuarios no utilizarán algo si lo perciben como alternativo, novedoso, ilegal o riesgoso. Por ello, la capacidad de atraer a consumidores que a su vez generen redes de confianza que permitan escalar a la plataforma es uno de los ejes vitales de su expansión. Por otro lado, es el problema central que debe enfrentar el regulador, como se verá en la tercera parte de esta nota.

3. LA EC Y LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

Merece mención especial el impacto que la EC, vista como un nuevo modelo productivo “a escala de 1” –es decir, afecta a todos los sectores– también tiene en las industrias creativas. En el estudio “La Economía Naranja, una oportunidad infinita” (Buitrago Restrepo y Duque Márquez, 2013), el BID destaca algo revelador: gracias a Internet el comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que el de bienes creativos.

Estos son algunos ejemplos de lo que ya está ocurriendo en el sector:

- 1) El financiamiento colaborativo a menudo contribuye al desarrollo de proyectos de industrias creativas. Existen plataformas especializadas, tales como Catarse, Idea.me o Patrocinarte, donde un buen número de proyectos son de industrias creativas.¹⁰
- 2) La artesanía y las manualidades se ligan con plataformas como Etsy, que permiten a cualquier creador vender fácilmente a todo el mundo. Gracias a Etsy, mucha gente ha conseguido hacer de su hobby su principal fuente de ingresos. La empresa con el programa Etsy Maker Cities colabora con los municipios en el desarrollo de la industria local.
- 3) Plataformas donde se ofrecen espacios comerciales que se utilizan de manera temporaria para realizar eventos o reuniones de todo tipo.¹¹
- 4) Para eventos masivos (Copa América, JJOO Rio, Maratón de Nueva York, grandes ferias, etc.), Airbnb ha estado celebrando acuerdos con las ciudades. En ocasión de grandes eventos culturales como los Carnavales de Rio y otras ciudades se pueden pensar acuerdos similares.
- 5) Además de hospedarse en casas particulares, los turistas también pueden cenar¹² con anfitriones y otros turistas en las ciudades que visitan o contratar un guía local experto en un tema concreto.¹³ Todo ello enlaza con la herencia cultural local.
- 6) También ha aparecido el llamado *crowdticketing* (preventa de entradas para conseguir que se realice un evento).¹⁴

⁹ Para comprender este concepto debemos explicar que es una red Peer-to-Peer o P2P. Es un término procedente del campo de la informática, el cual se utiliza para definir a una red de ordenadores conectados entre sí que trabajan como iguales y entre los cuales se intercambia todo tipo de información y archivos. Si se aplica este concepto a la economía y más concretamente al consumo compartido, podemos explicar la Economía P2P como la economía entre usuarios, los cuales operan como iguales y pueden intercambiar cualquier tipo de bien o servicio para satisfacer necesidades. Principalmente, esta relación entre usuarios se realiza a través de plataformas de Internet y por eso su similitud con el concepto de red P2P explicado anteriormente.

¹⁰ En Europa se ha lanzado <https://www.crowdfunding4culture.eu/>.

¹¹ Es el caso de <http://popplaces.com/> o <http://wimet.co/>.

¹² <https://www.eatwith.com/>.

¹³ <https://www.vayable.com/> o <http://5bogota.com/>.

¹⁴ En cine hay ejemplos como <https://screen.ly/> (en España) y en conciertos <http://bandtastic.me/> (en México, aunque cesaron operaciones en 2014).

- 7) Las entradas para eventos se venden de segunda mano en plataformas como Ticketbis y se comparten en Shareapass.
- 8) Compartir las cuentas de Netflix, HBO o Spotify también es posible, aunque en función de las circunstancias puede llegar a ser considerado ilegal.
- 9) Los grupos musicales pueden alquilar los instrumentos. En Vancouver, el ayuntamiento ha creado una biblioteca pública de instrumentos. También existen empresas nacientes especializadas.¹⁵ Es posible realizar conciertos en casas particulares¹⁶ o en bonitas terrazas.¹⁷

Estos cambios han incluso repercutido en la industria de la moda, ya que la ropa no se compra, se alquila¹⁸ o se compra/vende.¹⁹ A su vez, el diseño –más notoriamente el de los muebles– está en plena revolución, con proyectos como ficheros abiertos de diseño de muebles de oficina²⁰ o El Recetario (“upcycling” con procesos en abierto). También casas de código abierto se cuentan en este rubro.²¹ Por otro lado, al igual que el vídeo y la música, la industria editorial se está viendo afectada por el movimiento de varias maneras: modelos de compra/venta de toda la vida,²² alquiler de libros (de texto)²³ e incluso una clase de Spotify para libros digitales.²⁴

Todo esto plantea un reto claro en términos de propiedad intelectual para aquellos fabricantes que no usen licencias abiertas, es decir, permisos de uso indiscriminado a quien desee utilizarlas. Varios ejemplos evidencian el uso creciente de dichos permisos indiscriminados. ProyectoLatin utiliza libros de texto para universitarios con licencias abiertas.²⁵ En cuanto al uso masivo de licencias se puede mencionar a Creative Commons, en oposición al derecho de autor tradicional. En el ámbito de la música y más allá de los ejemplos conocidos, hay que seguir el proyecto MyCeliaForMusic, que propone una gestión de los derechos de autor mediante contratos inteligentes y tecnología Blockchain.

Las industrias creativas deberán estudiar de cerca el fenómeno del software abierto para poder adaptarse a la sociedad colaborativa. Afortunadamente, ya se está publicando material acerca de los beneficios del *copyleft*²⁶ en las industrias creativas de América Latina.

¹⁵ Por ejemplo, <https://www.gearlode.com/>.

¹⁶ <https://www.sofaconcerts.org/>.

¹⁷ <http://upstairsbcn.net>.

¹⁸ En sitios como <http://theclosetclub.eu/> (similar a Rent the Run Away).

¹⁹ <https://www.chicfy.com/> o <https://online.lastraperas.com/>.

²⁰ <https://www.opendesk.cc/>.

²¹ <http://www.wikihouse.cc/>.

²² <http://www.re-read.com>.

²³ <https://www.campusbookrentals.com/>.

²⁴ <http://www.nubico.es/>.

²⁵ <http://www.proyectolatin.org/>

²⁶ Se trata de una práctica de contratación de licencias de derechos de autor para permitir la libre distribución de copias y versiones modificadas de obras y otros trabajos, exigiendo que los mismos derechos sean preservados en las versiones modificadas (http://www.latinamerica-ipr-helpdesk.eu/sites/default/files/factsheets/es_copyleft_in_la.pdf).

TERCERA PARTE: ANÁLISIS NORMATIVO DE LA EC

1. ÁMBITO REGULATORIO DE LA EC

Habiendo repasado en la sección anterior la diversidad y escala de la EC, en esta sección se realizará un análisis situacional para ofrecer un conocimiento orientado a la acción y creación de estrategias adecuadas en la formulación de políticas públicas para el desarrollo inclusivo de la EC.

La EC afecta un amplio espectro de normas jurídicas en diversos campos: la competencia entre empresas; las relaciones laborales dentro de las plataformas; las obligaciones fiscales, y la protección de los usuarios (gráfico 8). La dimensión poliédrica de la EC hace que, a menudo, las leyes de nuestro sistema normativo, concebidas para regular mercados estables o consolidados propios de la Economía Industrial y sin sujeción a los cambios tecnológicos disruptivos característicos de la Economía Digital, carezcan de una solución jurídica apropiada a situaciones que ocurren en un entorno digital. La frenética evolución tecnológica, con su realidad cambiante, complica la tarea de anticipación del legislador a los nuevos horizontes.

El impacto de los modelos de negocio digitales sobre las normas jurídicas de derecho público ha sido especialmente marcado, pues en gran medida este surgió para atenuar las diferencias de ingreso resultantes de la dinámica espontánea del mercado. El derecho laboral, el de protección al consumidor, el impositivo y el de la competencia se desarrollaron todos bajo esa impronta. Sin embargo, ahora la Economía Digital ha vuelto a reavivar dichas diferencias de ingresos al reducir los costos de transacción impuestos por dicha legalidad vigente.

Los agentes que concurren en el mercado de la EC –empresas establecidas, asociaciones de consumidores y de profesionales, etc.– se han visto afectados por estos nuevos modelos de negocio, y reclaman soluciones jurídicas que sirvan para interpretar o regular las zonas de claroscuros inherentes a este nuevo modelo económico, mientras que otras voces se oponen a una regulación específica.

Gráfico 8. Regulación de la economía colaborativa



Fuente: Elaboración propia.

¿Cuál ha sido la respuesta de las autoridades públicas ante la presión sobre la regulación existente?

De manera general, ha habido dos grandes líneas de respuesta por parte de las administraciones públicas: el primer impulso ha sido limitar, restringir y prohibir la actividad de las empresas que operan con base en este modelo. Para ello, se han amparado en la prohibición impuesta a estos nuevos competidores de operar en el mercado sujeto a monopolio legal a favor de las empresas ya establecidas. Sin embargo, las falencias y limitaciones de este enfoque han conducido a muchos reguladores y autoridades a adoptar una posición más cautelosa, que intenta primero entender el fenómeno que se debe regular para luego modificar la normativa y adaptarla a esta nueva realidad, a fin de ponerla en vigor.

Esta posición racional pareciera estar imponiéndose en el criterio de las autoridades. En la presentación de la Agenda Europea de la EC (2016), la Comisión Europea recomienda reducir la necesidad de autorizaciones o licencias (para las plataformas), de modo tal que solo sean obligatorias para alcanzar objetivos de interés público. "Parece pues difícil que la normativa vigente pueda dar una respuesta satisfactoria. En otros términos, la regulación actual, en el mejor de los casos, no contemplará estas iniciativas, por lo que se situarán en un entorno de alegalidad y, en el resto de supuestos, caerán directamente en la ilegalidad" (Autoridad Catalana de la Competencia, 2016).

Ante las dificultades para adaptarse al acelerado ritmo del cambio tecnológico disruptivo se ha desarrollado una dinámica autoregulatora dictada por la misma sinergia del mercado, esto es, antes de toda intervención pública. En otras palabras, el legislador ha ido a la zaga en el proceso de identificación de estándares de conducta, que usualmente son “internalizados” por los propios patrones de comportamiento establecidos por la competencia intraindustria. Por ello, las plataformas, lejos de representar entornos ausentes de regulación, constituyen entornos con un contenido normativo relevante, si bien es cierto que se trata de una aproximación reguladora diferente a la clásica, pues se basa en la autorregulación. A modo de ejemplo, Uber y Airbnb son ecosistemas fuertemente autorregulados. Uber introduce determinadas condiciones de acceso (requisitos previos para poder prestar el servicio; por ejemplo, en California, verifica los antecedentes penales), un costo determinado (de forma dinámica a través de un algoritmo), la evaluación de los conductores por parte de los usuarios, etc. De forma similar, Airbnb regula los mecanismos de pago, verifica la identidad de los usuarios y ofrece garantías a quien alquila el domicilio a través de su plataforma.

Al competir en el mercado, las empresas desarrollan mecanismos de autorregulación por el interés de generar confianza basada en la reputación, que incluye calificaciones positivas de los usuarios. Por lo general, la cantidad de información a disposición de las plataformas es tal que les permite hacer un ejercicio de regulación más eficaz que el convencional, impuesto por el Estado. No obstante, en ciertos momentos y aspectos, los mercados digitales no parecerían tener suficientes incentivos para autoregularse. Por ejemplo, si la oferta de viviendas para un alquiler de corta duración se concentra especialmente en una determinada zona, se puede producir un problema de congestión. Del mismo modo, si todo el mundo quiere llevar a cabo una actividad de transporte de viajeros por carretera, es posible que las propias calles y carreteras se colapsen. En cambio, los poderes públicos, en calidad de garantes del interés general, se encuentran probablemente en una mejor posición que estas plataformas al intentar aminorar estas externalidades negativas. Precisamente, la cuestión de la congestión ha sido uno de los motivos que han llevado a las autoridades de California a considerar que aplicaciones como Uber no son solo una aplicación, sino empresas de transporte en redes ("Transportation Networks Company"), ya que crean costos adicionales al sistema de transporte público.²⁷

Problemas de acción colectiva como estos sugieren la necesidad de dictar regulaciones para atender casos puntuales. Otros ámbitos de regulación igualmente relevantes son la competencia entre plataformas, los derechos de los consumidores, el impacto de estos modelos sobre las relaciones laborales y las obligaciones tributarias de las plataformas con las autoridades de la jurisdicción donde operan.

2. DEFENSA DE LA COMPETENCIA EN LAS PLATAFORMAS DE EC

Desde la perspectiva de la regulación de defensa de la competencia, la principal objeción a las plataformas digitales colaborativas es que conducen a la concentración del mercado debido a los retornos crecientes que generan. Sin embargo, otros (por ejemplo, De León, 2016) estiman que la disrupción tecnológica causada por los modelos de negocio basados en PBD introduce presión competitiva sobre las empresas ya establecidas en el mercado, cuyos modelos de negocio son ineficientes para atender la demanda. Al ingresar al mercado, las plataformas

²⁷ “Order Instituting Rulemaking on Regulations Relating to Passenger Carriers, Ridesharing, and New Online-Enabled Transportation Services.” Reglamentación 12-12-011 (presentada el 20 de diciembre de 2012). Disponible en: <http://docs.cpuc.ca.gov/PublishedDocs/Published/G000/M077/K112/77112285.PDF>.

digitales crean innovación disruptiva y tienen una capacidad enorme para aprovechar economías crecientes que les permiten ocupar el liderazgo del mercado en poco tiempo. Sin embargo, su presencia en sí misma es disruptiva del status quo, y por ello, la discusión sobre cuál forma corporativa promueve la concentración o la diluye es engañosa, pues todo depende del punto de vista que tenga el analista sobre cuánta concentración es aceptable, o por el contrario, cuál es el grado de amenaza a la competencia en el mercado.

Por esta razón, la solución de las políticas públicas debería ser neutral en el sentido de no pronunciarse sobre la concentración o la cuota de mercado. Por el contrario, la política pública debería tener como objetivo romper las barreras legales al ingreso que crean “fortalezas” a favor de los ya establecidos en el mercado. Tal como indica la Autoridad Catalana de Competencia (2016) “las plataformas constituyen propuestas normativas en sí mismas y su éxito evidencia que los requisitos que supuestamente estarían incumpliendo muy probablemente resulten innecesarios o desproporcionados, aunque se encuentren recogidos en la normativa vigente”.

- **Reducción de los costos de ingreso**

La reducción de los costos de ingreso por motivo de la innovación tecnológica constituye un fuerte aliciente a la competencia. En los debates acerca de las autorizaciones y licencias a menudo se habla del concepto de nivelar el campo de juego. En este sentido, una idea central es que no parece equitativo que sujetos o empresas que se dedican a la misma actividad sean tratados de forma distinta.

Una de las características de Internet es que hay que pedir menos permisos para operar (por ejemplo, ¿qué se necesita para abrir un canal de YouTube con una audiencia global?). Ello ha forzado a que se replanteen las regulaciones y permisos tradicionalmente establecidos respecto de los operadores en Internet, pues la tecnología ha hecho desaparecer buena parte de los costos de acceso al mercado. El efecto agregado de los miles y miles de pares que operan a través de las plataformas generan un riesgo real de desplazar a los operadores del sector tradicionales, quienes comentan que la normativa actual les impide competir en igualdad de condiciones y por ello se querellan contra las plataformas por competencia desleal en el sector.

En principio, la regulación debe distinguir entre las distintas situaciones de quienes prestan un servicio ocasionalmente a través de una plataforma y quienes lo hacen con un oficio regular. A aquellos que no lo hacen de manera profesional se les puede seguir solicitando algún tipo de certificación de carácter universal, por ejemplo, la inspección técnica de vehículos en España (ITV), que deben aprobar todos los vehículos independientemente del uso. Otro ejemplo sería el carnet de manipulación de alimentos, que se podría exigir tanto al cocinero de un restaurante como a alguien que sirva cenas en su casa.

Para propiciar el desarrollo de esta modalidad de actividad, se considera necesario llevar a cabo una revisión normativa, sector por sector, que consista en identificar las barreras de entrada actualmente vigentes y valorar específicamente la necesidad y proporcionalidad. Esta revisión incluye las barreras de acceso que no cumplen con los requisitos de necesidad, utilidad, proporcionalidad o no discriminación.

La aplicación de principios de competencia ha devenido en una serie de parámetros regulatorios que nacen de la facilidad misma con la que estas plataformas pueden iniciar

operaciones, dada su viabilidad tecnológica. Por ello, para que la EC pueda desarrollarse de un modo competitivo debe revisarse la necesidad de estos permisos a la luz de la tecnología disponible (por ejemplo, si tenemos acceso a los datos del ejercicio de la actividad). El objetivo de las autoridades de defensa de la competencia, por lo tanto, parecería ser doble:

- 1) que exista un número suficiente de plataformas, y
- 2) que los oferentes y los demandantes puedan cambiar de plataforma con facilidad.

Sin embargo, hay algunos aspectos a considerar para que esto pueda ocurrir. La regulación que se exija a las plataformas (sobre todo pensando en las más grandes) no debería ser tan compleja como para ir en detrimento de la entrada de nuevos competidores con menos recursos y menor tamaño, ya que, de esa forma, se estaría accidentalmente repitiendo el esquema que ha favorecido al status quo colaborativo actual.

- Costos por cambio entre plataformas

La regulación a fin de facilitar el cambio entre plataformas actúa como incentivo para que la plataforma no reduzca las garantías de los usuarios, por ejemplo, en el ámbito de la portabilidad de datos, para evitar el bloqueo efectivo en una plataforma gracias a tener una reputación ligada al perfil. No obstante, incluso en escenarios donde los costos por cambio no sean teóricamente elevados, podría ocurrir que los usuarios se muestren reticentes al cambio. Por ejemplo, si preguntáramos cuántas personas han utilizado últimamente un buscador que no sea Google, la respuesta positiva seguramente sería muy minoritaria, y eso que la competencia se encuentra a un solo clic.

Elevar los costos por cambio resulta justificado si la decisión de permanecer en la plataforma surge del propio usuario al percibir que de esa forma recibe algún beneficio especial. Por ejemplo, si una plataforma invierte recursos en formar a los usuarios proveedores (por ejemplo, pagando u ofreciendo cursos de formación), parece lógico que quiera impedir que otra plataforma competidora se beneficie de esa formación. Si este trasvase de usuarios no se limita, es posible que las plataformas dejen de ofrecer los cursos.

Otro beneficio tiene que ver con la decisión de establecer mecanismos de filtro al acceso de usuarios que no cumplen con los estándares mínimos requeridos para que la plataforma pueda operar eficazmente. En general, las plataformas aplican algoritmos, que van afinando progresivamente el perfil de los gustos del usuario, con lo que los consumidores ven como su experiencia de usuario mejora progresivamente a medida que interactúan con la plataforma. Lo mismo ocurre con los mecanismos de evaluación posterior que se necesitan para proveer de estabilidad y confianza a la plataforma, como son los filtros por reputación que se dan a través de encuestas de opinión a los usuarios. En otras palabras, en vista de las normas de defensa de la competencia, un mecanismo de este tipo no debería ser considerado “discriminatorio,” pues provee al sistema de información útil para que pueda cumplir su finalidad.

Por estas razones, resulta engañoso referirse a las plataformas digitales como monopolios. La dinámica disruptiva es la consecuencia misma de la gestación de monopolios que persiguen ingresos supra competitivos para poder generar innovación, como ya indicó Schumpeter. El monopolio no es tal sobre el conjunto del sector. Los operadores tradicionales de transporte, turismo, finanzas, etc. no han dejado de existir, simplemente se han incorporado nuevos actores que son nativos digitales y que operan de un modo novedoso para ofrecer un servicio similar o equivalente. El “monopolio” de las plataformas tampoco es cierto, ya que existe la

posibilidad de que se incorporen nuevos actores al sector (Uber, Lyft, Didi, etc.). Lo que sí existe es una altísima concentración de la oferta y la demanda en una plataforma concreta, y probablemente este sea el punto que hay que analizar. Para ello, hay que comprender en buena medida los efectos de escala y especialmente los de red²⁸ que ejercen estas plataformas dominantes.

3. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Otro ámbito de regulación atañe a los usuarios de las plataformas. Este nivel regulatorio tiene que ver con las asimetrías de información que la regulación busca equilibrar, eliminándole al consumidor costos de búsqueda de información, a fin de que pueda elegir con la menor posibilidad de error. Sin embargo, en la práctica esto no contempla que muchas veces es el propio Estado quien crea esas asimetrías de información por medio de regulación legal.

La existencia de asimetrías de información que resulta del control unilateral de los datos de suscriptores o usuarios crea la necesidad de establecer parámetros regulatorios a favor del consumidor, a quien la legislación usualmente trata como “débil jurídico.” La legislación sobre consumidores se diseña para las transacciones en las que se debe proteger a una parte débil (por lo general el consumidor); sin embargo, en la EC se desdibuja la frontera entre consumidores y empresas debido a que se trata de relaciones multilaterales.

En la mayoría de países, el debate regulatorio se limita a estudiar cómo las plataformas y los usuarios pueden cumplir con la normativa actual pensada para una actividad profesional y a gran escala. Por ejemplo, en España, la normativa de alquiler de apartamentos turísticos está delegada en las 17 comunidades autónomas, lo cual genera confusión entre los consumidores y las normativas que los discriminan en función del destino.

Bajo el prisma de protección de los consumidores habrá que determinar las responsabilidades entre todas las partes implicadas, incluidas las Administraciones Públicas competentes en materia de consumo en su capacidad reguladora y sancionadora.

- **Responsabilidades de las plataformas**

Parece apropiado atribuir a las plataformas un grado especial de responsabilidad sobre el mercado que crean, ya que son el intermediario principal: tienen la información de los usuarios y ostentan la capacidad de incidir directamente en el mercado que crean y gestionan. Sin duda, se encuentran en la mejor posición para actuar a fin de prevenir contingencias resultantes de asimetrías de información.

A continuación se exponen algunas observaciones al respecto:

- 1) Existe consenso, aunque no unánime, respecto de que las plataformas colaborativas (entendidas como prestadores de servicios de intermediación) pueden quedar exentas de responsabilidad por la información que almacenan en nombre de los que ofrecen un servicio. Sin embargo, la posibilidad de que las plataformas se beneficien de dicha exención de responsabilidad debe determinarse caso por caso, en función del nivel de conocimiento y control de la plataforma en línea respecto de la información que

²⁸ "A Scaling Framework for Network Effect Platforms." Pipes to Platforms. Consultado el 17 de diciembre de 2016 (<http://platformed.info/scaling-strategy-platforms/>).

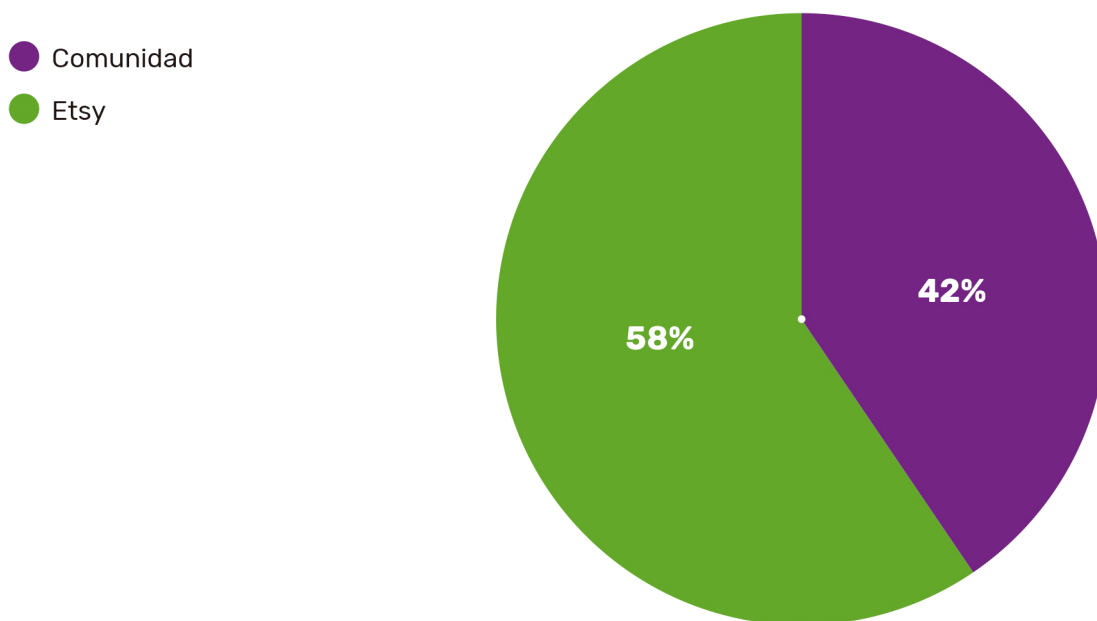
almacena. Cuanto más técnica, automática y pasiva sea su labor, más posible es que puedan quedar exentas. Esto ha venido ocurriendo, por ejemplo, con eBay en España²⁹ o MercadoLibre en Ecuador.³⁰ No se han hecho responsables de que algunos vendedores publicaran ofertas ilegales o fraudulentas. Lo anterior no implica que no puedan prohibir las publicaciones falsas o engañosas en los términos y condiciones, detectarlos y actuar al respecto.

- 2) La acción voluntaria, adoptada para aumentar la confianza y ofrecer un servicio más competitivo no debe significar automáticamente que la conducta de la plataforma ya no es meramente técnica, automática y pasiva.
- 3) La acción de control es a menudo una mezcla entre un control proactivo y la recepción de alertas por parte de otros usuarios (gráfico 9). Es lo que hacen BlaBlaCar o Etsy, por ejemplo, para expulsar a usuarios fraudulentos.
- 4) Las plataformas habitualmente se reservan el derecho de expulsar a usuarios conflictivos o que no llegan a ciertos estándares de calidad del servicio. Las plataformas deben informar de manera transparente a los usuarios de estos controles y de los criterios que se aplican. Esto enlaza directamente con la autorregulación y con la resolución de conflictos entre usuarios y plataformas.
- 5) Por el contrario, las plataformas no deberían quedar exentas de responsabilidad por los servicios que ofrecen ellas mismas (ej: pagos, seguros, identidad, etc.).
- 6) Las plataformas también son responsables de la información que publican acerca de sus servicios; es decir, los términos de uso del servicio. Según la legislación europea, deberían figurar en todos los idiomas de los países donde operan, algo que en la práctica pocas veces se respeta.
- 7) Existen plataformas que han optado por asumir ciertas responsabilidades demostrando un mayor grado de implicación y como un punto diferenciador a nivel comercial respecto de los servicios de otras plataformas: ofrecer seguros adicionales ya se está convirtiendo en práctica habitual (para la casa en Airbnb, para el viaje en BlaBlaCar, si un objeto alquilado se rompe en Relendo, etc.). En el ámbito del alojamiento turístico, algunas plataformas llegan a indemnizar a aquellos usuarios (arrendatarios) que, al faltar pocos días para ejecutar el contrato, el par oferente cancela unilateralmente la estadía.

²⁹ <http://queaprendemoshoy.com/que-responsabilidad-tiene-ebay-por-los-delitos-que-se-cometen-en-su-pagina-web/>.

³⁰ Véase el Punto 5 en <http://www.mercadolibre.com/org-img/eventuales/MEC/safe/maincontra.html>: “Es responsabilidad exclusiva del Usuario velar por la legalidad de la venta de sus artículos o servicios y MercadoLibre no asume ninguna responsabilidad por la existencia en el sitio o por transacciones sobre artículos o servicios que no cumplan con esta restricción, por cuanto MercadoLibre es considerado un intermediario entre Vendedores Ofertantes y Compradores Demandantes”.

Gráfico 9. Alertas sobre tiendas y anuncios, por fuente



Fuente: Etsy (2015).

Nota: "Comunidad" se refiere a tiendas o anuncios que han sido marcados por la propia comunidad. Etsy se refiere a tiendas o anuncios que han sido marcados por el software de detección automática.

En cualquier caso, se deberá aprovechar la trazabilidad que ofrece la tecnología para potenciar la información y la transparencia de las actividades que se realizan a través de las plataformas y clarificar sus obligaciones como intermediarias.

- **Códigos de principios y buenas prácticas sectoriales**

A nivel del sector de las empresas nacientes de EC, algunos países han promovido un código de buenas prácticas para la EC: véase el caso de Sharing España,³¹ que en 2016 lanzó un "Código de Principios y Buenas Prácticas de Plataformas Colaborativas", o de Reino Unido.³² Se trata de documentos de adscripción voluntaria, para contribuir a determinar estándares de calidad y abordar aspectos como la resolución de conflictos y la transparencia. Son pasos en la buena dirección, pero habitualmente estos códigos se quedan cortos en su ambición en pos del amplio consenso.

- **Prestador de servicio: comerciante vs. particular**

Se ha constatado que algunos usuarios desconocen que en muchas ocasiones los servicios que contratan no son prestados por empresas o profesionales, sino por usuarios particulares. En general, la normativa de protección del consumidor tiene aplicabilidad limitada cuando se

³¹ <http://www.sharingespana.es/sharing-espana-lanza-el-codigo-de-principios-y-buenas-practicas-de-plataformas-colaborativas/>.

³² <http://www.sharingeconomyuk.com/code-of-conduct>.

trata de intercambios entre particulares. Es el derecho civil general el que regula estas situaciones entre particulares, pero los tiempos para resolver los conflictos que puedan surgir son largos y costosos, puesto que en caso de desacuerdo exigen acudir a los tribunales.

Si el prestatario de los servicios es considerado como un comerciante, se activa un estatuto jurídico de mayor protección para el destinatario de los servicios. Como se ha comentado en el apartado de licencias y autorizaciones, para realizar dicho análisis, deben tenerse en cuenta las circunstancias de la prestación de los servicios, tales como la frecuencia en que tienen lugar, la existencia de lucro o el volumen de negocios del prestador.

Se plantea la posibilidad de revisar o redefinir el “deber de información” de las plataformas para que quede muy claro que los usuarios que contratan con particulares no tengan la expectativa razonable de que están, de alguna manera, celebrando un contrato con un prestador profesional o la plataforma.

- **Veracidad de los datos de los usuarios y comentarios**

En una encuesta efectuada por PriceWaterhouseCoopers (2014) a finales de 2014 en Estados Unidos, un 64% de los encuestados afirmaba que en la EC la regulación entre pares (los comentarios de los usuarios) es más importante que la regulación por parte de la Administración. Esta es una percepción crítica que debe informar el trabajo normativo de reguladores y administraciones públicas en la materia.

No obstante, la cuestión de la calidad de las opiniones es muy delicada. Los tres aspectos clave respecto a las opiniones de los usuarios son:

- 1) la verificación de la identidad del usuario;
- 2) la verificación de que el usuario haya efectivamente interactuado con el producto/servicio que puntúa, y
- 3) la verificación de que no se haya alterado su motivación por compensaciones de algún tipo o de que, si de hecho esto ha ocurrido (opiniones de patrocinadores), se comunique de manera clara.

En primer lugar, se debería reaccionar ante cualquier tipo de manipulación no transparente por parte del mercado digital en relación con las opiniones que los usuarios han introducido. En principio, los mercados digitales tienen interés en que las opiniones sean positivas, debido a que habitualmente obtienen ingresos por cada transacción que se produce entre pares y, obviamente, es más fácil que la transacción se produzca si un par oferente tiene una puntuación más alta. Así pues, no se descarta que estos mercados digitales sientan la tentación de incrementar la puntuación de sus pares oferentes de forma global. Esta circunstancia es extremadamente difícil de controlar, sobre todo si se tiene en cuenta que probablemente no sea razonable exigirles a estas empresas que faciliten toda la información a las administraciones.

Sin embargo, se podría al menos exigir con carácter general a los mercados digitales que expongan el mecanismo de cálculo que utilizan. Así, por ejemplo, si bien la mayoría de los sitios web optan por construir promedios a partir de las opiniones introducidas por los usuarios, hay otros que lo hacen a partir de medias ponderadas. Probablemente, esta información debería ser pública, para que el consumidor potencial pueda, al menos con carácter general, entender cómo funciona este elemento en cada plataforma. El problema de publicar las reglas

del algoritmo es que los usuarios podrían aprender a hacer trampas; por lo tanto, habría que buscar una solución intermedia.

- **Seguros en las plataformas de EC**

Como se ha comentado anteriormente, las plataformas más grandes como Airbnb o BlaBlaCar ya están suscribiendo seguros de responsabilidad en relación con los servicios que se contratan a través de ellas, como medida preventiva y para dar mayor confianza a los participantes. En Europa y Estados Unidos, empresas como MAIF³³, AXA³⁴ o Allianz³⁵ ya han empezado a crear productos especializados para la EC.

En todo caso, es probable que otras aseguradoras privadas no estén inicialmente dispuestas a ofrecer ningún producto sin disponer de información histórica sobre las incidencias y los costos, y menos en mercados como el de ALC. En este sentido, la Administración puede, en primer lugar, contribuir a la educación de las empresas aseguradoras privadas y colaborar con las plataformas para obtener información sobre los niveles de riesgo. Desde el BID se podría trabajar con una o varias aseguradoras que tengan una fuerte presencia regional para que se conviertan en líderes en EC.

Por otro lado, quizás la Administración Pública podría actuar como asegurador general que diera cobertura a la actividad a cambio de una tasa específica a abonar por la plataforma, y, de esta manera, se conseguiría ofrecer una protección adicional a los consumidores. Esta última aproximación puede ser la más viable si la intención es brindar protección a los consumidores que usan plataformas más locales e incluso servicios bastante informales (véase *Diversidad de actores en la EC*).

- **Resolución de conflictos**

A mayor volumen de transacciones, mayores posibilidades de que se produzcan conflictos y malos entendidos. En este sentido, se deberá solicitar a las plataformas que faciliten mecanismos para la resolución de conflictos (por ejemplo, en el marco de un código de buenas prácticas y/o de los términos y condiciones).

En el caso de conflictos de los usuarios con las plataformas (por ejemplo, un usuario de BlaBlaCar que haya sido expulsado de la plataforma por incumplimiento de los términos y condiciones de uso), existe en la actualidad una problemática sobre la jurisdicción y la ley aplicable (FIDE, 2016): “La respuesta a esta pregunta no es fácil ya que depende de la naturaleza del conflicto en cuestión, el lugar de producción del daño, el lugar de los efectos, el país al que la plataforma destina sus servicios, y otros criterios de derecho internacional privado”.

Para la resolución de conflictos entre usuarios las plataformas deberán proveer mecanismos ágiles y preestablecidos para gestionarlos en primera instancia. La adhesión a un sistema de arbitraje sería recomendable. Una manera interesante de hacerlo sería en el marco de un “Código de principios y buenas prácticas de plataformas colaborativas” a nivel nacional. SharingEspaña hizo un primer intento en 2016 pero este punto no se ha incluido aún. En el

³³ <https://www.maif.fr/maif-pour-une-societe-collaborative/accueil.html>.

³⁴ <https://www.blablacar.es/seguro-compartir-coche>.

³⁵ <https://www.drivy.es/seguro>.

caso de plataformas que cruzan fronteras, se deberá determinar qué jurisdicción prevalece, si la del usuario productor o la del usuario consumidor. Por ejemplo, en una reciente actualización de los términos y condiciones de Airbnb (Estados Unidos) se ha incluido el tema del arbitraje vinculante con la Asociación Americana de Arbitraje.

- **Protección de datos**

En un entorno digital donde los datos son el aceite que hace funcionar las plataformas, no podemos olvidarnos del marco jurídico aplicable en materia de protección de datos personales.

Para facilitar los intercambios y mejorar la compatibilidad entre productores y consumidores, las plataformas hacen un uso masivo de datos: ubicación y trayectos de los usuarios, actividad económica, perfiles con mucha información personal para generar más confianza, reseñas/reputación acerca del usuario en la plataforma, importación de datos de perfiles de redes sociales (Facebook, LinkedIn o Twitter) e incluso acceso a la lista de contactos del teléfono. No obstante, a menudo el usuario no es informado con la suficiente claridad acerca de cómo, cuándo y cuáles de esos datos van a ser capturados y procesados. De igual modo, tampoco le resultará obvio saber si esos datos pueden llegar a ser vendidos o intercambiados con terceros. Diversas plataformas lo consideran dentro de su modelo de negocio.

Resulta poco claro si esos datos pueden ser reclamados (descargados) por los usuarios como propios, en qué formato y si existe alguna restricción para obtenerlos. Esto puede ser clave para evitar el bloqueo en una plataforma y garantizar que los costos de cambio de plataforma sean razonables. De hecho, el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos Personales³⁶ prevé precisamente el derecho de los usuarios a la portabilidad de sus datos (reputación en línea) de un prestador de servicios de Internet a otro.

Finalmente, a caballo entre las responsabilidades de las plataformas y la protección de datos hay que considerar la legislación relativa a la baja de los usuarios (productores y consumidores de la plataforma). Aquí entra en juego, por ejemplo, el ámbito del derecho al olvido respecto de la reputación de los usuarios.

En todo caso, parece claro que la regulación de las plataformas de EC deberá cubrir de manera clara y completa la gestión y el uso de todos los datos personales. A su vez, para la propia Administración, estos datos también pueden ser útiles para la regulación de las plataformas y las acciones de los usuarios. Como se comentará más adelante, se trata de pasar de un paradigma de “permiso/licencias” a un paradigma de “responsabilidad/monitoreo” de las plataformas gracias a los datos disponibles.

4. LEGISLACIÓN LABORAL: HACIA UN MUNDO DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS

Si hay que destacar un reto de entre todos, se trata sin lugar a dudas del impacto de la EC (y la economía digital en general) en las normativas laborales diseñadas para una época industrial y pre-digital. Estamos frente a un cambio copernicano en el concepto de trabajo, la generación de ingresos y el sistema de protección social, entre otros.

³⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>.

Con o sin EC, existe desde hace algunos años una fuerte tendencia hacia un entorno laboral con más trabajadores autónomos o por cuenta propia (*freelancers*) o trabajadores con relaciones laborales discontinuas con sus empleadores. En un estudio de 2015 de FreelancersUnion y UpWork se indica que en Estados Unidos hay casi 54 millones de trabajadores autónomos, lo que representa 34% de la fuerza laboral estadounidense. Un 43% de ellos son milénicos y la mayoría de los nuevos trabajadores autónomos se incorporan a partir de la economía colaborativa. La tendencia marca que llegarán a representar 50% de la fuerza laboral en 2020, según un artículo de Forbes (Forbes, 2016). Son cada vez más los trabajadores autónomos que encuentran oportunidades laborales a través de plataformas digitales. Estas plataformas pueden incluir desde empresas nacientes de EC (TaskRabbit, Konnektid, etc.) hasta portales como UpWork/Freelancer/Nubelo (especializado en público hispano) e incluso Amazon Mechanical Turk (gráfico 10).

Gráfico 10. Tipología del trabajo mediado por plataformas



Fuente: Elaboración propia sobre la base de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2784774.

El Joint Research Center (JRC) de la Unión Europea ha elaborado una tipología de los diversos tipos de plataforma en un interesante estudio (Joint Research Center, 2016). También se han realizado algunos talleres con expertos acerca de posibles escenarios futuros y los retos asociados (por ejemplo, la portabilidad de la reputación y los datos entre plataformas o las condiciones laborales de los trabajadores).

Como se trata de un tema tan crítico e importante, existen bastantes estudios acerca de los trabajadores de la EC. Estos estudios³⁷ indican que dentro de la “economía de trabajos temporarios” (*Gig Economy*) hay dos tercios de hombres con un promedio de edad de

³⁷ <https://www.slideshare.net/IntuitInc/dispatches-from-the-new-economy-the-ondemand-workforce-57613212>.

alrededor de 40 años, e ingresos medios cercanos a los US\$8.000 anuales. Algo más del 40% combina estas “changas” con un trabajo a tiempo completo o parcial. A su vez, existen distintas encuestas de satisfacción y motivaciones de los trabajadores³⁸ en varias de estas plataformas en Estados Unidos. En general, los trabajadores valoran positivamente la libertad/flexibilidad y, negativamente, la inestabilidad de los ingresos.³⁹

La Unión Europea también sabe que este es probablemente el tema más crítico de la economía colaborativa y ha desarrollado varios estudios. Se destaca el riesgo de precarización y la pérdida de derechos sociales en este tipo de empleo (Joint Research Center, 2016). Por otro lado, otros datos⁴⁰ indican que la tarifa por hora pagada a los trabajadores a través de estas plataformas es algo superior a la que reciben por trabajos similares quienes son contratados por medios más tradicionales.

Cuadro 3. Ingreso bruto promedio por hora por categoría (en euros)

Categoría	ListMinut (tareas completadas)	Mercado de trabajo offline	Diferencia
1. Reparaciones del hogar	17.50	12.70	+4.8
2. Animales	26.00	10.82	+15.18
3. Cuidado de la casa	10.50	8.20	+2.3
4. Tutores	15.00	13.06	+1.94
5. Eventos	13.00	12.12	+0.88
6. Jardinería	13.00	11.35	+1.65
7. Transporte	17.50	10.94	+6.56
8. Informática	14.00	12.51	+1.49
9. Cuidado de menores	7.67	10.78	+3.11
10. Bienestar	26.00	10.29	+15.71

Fuente: De Groen, Marselli y Fabo (2016).

Nota: Se muestran los ingresos brutos promedio por hora por tipo de actividad de 2.396 tareas ejecutadas en la plataforma *ListMinut* entre diciembre de 2013 y diciembre de 2015. Las categorías dentro de ListMinut se han asemejado lo mejor posible a las existentes dentro de las bases de datos de salarios.

Con todos estos datos podemos afirmar que se trata de una realidad creciente de la que todavía no se tiene una clara radiografía actualizada.

³⁸ <http://www.forbes.com/sites/elainepofeldt/2016/02/07/how-happy-is-your-uber-driver-survey-offers-candid-glimpse-of-gig-economy-workers/>

³⁹ <https://www.jporganchase.com/corporate/institute/report-paychecks-paydays-and-the-online-platform-economy.htm>.

⁴⁰ <https://www.ceps.eu/publications/impact-collaborative-economy-labour-market>.

- **Empleados vs. trabajadores independientes, el eterno debate**

No quedan dudas de que la EC crea nuevas oportunidades de empleo, genera ingresos más allá de las relaciones de empleo lineales y tradicionales, y hace posible que las personas trabajen con arreglo a modalidades flexibles. Esto les permite ser económicamente activas cuando las formas más tradicionales de empleo no son las adecuadas o no están a su disposición. En particular en tiempos de crisis, la EC está siendo una herramienta útil para muchas personas.

Una excesiva regulación en el acceso a estas oportunidades de ingresos puede ser muy limitante, pero ante la falta de regulación se corre el riesgo de una precarización extrema de las condiciones laborales. Al mismo tiempo, las modalidades de trabajo flexible pueden no ser tan regulares o estables como las relaciones de empleo tradicionales. Esto puede crear incertidumbre en cuanto a los derechos aplicables y el nivel de protección social.

En todo caso, queda claro que la frontera entre trabajadores por cuenta propia y por cuenta ajena (empleados) es cada vez más difusa. Tomando como referencia la Agenda Europea para la economía colaborativa (Comisión Europea, 2016), la cuestión de si existe o no una relación de empleo debe determinarse en función de cada caso, considerando los hechos que caracterizan la relación entre la plataforma y el prestador del servicio, así como la realización de las tareas en cuestión, en particular sobre la base de estos tres criterios esenciales en forma acumulativa:

- 1) la existencia de un vínculo de subordinación;
- 2) la naturaleza del trabajo, y
- 3) la existencia de una remuneración.

Para que se cumpla el criterio de subordinación, el prestador del servicio debe actuar bajo la dirección de la plataforma colaborativa, que determina la elección de la actividad, la remuneración y las condiciones laborales. En otras palabras, el prestador del servicio subyacente no es libre de elegir qué servicios prestará ni cómo los prestará.

Para que se cumpla el criterio de la naturaleza del trabajo, el prestador del servicio debe llevar a cabo una actividad de valor económico, que sea real y efectiva, exceptuando las actividades que se lleven a cabo a una escala tan pequeña que puedan considerarse meramente marginales y accesorias. En el contexto de la EC, cuando las personas prestan efectivamente servicios meramente marginales y accesorios a través de plataformas colaborativas, esto es un indicio de que dichas personas no reúnen las condiciones para ser consideradas como trabajadores.

El criterio de la remuneración se usa principalmente para distinguir a un voluntario de un trabajador. Por lo tanto, cuando el prestador no recibe una remuneración o recibe simplemente una compensación por los costos incurridos en sus actividades, el criterio de la remuneración no se cumple.

La gran batalla y el interés por parte de los prestadores de servicio en ser reconocidos como empleados se deben a que las legislaciones laborales que garantizan los derechos de los trabajadores solo son aplicables a las personas que son parte de una relación laboral, es decir, los empleados. Por regla general, los trabajadores autónomos tienen derechos mucho más limitados.

Muchas de estas demandas han acabado en los tribunales, siendo los casos de los conductores de Uber lo más conocidos –aunque no los únicos–, donde Uber de Estados Unidos ha negociado acuerdos extrajudiciales con los conductores con pagos que han alcanzado US\$100 millones.

- **Un escenario tan inestable y poco definido genera varios riesgos**

La judicialización de la legislación conlleva el riesgo de que existan sentencias muy dispares en ubicaciones diferentes, generando confusión y obstaculizando el crecimiento del sector. Es por ello que resulta urgente generar una legislación armonizada al respecto. El riesgo de clasificación errónea de los prestadores de servicio se origina porque muchas legislaciones tienen duras multas contra los “falsos autónomos”. Para una empresa naciente de tamaño medio, estas multas podrían llegar a suponer el cierre del proyecto.

Existe también el riesgo de inversiones limitadas y valoraciones a la baja. Ante estos riesgos regulatorios, los inversores pueden perder interés en las empresas nacientes, o si lo tienen, pueden penalizar fuertemente las valoraciones por esta inseguridad, lo cual dificulta el crecimiento del sector.

Una novedad interesante son aquellas plataformas que de manera proactiva han decidido cuidar mejor a sus prestadores de servicio como estrategia de negocio, ya sea con mejores prestaciones, formación o incluso integrándolos en la categoría de empleados. Desde la iniciativa Workable Futures del Institute For The Future (Institute For The Future, 2016) se plantea la necesidad de crear plataformas positivas que tengan como objetivo explícito mejorar las condiciones de sus prestadores de servicios.

A raíz de todos estos conflictos, una multitud de centros de pensamiento han planteado, a partir de la figura del “ciudadano productor” o microemprendedor, la necesidad de que exista una nueva figura de relación laboral (o de redefinir alguna ya existente, como la figura del trabajador autónomo), que permita a las personas obtener ingresos extra (de manera puntual o de manera regular) legalmente y con garantías laborales. En Francia, el estatuto de auto-emprendedor⁴¹ contiene una serie de medidas que permiten ejercer una actividad por cuenta propia de manera simplificada, puntual o habitual, y con costos reducidos. Es un estatuto que usan muchos trabajadores cuando realizan trabajos temporarios en línea en Francia.

En Estados Unidos, una de las propuestas más interesantes es la que realizó The Hamilton Project.⁴² En el marco de este proyecto, se solicita reconocer a este tipo de trabajadores independientes de manera que se les permita organizarse y negociar de manera colectiva sus derechos, como puede ser un seguro de desempleo o la posibilidad de transferir sus beneficios sociales entre empleadores. Sobre todo piden tener margen de maniobra para experimentar e innovar en el ámbito de la legislación laboral.

- **Deconstruyendo el “trabajo” y las nuevas instituciones**

Dentro de este giro copernicano hay quien apunta a la necesidad de “deconstruir” el concepto de trabajo en todas sus partes (ingresos, herramientas, reputación, educación, carrera, seguridad social, etc.) (Grossman y Woyke, 2015). A partir de esta deconstrucción se pueden

⁴¹ <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23961>.

⁴² http://www.hamiltonproject.org/events/modernizing_labor_laws_in_the_online_gig_economy.

proponer nuevas soluciones o instituciones que resuelvan la necesidad concreta en cada campo de manera independiente y adaptada al siglo XXI.

En este nuevo escenario de trabajo facilitado a través de plataformas digitales y deconstruido en sus componentes podemos empezar a explorar nuevas necesidades y soluciones. Por ejemplo, se debe separar el concepto de trabajo del de ingresos. Las personas tendrán múltiples fuentes de ingresos que deberán gestionar a fin de lograr una estabilidad financiera. Ello requiere cierta formación con la que muchos de los trabajadores no cuentan en la actualidad. Por otra parte, los beneficios laborales y la seguridad social no deberán depender de un contrato de trabajo tradicional, sino que deberán estar ligados a la persona y diseñarse para ser portables y transferibles. Una vez más se aprecia la importancia clave de la portabilidad de datos y de la reputación adquirida en estas plataformas para evitar el bloqueo del usuario. Por ejemplo, ¿cómo se podrían transferir las certificaciones de habilidades que proporciona UpWork?; en este caso, el uso de un estándar como Mozilla Open Badges podría ser un camino.

A su vez, aparecen nuevas organizaciones para dar apoyo a este tipo de trabajadores, y entidades como Indy Worker Guild pueden servir de modelo para ayudarlos a encontrar trabajo, gestionarlo, protegerlo con seguros, etc.⁴³ Del mismo modo, plataformas como FairCrowdWork Watch pueden servir para evaluar las condiciones que las diversas plataformas les ofrecen a los proveedores y generar así información más accesible y adaptada a los potenciales trabajadores. De manera similar, Turkopticon es un complemento de Chrome que permite evaluar a los empleadores de Amazon Mechanical Turk. Como se señaló anteriormente, se han creado incluso gremios de conductores como Independent Drivers Guild, que sirven como nuevo modelo de asociatividad gremial en la economía digital.

5. LEGISLACIÓN FISCAL

Con fines de simplificación, este apartado se centra en las transacciones donde hay un intercambio de dinero. Los casos de intercambio, regalo, uso de monedas alternativas o criptomonedas quedan fuera de este primer análisis.

- **Pagar impuestos como todo el mundo, pero que sea simple**

A nivel de las plataformas, la regla general debe ser, como resulta evidente, que las empresas intermediarias estén obligadas a impuestos (impuestos de sociedades e impuestos sobre el valor añadido), como hace cualquier empresa. Esto entraría también dentro del concepto amplio de la necesidad de nivelar el terreno de juego entre los actores, como se planteó anteriormente.

La complicación, en algunos casos, es que se trata de empresas sin sede fiscal en el país donde operan o que mediante ingeniería fiscal pueden desplazar sus beneficios a otros territorios con menor carga impositiva –nada nuevo respecto de otras plataformas de Internet y multinacionales en general–. Del mismo modo, los usuarios que generan ingresos (y beneficios) a través de estas empresas (mediante alquiler, venta, préstamo, o bien con su trabajo) deben también poder pagar sus impuestos (renta de las personas físicas e impuesto sobre el valor añadido) de manera simple. No obstante, en muchos países, pagar impuestos

⁴³ Indy Worker Guild: <http://www.indyworkerguild.org/>.

implica que la persona se convierta en una mini-empresa y deba hacer frente a una complejidad burocrática excesiva. Por lo tanto, resulta necesario trabajar en la simplificación del pago de impuestos (ingresos, gastos, beneficios) derivados de las actividades de EC, a fin de que la burocracia no sea una barrera (o excusa) para eximirse del pago, tanto a nivel de las plataformas como en particular a nivel de las obligaciones fiscales de los prestadores de servicios.

A su vez, hay muy poca información confiable acerca de las obligaciones derivadas del ejercicio de ciertas actividades, y cada caso es un mundo: ¿me tengo que dar de alta como autónomo o no? ¿Hay que pagar IVA y de qué tipo? ¿Qué gastos derivados para ejercer la actividad puedo contabilizar? ¿Si vendo algo de segunda mano a menor precio es una pérdida patrimonial? ¿Cómo lo debo documentar si no hay facturas? Esta inseguridad limita el desarrollo de la EC, ya que muchas personas prefieren no arriesgarse a tener problemas con las autoridades fiscales por ingresos de poca cantidad.

En cualquier caso, las empresas, los inversores y algunas agrupaciones intentan proporcionar la mejor información posible. Por ejemplo, Airbnb, aunque se exige de ser responsable por el pago de impuestos en sus términos y condiciones, proporciona algunas directrices para el pago de impuestos.⁴⁴ De manera similar, Veins i Amfitrions de Barcelona ha elaborado su propia guía con asesoramiento de expertos fiscales.⁴⁵ En Estados Unidos, 1099.is (sitio financiado por inversores en empresas nacientes de la EC) es una buena fuente de información general para el pago de las obligaciones fiscales. Asimismo, en Estados Unidos existen servicios especializados para Airbnb (LearnAirbnb o SharedEconomy CPA) y Uber, y otras aplicaciones a demanda (I Drive with Uber, SherpaShare o Hurdlr).

A finales de agosto de 2016, el Servicio de Rentas Internas estadounidense (IRS, por sus siglas en inglés) publicó una página web,⁴⁶ diseñada para ayudar a aquellos contribuyentes involucrados en la EC a encontrar fácilmente los recursos que necesitan para cumplir con sus responsabilidades tributarias.

Resulta evidente entonces la necesidad de promover una mayor colaboración entre las plataformas y autoridades nacionales para registrar la actividad económica que realizan. Con ello, se podrán recaudar impuestos y contribuir al bien común de la sociedad con una distribución más equitativa de la riqueza generada por estos nuevos actores económicos. El gran problema de fondo es que llegar a este tipo de acuerdos de colaboración implica una aceptación de facto de la actividad de estas plataformas en el territorio, lo que puede debilitar la posición negociadora de los reguladores en ámbitos como las licencias de actividad, la protección de los consumidores y/o la aplicación de la legislación laboral.

6. ANTICIPANDO EL FUTURO: UNA EC NO CENTRALIZADA

El esfuerzo regulatorio actual debe contemplar el futuro. Lo que hoy se observa es la fase “centralizada” de la EC (BlaBlaCar, Airbnb, Wallapop, Verkami, etc.), que poco a poco se irá “descentralizando” y “distribuyendo” (gráfico 11). Por un lado, tendremos un mayor número de plataformas. Crear una plataforma es ahora tan fácil como abrir un blog, gracias a software del

⁴⁴ <https://www.airbnb.es/help/article/481/how-do-taxes-work-for-hosts>.

⁴⁵ <http://www.slideshare.net/acanyifiscalidad/alquiler-habitaciones-airbnb>.

⁴⁶ <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/sharing-economy-tax-center>.

tipo de ShareTribe. También hay que pensar en lo fácil que resulta crear grupos cerrados de Facebook o Whatsapp con fines de coordinación.

Por otro lado, ya se observan implementaciones técnicas orientadas a contar con servicios distribuidos –FairMondo o Goteo, que ofrecen su código en GitHub y pueden replicarse– y descentralizados –Open Bazaar, y en un futuro entidades “DAO” (por sus siglas en inglés, *Decentralized Autonomous Organizations*) basadas en *Blockchain*⁴⁷–.

Gráfico 11. Modelos de entidades distribuidas



Fuente: Elaboración propia a partir de un diseño de colaboradora.

Es importante señalar que cuanto más nos alejamos del escenario centralizado más difícil resulta aplicar la regulación tradicional. En esta línea, podemos formular algunas reflexiones:

- 1) Es necesario poder tener interlocutores sectoriales válidos y reconocidos, ya sea a nivel de empresas nacientes de EC (Sharing España, por ejemplo), a nivel de un sector concreto (Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo en México o la propia red de FabLabs, entre otras) o incluso a nivel de trabajadores autónomos o independientes (por ejemplo, UPTA en España o Freelancers Union en Estados Unidos). Las asociaciones de usuarios productores como Veins i Amfitrions de Barcelona o Independent Drivers Guild (Nueva York) son también nuevos actores

⁴⁷ Véase <http://www.economist.com/news/leaders/21677198-technology-behind-bitcoin-could-transform-how-economy-works-trust-machine>.

- que considerar. Pueden tanto defender sus derechos frente a las plataformas como ser un grupo de lobby masivo (*crowdlobby*) respecto de los intereses de las plataformas frente a los reguladores.
- 2) Es necesario que la Administración puedan contar con equipos bien formados acerca de la EC. Generar esta capacidad a nivel local mediante la capacitación de formadores/expertos debería ser una prioridad en las tareas del BID. Organizar eventos que aborden la EC, tanto para la población en general como para los gestores de la Administración es también una herramienta efectiva, así como buscar la participación de los medios de comunicación en la construcción del relato.
 - 3) El apoyo de las universidades también resulta imprescindible, especialmente pensando en los estudios y la gestión de datos para regular la EC.
 - 4) También han funcionado bien concursos como el organizado por Innovate UK's IC Tomorrow, que incluyó una competencia con premios de hasta £30.000 en seis categorías para temas como “confianza en la economía colaborativa” o “nuevos sectores para la economía colaborativa”. Se trata de alianzas público-privadas que se apoyan en la inteligencia colectiva local.
 - 5) Es necesario tener muy presente el contexto global y local. Disponer de mercados digitales uniformes a nivel regulatorio y a nivel tecnológico contribuye en gran medida al desarrollo de las empresas nacientes locales y a la llegada de las extranjeras. Asimismo, la simplificación de temas como licencias bancarias (se podría tener una a nivel regional y/o válida en varios países) y/o los métodos de pago contribuye al éxito de las empresas nacientes. Por el contrario, hay ámbitos donde las realidades locales deben prevalecer. Véase el caso de estudio de las ciudades de Airbnb en Europa⁴⁸, donde cada ciudad presenta necesidades diferentes que quedan plasmadas en las normativas locales.
 - 6) Al considerar la regulación con datos, el pago de impuestos, la obtención simplificada de licencias, la comprobación de antecedentes penales, etc., resulta necesaria una buena administración electrónica. No se puede esperar resolver la EC sin un uso avanzado de la tecnología por parte de la Administración. La digitalización reduce los costos de la presencia del gobierno en el Estado.
 - 7) El uso de código abierto y datos estandarizados facilitaría la adopción por parte del ecosistema de empresas nacientes de EC.
 - 8) Al regular (por ejemplo, exigir recolección de impuestos a través de la plataforma o un seguro de responsabilidad civil obligatorio), hay que pensar en todos los actores de la EC y probablemente escalar los requisitos en función del tipo de actor.
 - 9) Por último, hay que promover la coordinación entre ciudades y países para afrontar, mediante aprendizajes cruzados y compartidos, los retos y las oportunidades de la EC.

⁴⁸ http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8961&lang=en.

CUARTA PARTE: RECOMENDACIONES PARA AFRONTAR LA REGULACIÓN DE LA EC

La regulación de la EC debe atender a varias preguntas que examinaremos en esta sección. Como criterio general, una primera práctica que podría considerarse es que las plataformas colaborativas no estén sujetas a autorizaciones o licencias si solo actúan como intermediarias entre los consumidores. Por el contrario, aquellos que ofrecen el servicio, es decir, los proveedores, sí podrían estar sujetos a una autorización. Sin embargo, cuanto más gestionan y organizan las plataformas colaborativas la selección de los proveedores de los servicios subyacentes y la manera en que se prestan los servicios —por ejemplo, verificando y gestionando directamente la calidad—, resulta más evidente la posibilidad de considerar a la plataforma colaborativa como proveedora de los servicios. En este sentido, se pueden aplicar tres mecanismos que ayudan a diferenciar entre un intermediario y un proveedor de servicios:

- 1) La plataforma fija el precio de manera obligatoria.
- 2) La plataforma fija otras condiciones contractuales clave, tales como instrucciones obligatorias sobre cómo debe efectuarse el servicio (incluida la obligación de prestar el servicio).
- 3) La plataforma posee los activos clave que se utilizan para proporcionar el servicio.

En caso de que se cumplan estas tres condiciones hay una gran posibilidad de que se considere a la plataforma como un proveedor de servicios y, por tanto, que su funcionamiento esté sujeto a una autorización especial regulada por las normas vigentes. No obstante, es difícil que concurra la tercera condición, dado que la identificación de un activo “clave” depende de una calificación de dominio sobre el control de ese activo. En efecto, la calificación de “clave” tiene su similitud con la doctrina de “recurso esencial”, propia de la literatura antimonopolios.

Esto es el resultado de un examen de competencia sobre concentración de mercado, usualmente inadecuado para medir el impacto de plataformas de crecimiento acelerado, como sucede en la EC. De León (2016) ha puesto de relieve la inconsistencia lógica que resulta de utilizar modelos analíticos de equilibrio para examinar una dinámica disruptiva rápidamente cambiante, como sucede con los modelos de negocios de la EC. Es por esta razón que plataformas como Uber no son candidatas a regulación.

En este ámbito de licencias para plataformas, algunos ejemplos permiten ilustrar la diversidad de opciones y niveles de regulación:

- 1) La regulación de Uber en California con la creación de la figura de la “Transportation Network Company” (TNC) es un ejemplo de un camino intermedio que crea una licencia “ligera”. Por ejemplo, los automóviles que quieran utilizarse para TNC deben tener un identificador, sin necesidad de que el automóvil esté pintado de cierta manera o que disponga de un taxímetro.
- 2) Las normativas de regulación de las plataformas de financiamiento colaborativo en varios países (España o Reino Unido, entre otros) regulan el financiamiento colaborativo de capital (*equity crowdfunding*) y los préstamos P2P. En el caso de España, la principal obligación de este tipo de plataformas es obtener la autorización de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), que además supervisa estas plataformas. La Ley establece también importantes salvaguardas para la protección del inversor. Junto con los elevados requisitos de transparencia, impone una serie de limitaciones a las plataformas para evitar los conflictos de interés. Además, distingue entre inversores

acreditados y no acreditados, y prohíbe que estos últimos inviertan más de €3.000 por proyecto, o €10.000 al año en varias empresas.

- 3) En el caso del cotrabajo (*coworking*), en la mayoría de países no se ha establecido una licencia concreta para estos espacios. Esto hace que tengan que buscar una licencia de actividad (por ejemplo, centro de trabajo) que solo cubre parte de lo que hacen: eventos, formación, servicio de comida y bebida. Por el momento, las administraciones aceptan este limbo legal.
- 4) En el caso de las plataformas de educación P2P en línea (por ejemplo, Duolingo, para idiomas, o Tutellus, más general), no se necesita ninguna licencia. Si los usuarios realizan los cursos es porque les aportan el conocimiento esperado.

- **¿A quién corresponde regular y cómo hacerlo?**

Una vez expuesto que en determinados supuestos se considera necesaria la regulación pública de la actividad, habría que valorar cuál es el legislador en mejor posición de emprender la tarea. La sugerencia que plantea la presente nota es que la regulación general debería provenir del estamento territorial superior para facilitar la actuación de estos agentes económicos a nivel global. No obstante, existe una serie de particularidades de ámbito local o regional que una regulación proveniente de un estamento territorial tan alejado muy probablemente no podrá atender de manera satisfactoria. Por lo tanto, se entiende adecuado que los poderes públicos más cercanos (nacionales, locales o autonómicos) establezcan algunas condiciones adicionales referentes al ejercicio de la actividad que tendrán un impacto directo en su territorio.

En definitiva, se considera que una acción reguladora de carácter GLOCAL (global+local) podría aportar una buena aproximación normativa a este fenómeno. ¿Quién debe ser objeto de regulación? Más interesante que identificar quién debe regular, es responder a la pregunta ¿a quién debe regularse? La Comisión Europea (2016) aboga por diferenciar entre los ciudadanos que ofrecen un servicio de manera ocasional y los proveedores que actúan como profesionales. El inconveniente está en que el marco para comprender quién es un profesional y quién es un proveedor ocasional aún está muy en el aire. También se reconoce que los estados miembros están regulando este aspecto de manera no consistente. La Comisión define tres mecanismos para distinguir entre un comportamiento profesional (sujeto a requisitos especiales) de uno no profesional:

- 1) La frecuencia de la actividad en la plataforma por parte del proveedor.
- 2) El volumen de negocio generado.
- 3) El ánimo de lucro en la actividad.

Las plataformas también deben permitir que el consumidor distinga y tenga en claro si quien oferta el servicio o producto es o no un profesional. Por ejemplo, un “SuperHost” de Airbnb que alquila su casa (o varias casas) todo el tiempo sería claramente un profesional (cumple las 3 reglas) y es posible que bajo las normas de la Comisión Europea requiera de un permiso oficial, una casa con ciertas garantías de seguridad, un registro de los datos de los viajeros, etc., de modo tal que en la plataforma se le catalogará como profesional. Por otro lado, es improbable que se considere profesional a un conductor de BlaBlaCar (solo cumple con el punto 1). En pocas palabras, bajo la normativa regional que propone la Comisión Europea, cuando una plataforma ayuda a “profesionalizar” la actividad (de hecho esto solo ocurre en las plataformas de mayor éxito), sus usuarios deberán cumplir con los requisitos de los profesionales en esa vertical. Por ejemplo, alguien que empieza alquilando su coche a otros particulares puede encontrar un modelo de negocio que le permita tener una mini-flota y generar ingresos

estables, o alguien que vende productos en Etsy puede terminar creando una PYME con varios empleados debido al éxito. En estos casos, podrán seguir vendiendo mediante la plataforma u otros mecanismos.

En resumen, la propuesta regulatoria de la Comisión Europea recomienda regular conforme al nivel de producción (profesionalización) de la actividad. El gran debate será dónde poner los límites entre los diversos niveles y qué métricas utilizar. Se prevé que esto sea diferente dependiendo del sector.

- **¿Qué tipo de regulación debe aplicarse a la EC? Regulación normativa general vs. normativa sectorial**

La EC como sector no existe realmente. Como ya hemos destacado en las definiciones, se trata de un nuevo modelo productivo de negocios con el ciudadano productor al centro. Una regulación única y transversal de la EC no sería suficiente y además sería imposible de aplicar.

Es por ello que resulta pertinente una revisión de la normativa de carácter general (especialmente en el ámbito laboral y fiscal) que permita que las personas se conviertan en micro-oferentes (ciudadanos productores/prestadores de servicios) con las máximas facilidades. Si no se llevan a cabo modificaciones en esta línea, se hace más difícil la existencia de las plataformas al no ofrecer garantías y un encaje legal a sus participantes.

Por otra parte, una aproximación sectorial (movilidad, turismo, finanzas, venta al por menor, etc.) supone un replanteamiento de la normativa de carácter sectorial (licencias, competencia, etc.) para adecuarla a la nueva realidad que configura la existencia de Internet y a las nuevas capacidades productoras de los ciudadanos.

Como ya se señaló, los retos que plantea la EC son variados y complejos. Para hacerles frente, sobre todo pensando no solamente en el estado actual sino también en el futuro, se pueden aplicar o considerar algunas ideas que se mencionaron brevemente en el presente apartado. La única manera de mantener la velocidad de crucero de la EC y sus innovaciones es usar las mismas herramientas –tecnología más datos más experimentación constante– en la propia elaboración de las regulaciones.

- **Un cambio de paradigma regulatorio: del permiso a la responsabilidad**

Muchas de las tensiones que observamos en la EC derivan de la aplicación del paradigma regulatorio tradicional, donde se intenta que todo el mundo tenga la seguridad necesaria a priori. En la actualidad, si alguien quiere ejercer una cierta actividad deberá pedir los permisos, licencias, certificados, etc. pertinentes antes del inicio. Si se cumplen los requisitos, la Administración correspondiente otorga su permiso para el ejercicio de dicha actividad. A partir de ese momento hay realmente un control bastante laxo, alguna inspección puntual y muy pocos datos acerca del ejercicio de la actividad y el cumplimiento de la normativa. Este es el paradigma regulatorio basado en el permiso y resultaba la mejor opción para los gobiernos antes del advenimiento de Internet y la economía digital; como no se tenía acceso a datos en tiempo real, lo más conveniente era tener barreras de entrada elevadas.

Con la eclosión de Internet ya no son necesarios tantos permisos, razón por la cual hay tanta innovación. Consideremos los requisitos para vender en eBay o Wallapop, para emitir un canal de YouTube o para poner una casa en Airbnb o plataformas similares. Aunque hay algunas

comprobaciones acerca de los usuarios y la información que publican (y eso forma parte de la buena praxis por parte de las plataformas), el permiso es casi instantáneo.

A cambio de esta libertad de iniciar la actividad, se cuenta con muchos datos acerca del ejercicio de la actividad. La regulación se centra en una responsabilidad muy controlada. La inspección es permanente. Un claro ejemplo es la reputación digital y las reseñas de los usuarios. Otro ejemplo extremo es, por ejemplo, la aplicación Uber, que es capaz de monitorear el comportamiento en ruta (velocidad, aceleración, frenado, etc.)⁴⁹ de sus conductores. Cualquiera que haya sido proveedor en una plataforma sabe que puede ser expulsado si no cumple con los requisitos mínimos.

Es importante señalar que el régimen de control al que se encuentran sometidos los oferentes que operan en estas plataformas es significativamente superior al que cualquier Administración Pública es capaz de implementar en la medida en que cada usuario se convierte en un inspector o controlador y puede hacer pública su opinión. A pesar de este régimen de responsabilidad y control, no se descarta que de esta actividad puedan surgir conflictos – incluso un usuario que ha recibido buenas opiniones puede aprovecharse precisamente de su buena reputación para comportarse inadecuadamente–. Por lo tanto, tal como se ha comentado anteriormente sobre los derechos de los consumidores, podría ser adecuado que la Administración configure algún sistema de resolución de conflictos independiente de lo que eventualmente configuren las propias plataformas, o que se las obligue a implantar uno.

Esta innovación en el paradigma regulatorio tiene varias implicaciones relevantes para las plataformas y los reguladores:

- 1) Los reguladores deberán convertirse ellos mismos en una plataforma. Tendrán que aprender a exigir menos requisitos de entrada y aumentar la libertad para ejercer ciertas actividades. Esto es clave para la innovación y la experimentación hacia la sociedad colaborativa. Aquí se puede apalancar con los numerosos esfuerzos ya realizados en los portales de datos abiertos en numerosas ciudades.
- 2) A cambio de esta libertad las plataformas deberán compartir sus datos (sin filtros y en tiempo real). Con ello se deberá aceptar que estos datos estarán ligados a su propia responsabilidad como plataformas. En el fondo son los mismos mecanismos que las plataformas aplican a sus usuarios para controlarlos (por ejemplo, la app de Uber y el modo de conducción), pero aplicados por parte del regulador sobre las plataformas.
- 3) Son propuestas que probablemente no sean fáciles de asimilar para ninguna de las partes. Requieren un grado de confianza entre plataformas y reguladores que no existe en estos momentos.
- 4) Sería interesante desde el punto de vista tecnológico explorar el potencial de desarrollo de plataformas de código abierto con protocolos estandarizados en pos del intercambio de datos.

⁴⁹ <http://www.informationweek.com/mobile/mobile-applications/uber-app-update-to-track-driver-behavior-/d-d-id/1326124>.

- **La gestión del cambio**

El gran reto de la regulación y el desarrollo de la EC es la gestión del cambio. Lejos de retrasar el cambio, se debe procurar establecer mecanismos compensatorios que permitan reducir el conflicto derivado de la disrupción, a fin de diligenciar los cambios asociados a la mayor brevedad. Esos mecanismos podrían tomar en consideración lo siguiente:

- 1) inversiones realizadas que son necesarias para acceder al mercado según la normativa vigente;
- 2) el momento en que se realizaron las inversiones;
- 3) el momento en que se produce la modificación regulatoria;
- 4) la intensidad del cambio, y
- 5) el factor relativo a la recuperación de la inversión (ajustable a cada mercado y que deberá tomar en consideración la existencia de beneficios extraordinarios por haber operado en mercados restringidos a la competencia).

Pese a las recomendaciones anteriores, por el momento no se han adoptado extensamente este tipo de mecanismos compensatorios. Por ejemplo, en la Ciudad de México, las autoridades locales negociaron un acuerdo con los involucrados (Uber, Cabify y otros), donde se acordó lo siguiente:

- 1) El registro de todos los automóviles ante la Secretaría de Movilidad (Semovi).
- 2) La emisión de un permiso para los operadores, para recibir una capacitación y contar con un seguro.
- 3) El aporte de 1,5% del costo de cada viaje al Fondo para el Taxi, la movilidad y el peatón, que “se destinará a mejoras al servicio de taxis y de las plataformas mismas”.
- 4) La fijación del precio de los vehículos utilizados en al menos 200.000 pesos, así como regulaciones de desempeño, que incluyen contar con calcomanía “cero”; cuatro puertas; aire acondicionado; cinturones de seguridad que funcionen para todos los pasajeros, bolsas de aire delanteras, radio, e identificación en el interior del vehículo en lugar visible que a tal efecto determine la Semovi.
- 5) La prohibición de recibir pagos en efectivo, subarrendar vehículos concesionados, recibir pago mediante tarjetas pre-pagadas no bancarias ni sistemas de pago en tiendas de conveniencia mediante monedero electrónico, hacer base o sitio a los vehículos, y usar indebidamente la vía pública.
- 6) El resguardo de los vehículos en el domicilio declarado por los operadores asignados.

Sin embargo, casi un año después de la firma del acuerdo en julio de 2015, la situación seguía siendo incierta: nunca se especificó cómo se implementarían estas normas, las autoridades de la ciudad –de aproximadamente 9 millones de habitantes– aún no terminan de constituir el registro de conductores y el fideicomiso que recibiría el dinero todavía no se puso en vigor.

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

En la actualidad y a nivel mundial hay más de 17 compañías con operaciones superiores a los US\$1.000 millones, que **INCORPORAN** más de 60.000 empleados y US\$15.000 millones en financiamiento en el ámbito de la EC (Owyang, 2016). No obstante, según el mapa que figura a continuación (mapa 1) y donde se observa la ubicación de dichas compañías, ninguna está situada en la región de ALC.

Mapa 1. La economía colaborativa ha creado 17 empresas de US\$1.000 millones (y 10 unicornios)⁵⁰



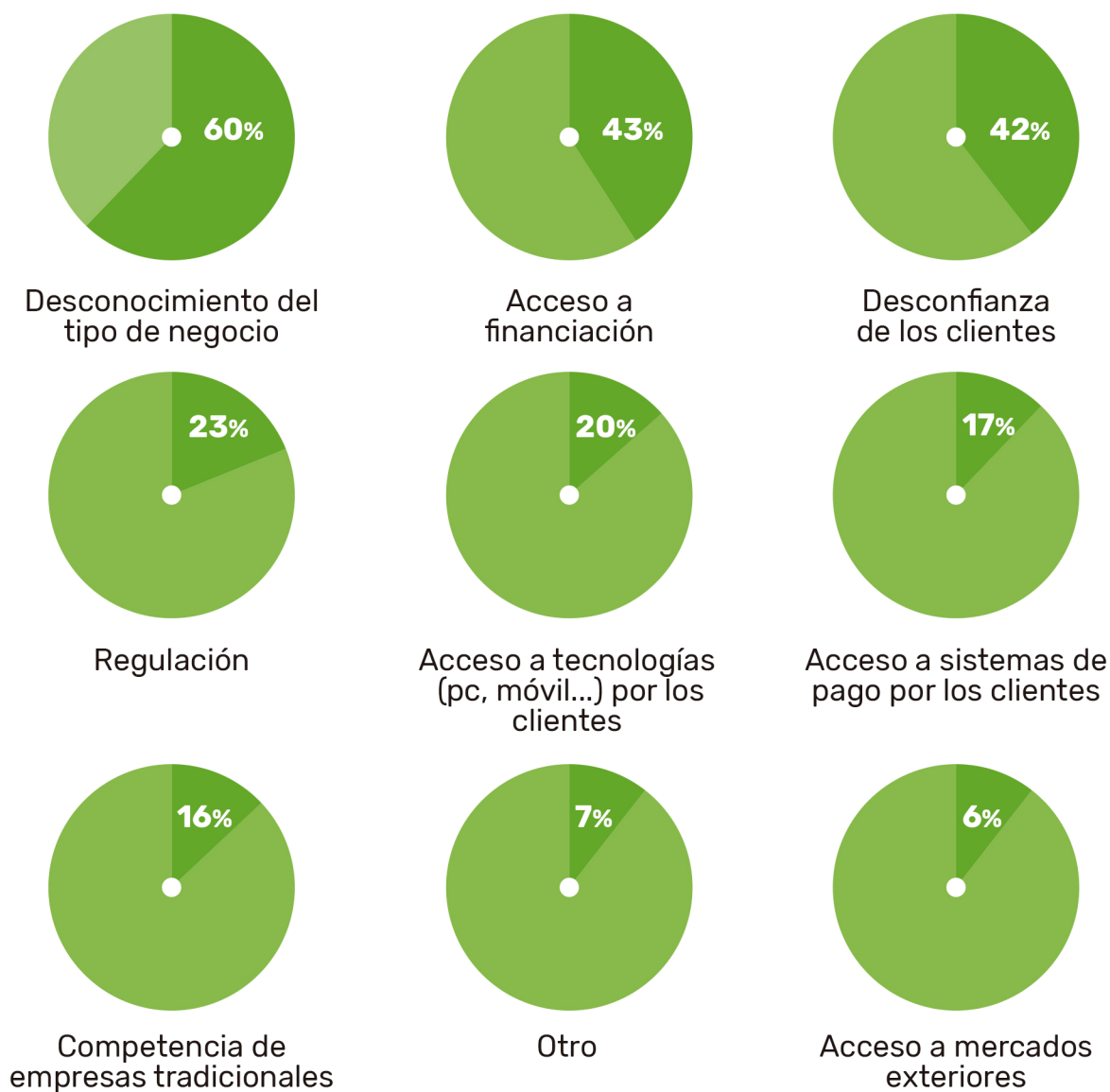
Fuente: VB Profiles.

¿Es la EC una oportunidad o un riesgo al promover la innovación y el emprendimiento en ALC? Dado el acelerado crecimiento de las plataformas de EC a nivel mundial, no resulta aventurado plantear que para poder unirse a la Cuarta Revolución Industrial definida en Davos, América Latina necesita de programas e intervenciones estratégicas enfocadas específicamente a promover emprendimientos autóctonos de EC. La región cuenta con una población joven y dinámica que, mediante políticas públicas oportunas y una regulación que permita abrir los mercados a iniciativas digitales, puede aprovechar las oportunidades de negocio en EC –y los bajos costos de acceso a los mercados digitales– para que América Latina no solo se consolide como un mercado de consumo sino también de emprendimiento en materia de EC. Iniciativas como Cumplo en Chile, Biko en Colombia y Mercado Libre en Argentina, por citar solo algunas, muestran que es posible desarrollar iniciativas regionales exitosas en el marco de la EC.

En cuanto a los límites al crecimiento y la gestación de iniciativas en la EC de ALC, el informe del FOMIN (2016) identifica como los principales factores citados por los emprendedores y fundadores de las iniciativas de EC en la región los que figuran en el gráfico 12.

⁵⁰ Véase <https://venturebeat.com/2015/06/04/the-sharing-economy-has-created-17-billion-dollar-companies-and-10-unicorns/>.

Gráfico 12. Principales límites al crecimiento



Fuente: FOMIN (2016).

Nota: Se admiten respuestas múltiples.

Como se observa, es fundamental trabajar en tres líneas clave: i) generación de confianza en el consumidor; ii) acceso a fuentes de financiamiento, y iii) un marco regulatorio y tecnológico que permita el nacimiento y la expansión de los negocios. En este contexto, hay que crear y fortalecer instancias de diálogo entre el sector público, los emprendedores y el sector tradicional, que permitan que la EC crezca de manera ordenada y estable y que no se creen problemas de fraude (por ejemplo, las estafas piramidales) que dañen la reputación del sector. Experiencias como la de la Asociación de Fondeo Colectivo de México, y su diálogo con los reguladores mexicanos, son ejemplos de trabajo en este sentido.

Un reto, seguramente no exclusivo de la región de América Latina, tiene que ver con la forma en que se puede generar un ecosistema de innovación y emprendimiento más inclusivo y abierto que permita una mayor diversidad socioeconómica de los emprendedores digitales, los cuales hoy en día suelen provenir únicamente de entornos de estudios en universidades estadounidenses. Al respecto, es crucial generar programas de apoyo al emprendimiento nacional, a través de universidades, incubadoras e inversores, entre otros, para que se genere un entorno a nivel nacional que permita el desarrollo de modelos de emprendimiento digital autóctonos.

Otro de los grandes retos del emprendimiento y la innovación en América Latina es poder desarrollar mercados regionales que, aprovechando características comunes en lenguaje y cultura, generen más oportunidades de negocio para modelos de EC en la región y faciliten la expansión regional de los mismos. En esta línea, entidades como la Asociación de Emprendedores de América Latina (ASELA) están buscando facilitar la conexión entre emprendedores de la región y promover una mayor democratización del emprendimiento y la innovación mediante políticas públicas que simplifiquen la operación de los emprendedores. Del mismo modo, iniciativas regionales como las derivadas del Grupo Técnico de Innovación en el marco de la Alianza del Pacífico, están procurando activamente generar mecanismos de financiamiento regional para los emprendedores que les permitan ampliar su mercado en la región más allá del país de origen.

Por último, cabe destacar que la economía colaborativa permite pensar en un emprendimiento a varios niveles y ofrece por ello un potencial enorme para la generación de ingresos. De entrada, habrá una minoría de creadores y gestores de empresas nacientes; en segundo lugar, estarán aquellos que puedan gestionar a nivel local la presencia de una marca global (de modo similar a una franquicia o siendo embajadores locales), y por último, será la oportunidad de que la gran mayoría se convierta en micro-emprendedor. Este último caso permite que las personas sean pares productores en las plataformas y generen ingresos ofreciendo sus bienes o realizando servicios.

La EC podría llegar a constituirse, mediando las intervenciones oportunas, en una herramienta central para solucionar algunos de los problemas de la región de ALC. En particular, los principios básicos de colaboración y apertura sobre los que se basa la EC son elementos que pueden generar nuevas estrategias en la lucha contra la desigualdad social y económica que es seguramente el principal reto que enfrenta la región. Otro ámbito donde la EC puede ser muy relevante para la región es en la promoción de la economía formal. La informalidad de la economía en América Latina es otro de los grandes problemas que la EC puede ayudar a resolver. Las plataformas de EC, con la digitalización de las transacciones (facilitando la transparencia y la trazabilidad de las operaciones), representan una muy buena oportunidad para formalizar la economía en la región de ALC, al reducir los costos de formalización y generar un entorno de negocios digital con mayor registro de las transacciones.

En vista de los importantes beneficios que los nuevos modelos de negocio de la EC pueden aportar, los países (y en especial las ciudades) de ALC deberían estar dispuestos a aprovechar estas nuevas oportunidades y apoyar proactivamente la innovación, la competitividad y las oportunidades de crecimiento que ofrece la modernización de la economía. Al mismo tiempo, es imprescindible garantizar condiciones de trabajo justas y una protección de los consumidores adecuada y oportuna.

Como se ha visto a lo largo de esta nota técnica, el modo de producción que representa la economía colaborativa es el futuro, cuando no el presente, en una amplia diversidad de sectores como el transporte, el turismo, las finanzas, las industrias creativas y del conocimiento, entre otros.

No se dará un crecimiento organizado de la EC si no existe un diálogo y una regulación apropiados que permitan desarrollar todo su potencial: integrando de manera racional las plataformas internacionales, desarrollando y promoviendo soluciones locales, protegiendo los intereses de los usuarios, recolectando impuestos y planificando cómo mitigar los efectos de este nuevo modelo productivo en los negocios tradicionales.

ALC puede aprovechar experiencias de otras regiones para avanzar más rápido en la temática y enfocar y resolver mejor los retos, pensando a largo plazo, y creando y definiendo una versión latinoamericana, más social, de la EC. Para que ocurra, habrá que ser proactivos y valientes al plantear soluciones disruptivas a los retos mencionados en este documento. Se pedirá a los reguladores que operen con una mentalidad de empresa naciente, que abarca el aprendizaje rápido y a bajo costo mediante el uso de la tecnología y la innovación. No hay otra vía para seguirle los pasos a una EC que avanza sin pedir permiso ni perdón. El mayor riesgo frente a la EC es no hacer nada al respecto.

¿Sabremos canalizar toda la energía interna y la velocidad de la EC para desarrollar una economía, unas ciudades y una sociedad mejor para todos? Aquellos cambios que antes requerían 20 años ahora pueden desarrollarse en cuatro, tal como la EC lo demuestra. A tal fin, será necesario gestionar una transición inclusiva que a la vez no inhiba el curso natural de la innovación.

Todo cambio tecnológico genera ganadores y perdedores. Y es aún más complicado cuando se trata de cambios disruptivos que, por definición, suelen ser impredecibles y acelerados. Al sentirse amenazados, existe el riesgo de que los perdedores bloqueen el cambio. No obstante y frente a los conflictos generados por los cambios tecnológicos, la historia de las innovaciones digitales demuestra que el hecho de prohibir una cierta versión de una idea hace que esta encuentre nuevas maneras de seguir funcionando y eludir la prohibición. Un ejemplo que se cita a menudo es el del intercambio de ficheros que pasó de Napster (diseño centralizado y que pudo prohibirse) a los ficheros descargables *.torrent*, hasta llegar a los actuales *magnet links* dentro del protocolo Bittorrent (descentralizado e imposible de regular). Por ello, no parece recomendable tomar el camino corto de la prohibición, y en cambio sí se sugiere tomar el camino más largo a través del diálogo y el análisis basado en la evidencia.

Por todo ello, el BID desea establecer un diálogo con los diversos organismos reguladores a diferente nivel (local, nacional, regional) a fin de garantizar el mejor entorno posible para los ciudadanos y las empresas en el fomento y la regulación de la EC en la región. La magnitud de los retos que conlleva la EC, que son sin duda muy significativos, no puede oscurecer la oportunidad única que ofrece este tipo de economía como instrumento para facilitar la inclusión social y económica para más de 625 millones de habitantes de América Latina y el Caribe.

REFERENCIAS VIRTUALES

- “3 casos de consumo colaborativo para viajes”. Buzzmn (2013). Recuperado de:
<http://socialanimals.buzzmn.com/2013/03/3-casos-de-consumo-colaborativo-para-viajes/>.
- "4 Things Every UK Airbnb Host Needs to Know About Insurance." Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://boughtbymany.com/news/article/airbnb-host-insurance-uk/>).
- "Airbnb aloja a más de 85.000 viajeros durante los Juegos de Rio". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.hosteltur.com/117731_airbnb-aloja-85000-viajeros-juegos-rio.html).
- "Airbnb and City of Lisbon Sign Agreement on Tourist Tax and Responsible Home Sharing." Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://lisbon.airnbcitizen.com/airbnb-and-city-of-lisbon-sign-agreement-on-tourist-tax-and-responsible-home-sharing/>).
- "Airbnb, Uber y BlaBlaCar tributan fuera de España por su actividad real". Consultado el 29 de marzo de 2017 (http://www.abc.es/economia/abci-airbnb-uber-y-blablacar-tributan-fuera-espana-actividad-real-201608221106_noticia.html).
- "Aprende cómo pagar los impuestos de tu actividad en Airbnb." Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.consumocolaborativo.com/2016/04/06/aprende-como-pagar-los-impuestos-de-tu-actividad-en-airbnb/>).
- "Arcade City is the 'Black Market' Uber that Runs on Facebook." Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://motherboard.vice.com/read/arcade-city-is-the-black-market-uber-that-runs-on-facebook-christopher-david>).
- “Así regulará el GDF a Uber y Cabify”. Forbes (2015). Consultado el 15 julio de 2016 (<https://www.forbes.com.mx/asi-regulara-el-gdf-a-uber-y-cabify/#gs.hLWr9Jc>).
- "Better Than Owning." The Technium (2016). Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://kk.org/thetechnium/better-than-own/>).
- “BlaBlaCar: Tenemos mecanismos para evitar ánimo de lucro entre los usuarios”. Cinco Días. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/10/01/tecnologia/1443721017_975881.html).
- "Caos legal en el alquiler de viviendas turísticas entre particulares en España". ABC.es. Consultado el 13 de agosto de 2016 (http://www.abc.es/economia/abci-caos-legal-alquiler-viviendas-turisticas-entre-particulares-espana-201608130229_noticia.html).

- "Collaborative Economy Funding (2002-Present) - Google Docs". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (https://docs.google.com/spreadsheets/d/12xTPJNvdOZVzERueyAdILGTtL_KWKTbmj6RyOg9XXs/edit).
- "¿Cómo funciona el pago de impuestos para los anfitriones? - Airbnb". Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.airbnb.es/help/article/481/how-do-taxes-work-for-hosts>).
- "¿Cuánto ahorra la segunda mano al medio ambiente?". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.consumocolaborativo.com/2016/04/21/el-mercado-de-segunda-mano-ahorro-700-000-toneladas-de-co2-al-medio-ambiente-en-2015/>).
- "Common Ground for Independent Workers". Medium Corporation. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://medium.com/the-wtf-economy/common-ground-for-independent-workers-83f3fbcf548f>).
- "Conclusiones del grupo de trabajo de jóvenes con opinión de FIDE. I. Conclusiones sobre economía colaborativa". Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa – FIDE. Consultado el 15 de abril de 2017 (<http://www.fidefundacion.es/docs/Sesiones2016/2%20%20Conclusiones%20sobre%20economia%20colaborativa.pdf>).
- "Connecting the Dots: Ecosistema de la Economía Colaborativa". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.sharecollab.co/connectingthedots/>).
- "Copyleft en Latinoamérica (II): Industrias Creativas". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.latinamerica-ipr-helpdesk.eu/sites/default/files/factsheets/es_copyleft_in_la_ii.pdf).
- "Creación de un ecosistema de crowdfunding en Chile - SlideShare". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://es.slideshare.net/acanyi/creacin-de-un-ecosistema-de-crowdfunding-en-chile>).
- "De Chicfy a Kid to Kid: la moda se suma al efecto Wallapop". Modaes.es. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.modaes.es/empresa/20161121/de-chicfy-a-kid-to-kid-la-moda-se-suma-al-efecto-wallapop.html>).
- "De Nueva York a Barcelona: las grandes ciudades se alían contra Uber y Airbnb". El Confidencial (2016). Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-06-21/airbnb-uber-barcelona-regulacion-economia-colaborativa_1220689/).
- "Desayuno 'Relaciones laborales y nuevas formas de trabajo. La problemática legal de las plataformas colaborativas'". Adigital. Consultado el 29 de marzo de 2017

[\(https://www.adigital.org/eventos/desayuno-relaciones-laborales-nuevas-formas-trabajo-la-problematika-legal-bcn/\)](https://www.adigital.org/eventos/desayuno-relaciones-laborales-nuevas-formas-trabajo-la-problematika-legal-bcn/).

"Design It Like Our Livelihoods Depend on It: 8 Principles for Creating On-demand Platforms for Better Work Futures". WTF - Medium. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://medium.com/the-wtf-economy/design-it-like-our-livelihoods-depend-on-it-e1b6388eb752>).

"Economía de pares: el paradigma de los negocios colaborativos". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.lanacion.com.ar/1898677-economia-de-pares-el-paradigma-de-los-negocios-colaborativos>).

"El caso de EsLife: la urgencia de regular la economía colaborativa". Consultado el 29 de marzo de 2017 (http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-caso-eslife-urgencia-regular-economia-colaborativa-201512141252_noticia.html).

"El modo de producción ciudadano". TEDxMadrid - YouTube. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://www.youtube.com/watch?v=a9Ezhe6nrv0>).

"En defensa del consumo colaborativo". Charla TED.com. de R. Botsman (2010). Recuperada de:
http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?language=es.

"Establecimiento como auto emprendedor en Francia". Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Gobierno de España. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/francia/webempleo/es/emprender-negocio/auto-emprendedor/index.htm>).

"Etsy Maker Cities". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://www.etsy.com/makercities>).

"Etsy Releases 2015 Transparency Report". Etsy News. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://blog.etsy.com/news/2016/etsy-releases-2015-transparency-report/>).

"Europe's Five Key Sharing Economy Sectors could Deliver €570 Billion by 2015." PWC (2016). Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://press.pwc.com/News-releases/europe-s-five-key-sharing-economy-sectors-could-deliver--570-billion-by-2025/s/45858e92-e1a7-4466-a011-a7f6b9bb488f>).

"Fiscalidad del alquiler de habitaciones, Airbnb". Slideshare. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.slideshare.net/acanyi/fiscalidad-alquiler-habitaciones-airbnb>).

"Flash Eurobarometer 438. The Use of Collaborative Platforms." Recuperado de:
http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2112_438_ENG.

- "Freelancers in Germany: Why Global Gig Economy Platforms Find It So Hard to Succeed." Medium. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://medium.com/switch-collective/freelancers-in-germany-why-global-gig-economy-platforms-find-it-so-hard-to-succeed-134ccdff651>).
- "Freelancing in America: 2015 Upwork - SlideShare." Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.slideshare.net/upwork/2015-us-freelancer-survey-53166722>).
- "Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion." Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>).
- "How Popular is the Sharing Economy?" eMarketer. Consultado el 15 de abril de 2016 (<https://www.emarketer.com/Article/How-Popular-Sharing-Economy/1014135>).
- "I-121969 - EC Audiovisual Service." Comisión Europea (2016). Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://ec.europa.eu/avservices/video/player.cfm?ref=I121973&sitelang=EN>).
- "ITF Workable Futures Initiative." Institute For The Future (2016). Recuperado de: <https://workablefutures.org/>.
- "La EC no colabora: así eluden Airbnb y Uber al fisco". El Economista.es. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/7474289/04/16/La-economia-colaborativa-no-colabora-asi-eluden-Airbnb-y-Uber-al-fisco.html>).
- "La Generalitat regulará la EC sector por sector." 6 de abril de 2016. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.lavanguardia.com/economia/20160405/40906558296/generalitat-regulara-economia-colaborativa-sector.html>).
- "La Maif S'engage Pour Une Société Collaborative." MAIF. Consultado el 29 de marzo de 2017(<https://www.maif.fr/maif-pour-une-societe-collaborative/accueil.html>).
- "La SCJN 'congela' sentencias sobre regulación de Uber en México". Excelsior (2017). Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/01/24/1141635>.
- "Local Governments and the Sharing Economy - One Earth." Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.localgovsharingecon.com/uploads/2/1/3/3/21333498/localgovsharingeconroa_dmap_oct2015.pdf).
- "Madrid fija un mínimo de cinco noches para alquilar una vivienda turística y frenar a Airbnb". Eldiario.es. 11 de julio de 2014. Consultado el 18 de diciembre de 2016

http://www.eldiario.es/economia/Madrid-estancia-alquilar-turistica-Airbnb_0_280322340.html).

"Mapa Colaborativo de Chile - Ouishare Chile". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://ouishare.cl/mapa-colaborativo-de-chile/>).

"Meet The Gig Economy Companies That See Investing In Workers As a Smart Business Strategy." Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.ibtimes.com/meet-gig-economy-companies-see-investing-workers-smart-business-strategy-2336721>).

"Modernizing Labor Laws in the Online Gig Economy." The Hamilton Project. Consultado el 29 de marzo de 2017 (http://www.hamiltonproject.org/events/modernizing_labor_laws_in_the_online_gig_economy).

"Mycelia: Shaping a New Landscape for Music." WIPO Magazine. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2016/02/article_0002.html).

"Olympics Recap: Rio Hosts Champion Hospitality." Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://brazil.airbnbcitizen.com/olympics-recap-rio-hosts-champion-hospitality/>).

"On-demand Economy Provider Demographics." SlideShare. Consultado el 29 de marzo de 2017 (https://www.slideshare.net/IntuitInc/dispatches-from-the-new-economy-the-ondemand-workforce-57613212/13-ONDEMAND_ECONOMY_PROVIDER_DEMOGRAPHICSMenWhite_African).

"Open Badges Homepage." Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://openbadges.org/>).

"OuiShare's Photostream." Flickr. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://m.flickr.com/photos/ouishare/27516813633/in/set-72157670612258716/>).

"Palabra de inversor: "Baja exigencia de capital y gran rentabilidad en caso de adquirir cierta escala". Blog Consumo colaborativo. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.consumocolaborativo.com/2013/12/17/palabra-de-inversor-baja-exigencia-de-capital-y-gran-rentabilidad-en-caso-de-adquirir-cierta-escala/>).

"Papel del Crowdfunding en la nueva Política de Inclusión Financiera de México". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://aficomx.wordpress.com/2016/07/17/papel-del-crowdfunding-en-la-nueva-politica-de-inclusion-financiera-de-mexico/>).

"Paychecks, Paydays, and the Online Platform Economy." JP Morgan Chase & Co. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.jpmorganchase.com/corporate/institute/report-paychecks-paydays-and-the-online-platform-economy.htm>).

- "Primer estudio sobre crowdfunding realizado en México posiciona al país como líder en América Latina". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.fomin.org/es-es/PORTADA/noticiasNew/ArtMID/18979/ArticleID/1100/Primer-estudio-sobre-crowdfunding-realizado-en-M%C3%A9xico-posiciona-al-pa%C3%ADs-como-l%C3%ADder-en-Am%C3%A9rica-Latina.aspx>).
- "Qualification Tests for Freelancers." Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.upwork.com/tests>).
- "Qué es el COPYLEFT?" Latin America IPR SME Helpdesk. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.latinamerica-ipr-helpdesk.eu/sites/default/files/factsheets/es_copyleft_in_la.pdf).
- "Seguro para el alquiler de coches entre particulares". Drivy.es. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.drivy.es/seguro>).
- "Seguro y compartir coche". BlaBlaCar.es. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.blablacar.es/seguro-compartir-coche>).
- "Sharing Economy Tax Center." IRS.gov. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/sharing-economy-tax-center>).
- "'Sharing Economy' Turns to Insurers for Risk Protection." EurActiv.com. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://www.euractiv.com/section/digital/news/insurance-sector-key-partner-in-developing-sharing-economy-platforms/>).
- "Sharing España lanza el 'Código de Principios y Buenas Prácticas de Plataformas Colaborativas'". Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://www.sharingespana.es/sharing-espana-lanza-el-codigo-de-principios-y-buenas-practicas-de-plataformas-colaborativas/>).
- "State of the Commons." Creative Commons. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://stateof.creativecommons.org/>).
- "Telefónica Index on Digital Life." Telefónica. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://indexdigitallife.telefonica.com/es/>).
- "The Impact of the Collaborative Economy on the Labour Market." CEPS. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.ceps.eu/publications/impact-collaborative-economy-labour-market>).
- "The On-Demand Economy Conference." MIT Digital (2016). Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://ide.mit.edu/news-events-media/events/demand-economy-conference>).

- "The Rise of The Freelancer Economy." Forbes (2016). Recuperado de:
<http://www.forbes.com/sites/brianrashid/2016/01/26/the-rise-of-the-freelancer-economy/>.
- "The Sharing Economy Grows Up.How the UK has Embraced the Sharing Economy." PWC (2014). Consultado el 18 de diciembre de 2016
(<http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.html>).
- "The Think Y Be-Tank para una sociedad colaborativa". Ouishare (2016). Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://ouishare.net/es/about>).
- "Transportation Network Company." Wikipedia. Consultado el 18 de diciembre de 2016
(https://en.wikipedia.org/wiki/Transportation_network_company).
- "Uber Loses at Least \$1.2 Billion in First Half of 2016." Bloomberg Technology (2016).
Recuperado de: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-08-25/uber-loses-at-least-1-2-billion-in-first-half-of-2016>.
- "Uber, Rappi o Mercadoni: a garantizar la seguridad social de sus colaboradores". Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.semana.com/tecnologia/articulo/uber-rappi-o-mercadoni-a-garantizar-la-seguridad-social-de-sus-colaboradores/489544>).
- "Uber Settles Lawsuits to Keep Drivers as Independent Contractors in California and Massachusetts." Consultado el 29 de marzo de 2017
(<http://www.theverge.com/2016/4/21/11485424/uber-suit-california-Massachusetts-drivers-employee-contractor>).
- "Uber's \$100 Million Settlement with Drivers." Consultado el 29 de marzo de 2017
(<http://mashable.com/2016/08/18/uber-class-action-california-oconnor-settlement/>).
- "Una sentencia en Reino Unido obliga a Uber a pagar un salario mínimo y dar vacaciones a sus empleados". Eldiario.es. Consultado el 29 de marzo de 2017
(http://www.eldiario.es/economia/sentencia-Uber-salario-vacaciones-empleados_0_574293298.html).
- "Un desarrollo imparabable en la EC". El País. Consultado el 18 de diciembre de 2016
(<http://www.elpais.com.uy/economia-y-mercado/desarrollo-imparabable-economia-colaborativa.html>).
- "Universal Basic Income Is a Neoliberal Plot To Make You Poorer." P2P. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://blog.p2pfoundation.net/universal-basic-income-is-a-neoliberal-plot-to-make-you-poorer/2016/08/25>).
- "Universidad Mercado Libre". Consultado el 29 de marzo de 2017
(<http://www.mercadolibre.com.co/universidad>).

- "Viajes en España: Así vive una 'pirata' de Airbnb: ganó 3.200 euros al mes alquilando 14 pisos". El Confidencial (2016). Consultado el 18 de diciembre de 2016 (http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-06-19/airbnb-barcelona-economia-colaborativa-turismo_1216411).
- "What Are Magnet Links, and How Do I Use Them to Download Torrents?" Lifehacker. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<http://lifelife.com/5875899/what-are-magnet-links-and-how-do-i-use-them-to-download-torrents>).
- "Weekly Chart: Latin America's Informal Economy." AS/COA. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://www.as-coa.org/articles/weekly-chart-latin-americas-informal-economy>).
- "What Future for Platform Mediated Labour Markets?" European Commission. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://blogs.ec.europa.eu/eupolicylab/what-future-for-platform-mediated-labour-markets/>).
- "What is New Mutualism?" Freelancers Union Blog. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<http://blog.freelancersunion.org/2013/11/05/what-new-mutualism/>).
- "Why Silicon Valley is Embracing Universal Basic Income." The Guardian. Consultado el 29 de marzo de 2017 (<https://www.theguardian.com/technology/2016/jun/22/silicon-valley-universal-basic-income-y-combinator>).
- "Will the 'Sharing Economy' Work For Fashion?" BoF. Consultado el 18 de diciembre de 2016 (<https://www.businessoffashion.com/articles/fashion-tech/will-the-sharing-economy-work-for-fashion-rent-the-runway-rental>).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Algar, R. 2007. "Collaborative Consumption." *Leisure Report*. Disponible en: <http://web.archive.org/web/20130514173126/http://www.oxygen-consulting.co.uk/docs/collaborative-consumption.pdf>.
- Autoridad Catalana de la Competencia. 2016. "Transacciones entre iguales (P2P). Un paso adelante". Ref. Num., ES 10/2015. Disponible en: http://acco.gencat.cat/web/.content/80_acco/documents/arxiu/actuacions/P2P-Un-pas-endavant_DEF_es-vX.pdf.
- Botsman, R. 2013. "The Sharing Economy Lacks a Shared Definition." Collaborative Consumption. Disponible en: www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/.

- Botsman, R. y R. Rogers. 2010. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness.
- Comisión Europea. 2016. "Una Agenda Europea para la economía colaborativa". Disponible en: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/ES/1-2016-356-ES-F1-1.PDF>.
- Comisión Europea, Opinión pública. 2016. "The Use of Collaborative Platforms." Disponible en: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2112>.
- Comité Económico y Social Europeo. 2016. "Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema 'La innovación como motor de nuevos modelos empresariales'" (Dictamen exploratorio). 2016/C 303/04, publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea (19 de agosto).
- Cooper, R y V. Timmer. 2015. "Local Governments and the Sharing Economy." One Earth.
- De Groen, W., I. Maselli y B. Fabo. 2016. "The Digital Market for Local Services: A One-night Stand for Workers? An Example from the On-demand Economy." Centre for European Policy Studies.
- De Leon, Ignacio. 2016. "Competition Policies in the Internet-Based Industries: The Need to Reboot the Debate." Documento presentado en OECD–IDB 14th Latin American and Caribbean Competition Forum, 12-13 April, Ciudad de México. Disponible en: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/LACF\(2016\)26/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/LACF(2016)26/en/pdf).
- Demilly, D. y A.-S. Novel. 2014. "The Sharing Economy: Make it Sustainable." Studies N°03/14, IDDRI.
- eMarketer. 2016. "How Popular is the Sharing Economy?" Disponible en: <https://www.emarketer.com/Article/How-Popular-Sharing-Economy/1014135>.
- Fehrenbacher, K. 2011. "The Web-Sharing Economy and its Biggest Risk." Disponible en: <https://gigaom.com/2011/07/31/the-biggest-risk-of-the-web-sharing-economy-security/>.
- Fraiberger, S. y A. Sundararajan. 2016. "Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy." Disponible en: http://www.hbs.edu/faculty/conferences/2016-dids/Documents/Fraigerber_Sundararajan_March2016.pdf.
- Friedman, T. 2013. "Welcome to the 'Sharing Economy'." The New York Times. Disponible en: <http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html>.

- FOMIN. 2016. "The Sharing Economy can Transform Economic Development." Disponible en: <http://www.fomin.org/Home/FOMINblog/Blogs/DetailsBlog/ArtMID/13858/ArticleID/5966/The-sharing-economy-can-transform-economic-development.aspx>.
- Forbes. 2016. "The Rise of The Freelancer Economy." Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/brianrashid/2016/01/26/the-rise-of-the-freelancer-economy/>.
- Fukuyama, F. 1992. *The End of History and the Last Man*. Reed Business Information, Inc.
- Grossman, N y E. Woyke. 2015. "Serving Workers in the Gig Economy." Emerging Resources for the On-Demand Workforce. O'Reilly.
- Institute For The Future. 2016. "IFTF Workable Futures Initiative." Disponible en: <https://workablefutures.org/>.
- Joint Research Center (JRC). 2016. "The Future of Work in the 'Sharing Economy'. Market Efficiency and Equitable Opportunités or Unfair Precarization?" Unión Europea. Disponible en: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101280/jrc101280.pdf>.
- Latinobarómetro. 2015. "La Confianza en América Latina 1995-2015". Banco de Datos en Línea, Santiago de Chile. Disponible en: http://www.latinobarometro.org/LATDocs/F00005085-INFORME_LB_LA_CONFIANZA_1995_2015.pdf.
- Libert, B., Y. Wind y M. Beck. 2014. "What Airbnb, Uber and Alibaba have in Common." Harvard Business Review. Disponible en: <https://hbr.org/2014/11/what-airbnb-uber-and-alibaba-have-in-common>.
- Mazella, F. y A. Sundararajan. 2016. "Entering the Trust Age." NYU-Stern y Bla Bla Car. Disponible en: <https://www.blablacar.com/wp-content/uploads/2016/05/entering-the-trust-age.pdf>.
- Monserrat, A. 2010. "Las 10 ideas que cambiarán al mundo". El Universal, De10.mx. Disponible en: <http://archivo.de10.com.mx/10962.html/>.
- Owyang, J. 2016. "Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion." Disponible en: <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>.
- Parker, G., M. Van Alstyne y S. Choudary. 2016. *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy--And How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company.
- Pérez Garrido, R. y C. Buenadicha. 2016. "Economía Colaborativa en América Latina". FOMIN e Instituto de Empresa de Madrid.

Unión Europea. 2016. "Collaborative Economy - European Commission." Disponible en:
http://ec.europa.eu/growth/single-market/strategy/collaborative-economy_en.

Vaughan, R. y R. Daverio. 2014. "The Sharing Economy - Sizing the Revenue Opportunity."
PwC UK.

Walsh, B. 2011. "Today's Smart Choice: Don't Own. Share." Time Magazine, 17 de marzo.
Disponible
en: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html.

Yaraghi, N. y S. Ravi. 2017. "The Current and Future State of the Sharing Economy."
Brookings India IMPACT Series No. 032017.