

Modelos de negocios basados en el concepto de economía colaborativa: análisis de factores característicos y casos ilustrativos

(Business models based on the concept of collaborative economy: analysis of characteristic factors and illustrative cases)

Dr. José Nicolás Barragán Codina¹; Dr. Pablo Guerra Rodríguez²; Dra. Paula Villalpando Cadena³; Isaac Alejandro Segura Torres⁴; Pablo Sandoval Oyervides⁵

Abstract

This research document is based on theories of several authors, quotes, and empirical studies on the topic of business models based on what is called “*collaborative economy*”. The aim of this paper is to show the conceptualization of different researchers as well as illustrative cases of marketing strategies used by this business model of several companies that already have achieved a global positioning in highly saturated and competitive markets. It is interesting for academics in Marketing as well of International Business to understand how these business models have achieved not only a global positioning but also the management of their brand (called “branding”)

As final remarks, this research presents the analysis of two cases of companies based on this business model, and statistics of the development and evolution of this kind of business models.

Keywords: collaboration, positioning, schemes, representativeness

JEL: 123,125, 128

Resumen

La presente investigación basada en teorías de varios autores, citas, y estudios empíricos analiza y estudia el tema de los modelos de negocios basados en lo que se

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA, jose.barraganc@uanl.mx

² Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA, pablo.guerrard@uanl.mx

³ Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA, pvillalpnado@hotmail.com

⁴ Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA, alumno, isaactorres179@gmail.com

⁵ Universidad Autónoma de Nuevo León, FACPYA, alumno pablosandoval5907@gmail.com

denomina la economía colaborativa. La finalidad del presente trabajo es mostrar la conceptualización de distintos investigadores, así como casos ilustrativos de la mercadotecnia que utilizan este modelo de negocios por varias empresas que han logrado un posicionamiento global en mercados altamente saturados y competitivos. Resulta interesante para los cuerpos académico en Mercadotecnia y Negocios Internacionales, la comprensión de la forma en que estos modelos de negocios han logrado no solo el posicionamiento global, sino además el manejo de su marca (“branding”)

En la parte final, esta investigación muestra un análisis de dos casos de empresas basadas en este modelo de negocios, y las estadísticas que muestran el desarrollo y evolución de estos modelos de negocios.

Palabras Clave: colaboración, posicionamiento, esquemas, representatividad

Conceptualización de la Economía colaborativa

Durante los últimos años, la economía colaborativa ha estado en constante interacción con las personas y con su forma de consumir, con las nuevas tecnologías y con la colaboración entre individuos y empresas, abriéndose paso en la economía contemporánea. Por lo cual es necesario definir que es una *economía colaborativa* en base a las definiciones de los siguientes autores:

Autor	Año	Definición
Rachel Botsman / Kaplan	2010	La Economía del compartir es un fenómeno económico-tecnológico emergente que es alimentado por la evolución de la información y la tecnología de las comunicaciones (TIC), la proliferación de comunidades web de colaboración, así como el comercio social / intercambio.
Botsman y Rogers	2011	Fenómeno tecnológico, consideran principalmente que la Economía Colaborativa se basa en el acceso a través de la propiedad, el uso de servicios en línea, así como las transacciones monetarias y no monetarias, tales como compartir, intercambio, comercio y el alquiler (Botsman & Rogers, 2011).
McKerlich	2013	El Consumo Colaborativo no sólo se ve como el consumo, sino como una actividad en la que tanto la contribución y el uso de los recursos se entrelazan a través de redes peer-to-peer.
Matofska, et all.	2014	Definen la economía colaborativa como un ecosistema socio-económico en torno a la distribución de los recursos humanos y físicos; donde se comparten la creación, producción, distribución, comercio, consumo de bienes y servicios por parte de diferentes personas y organizaciones.
P.& Corporativo, U.	2015	Se entiende por economía colaborativa aquella en la cual los consumidores tratan de obtener un valor monetario de un bien que tienen infrautilizado.

Tabla 1. Definiciones de Economía Colaborativa. (Mier & Pastrana, 2016)

La economía colaborativa, que también es llamada *consumo conectado*, concede a las personas la oportunidad de conseguir productos a un precio más accesible y de buena calidad, al igual que vender o intercambiar productos con los demás consumidores para dar una vida más larga a los productos, pensando en la sustentabilidad y aplicando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El consumo conectado ha atraído a los consumidores por tres razones relacionadas con la economía, la ecología y las relaciones sociales.

En la economía, el consumo conectado mueve las actividades económicas entre el productor y el consumidor, abriendo paso a compartir bienes de una manera más económica para el consumidor y dándole al productor un ingreso extra a su economía.

En la ecología, la compartición de bienes ha sido de gran ayuda para reducir la contaminación al medio ambiente, esto quiere decir que más personas comparten, venden o intercambian productos con los demás, dándole un mejor y más largo uso a los productos que para algunas personas son inservibles y compartiendo bienes para generar dinero.

En las relaciones sociales, el consumo conectado, abre puertas para conocer a más personas que un futuro puede colaborar en alguna actividad económica, al igual que ayuda para extender la agenda de contactos.

Iniciativas de la economía colaborativa

Al igual que cualquier economía, el consumo conectado presenta cuatro iniciativas que ayudará a su desarrollo, aplicación y buen funcionamiento entre la sociedad, las cuales son: *recirculación de bienes*, *intercambio de bienes*, *optimización del uso de activos* y *construcción de conexiones sociales*. En la recirculación de bienes cada vez más y más personas que compraron algún producto y que ya no utilizan, buscan la manera de sacarle provecho vendiéndolo a otros consumidores que busquen el mismo producto a un precio más bajo y de buena calidad, haciendo que el producto tenga un período más largo de vida y así reduciendo el impacto ambiental que pueda tener cierto producto al ser desechado. Para esto el uso de las tecnologías como el internet ha ayudado a que este procedimiento se facilite más, usando aplicaciones y sitios de internet que permiten buscar productos usados

y publicar productos que ya no uses más a un precio accesible. Aplicaciones en los dispositivos móviles, como Segunda Mano, EBay y Mercado libre, han ayudado a los consumidores para seguir con esta práctica.

En el intercambio de bienes, Schor (2014) nos menciona como ejemplo de esta iniciativa las actividades de los bancos de tiempo, una práctica que se ha hecho famosa en varios países de alrededor del mundo, consiste en prestar servicios a las personas de tu comunidad para ganar horas acumuladas que en un futuro te pueden ser de utilidad para gastarlas como dinero pidiendo servicios a usuarios que vivan cerca, por ejemplo puede presentarse un momento en que se necesita a alguien que ayude a pasear a los perros por el parque, ingresando a alguna aplicación de bancos de tiempos se pueden encontrar a usuarios que quieran ofrecer este servicios que se buscan, a cambio recibirá las horas que le dedicaron a esa actividad para que en unos días esa persona que haya paseado a los perros, pueda usar algún servicio diferente pagando con las horas acumuladas y reemplazando el movimiento de dinero en efectivo por horas de servicio. Páginas web que facilitan la búsqueda de bancos de tiempo localizando las personas que están más cerca, cabe aclarar que en México solo esta disponible en ciudades como Guadalajara, Mérida y México D.F..

En cuanto la optimización de activos, hay ciertos bienes en los cuales la gente no se desprende tan fácilmente de ellos debido al alto precio y al uso seguido e importante que se le da, ejemplo de ello son los automóviles o casas, y que se pueden compartir con otras personas a cierto precio. En cuanto a las casa, durante los últimos años las personas, generalmente los jóvenes, salen de su ciudad de origen por motivos de trabajo o de estudio que son solo temporales, debido a esto buscan quedarse en algún lugar donde el costo para vivir sea accesible y la mejor opción es pagar para vivir en algún lugar más poblado de gente como ellos que vienen de otros lugares y vivir juntos en la misma casa, los beneficios son que el costo de la renta y de los servicios se dividen entre el número de personas que están en la vivienda, haciendo más económica la estancia en otra ciudad. Existen casos en que las personas viven en lugares que son demasiado grande y les sobran espacios como cuartos o simplemente tienen viviendas que no se están usando, para poder sacar provecho de este bien que no está en uso, existen aplicaciones en las cuales se puede rentar para

personas que necesiten estancia temporal, obteniendo beneficios como dinero extra (para los dueños de la vivienda) y estancias a precios accesibles (para las personas que necesiten estancia). Un ejemplo de este tipo de aplicaciones en Monterrey es la aplicación llamada Dada Room, la cual facilita la búsqueda de lugares para vivir con solo crear un perfil para poder observar posibles lugares de estancia. En cuanto a los automóviles, Uber es una aplicación para pedir a un automóvil que pase a recoger y llevar al lugar donde se desee, cumpliendo con la función de un taxi, de esta forma la gente que tiene un modelo de auto nuevo puede suscribirse a esta empresa y sacar más provecho a este bien.

Hablando de la cuarta iniciativa relacionada con las conexiones sociales, Schor (2014) nos muestra el ejemplo de las diferentes herramientas sociales que se pueden encontrar en páginas de internet como Prosper, Zopa y Lending Club. Estas herramientas ayudan a los usuarios, que quieren invertir en cualquier actividad económica, a buscar oportunidades de inversión, a conectarse con otras personas que tengan la misma mentalidad emprendedora y ampliar la red de socios.

Es posible observar que estas iniciativas buscan mejorar no solo la economía, sino diferentes aspectos como la sustentabilidad, las relaciones de negocios y la inversión entre individuos, optimización de bienes y extender la vida de los productos que fueron comprados y que no se les dan uso frecuente. El consumo conectado se espera que prospere, pero también se necesario analizar los aspectos negativos que podrían surgir con este modelo.

Características de la economía colaborativa.

La economía de la colaborativa es un modelo de negocio en el cual se basa en el intercambio de bienes y servicios entre productor – consumidor a cambio de una compensación pactada entre ambos sujetos. La creación de “startups” o empresas de arranque, en la actualidad ha llamado la atención d personas emprendedoras, las cuales permiten emprender distintos negocios con este método para así desarrollar su propuesta de negocios.

El estudio de esta economía colaborativa ha cobrado relevancia en los últimos debido a surgimiento de diversas actividades, Por ello existen varias definiciones de economía colaborativa, algunas de ellas son más extensas y detalladas que otras.

El economista Xavier Domenech (2015), lo identifica como *“la novedad radica en el aprovechamiento de las posibilidades que las tecnologías informáticas nos brindan, las cuales nos ayudan a disminuir los costes de transacción, irregularidades de la información, tanto aumentar la escala debido a los cambios de realizar determinadas tareas”*.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), establece que : *la economía colaborativa se trata de un nuevo modelo económico que se basa en el "intercambio entre particulares de bienes y servicios, que permanecían ociosos o infrautilizados, a cambio de una compensación pactada entre las partes"*.

Gunther Teubner (2010) nos da una definición más sencilla y directa la cual consiste en que *“es la unión de mercados entre clientes (customer-to-customer) o entre particulares (peer-to-peer) a través de programas de compartición o plataformas online u offline”*.

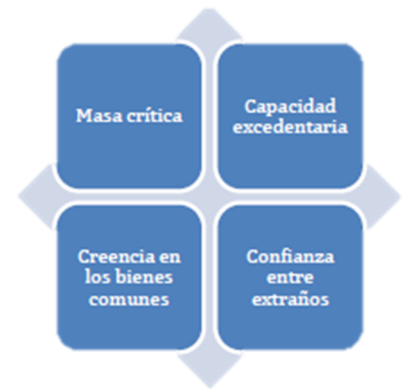
Según Bostsam y Rogers los cuales son pioneros en el análisis estructural de este fenómeno de la economía (2010), nos dicen que hay varios términos que se utilizan y que en realidad tienen diferentes significados como:

- ***Economía colaborativa***, que está basada en redes de individuos y comunidades interconectados, en oposición a las instituciones centralizadas, ,que están transformando la forma de producir, de consumir, de financiar y de prestar.
- ***Consumo colaborativo***, que se define como un modelo económico basado en compartir, intercambiar, vender o alquilar productos y servicios permitiendo el acceso a los bienes a través del propietario, de modo que lo que cambia no es lo que se consume, sino cómo se consume.
- ***Economía de compartición***, que consiste en un modelo económico que se basa en compartir bienes infrautilizados por sus propietarios, como espacios, herramientas u objetos, para obtener beneficios monetarios o no monetarios.

- *Economía de iguales*, que se aplica a los mercados de particular a particular basados en la confianza entre ellos, que facilitan tanto compartir como la compraventa directa de productos y servicios.

Además Botsman y Rogers, identifican cuatro principios fundamentales sobre los que se basa la economía colaborativa:

- *Masa crítica*
- *Capacidad excedentaria*
- *Creencia en los bienes y consumos*
- *Confianza entre extraños.*



De la misma manera Botsman define tres tipos de sistemas de economía colaborativa:

➤ **Sistema basado en el acceso a productos**

Este sistema se basa en pagar por aquello que se va a utilizar sin tener la necesidad de comprarlo. De esta forma, varía el modelo tradicional de la propiedad individual, optimizando la vida útil de cualquier producto mediante el disfrute y uso compartido, fomentándose así el ahorro y la sostenibilidad medioambiental.

➤ **Mercados de re distribución**

Actividades que tratan de redistribuir los bienes usados de donde ya no se necesitan hacia algún colectivo donde sí lo necesitan, cooperando para optimizar mejor su vida útil. Se recogen formulas con o sin prestación económica (donaciones, trueques, etc.) o con una contraprestación económica.

- **Estilos de vida colaborativo**

Actividades que buscan compartir o poner en común el espacio, el tiempo, las habilidades o conocimientos, o el dinero, incorporando posibles valores sociales frente al objetivo empresarial. Un ejemplo son los espacios de coworking o el apoyo pro bono de la economía social.

La economía de la colaboración como se ha mencionado ha tenido éxito y esto es debido a la demanda que ha logrado obtener y probablemente debido a la atracción de sus consumidores.

A continuación se mencionan las tres razones de atracción de los clientes de un negocio colaborativo:

- ✓ La primera, El consumo de la colaboración desplaza la actividad económica desde el los intermediarios hasta los consumidores-productores., lo cual hace posible que las familias tengan un distinto estilo de vida alternativo, Como la revista Plenitud (2010) publicó un artículo donde resalta: *“cada vez un porcentaje mayor de ciudadanos debe hacer frente al desempleo y a ingresos menguantes o estancados. Para ellos, compartir es una forma de vivir bien con menos dinero o de ganar dinero extra con activos que ya poseen.”*
- ✓ Un segundo motivo, es el ecológico, ya que casi todas los negocios emprendedores colaborativos de hoy en día persiguen dejar una huella ecológica, y esto lo hacen con loes estrategias de compartir transportes, reducir los desechos de basura, tanto como aumentar el reciclaje entre otras estrategias. Esto les da una buena ventaja competitiva en la actualidad.

- ✓ En tercer lugar, Como no lo comenta Botsman y Rogers, muchos de los que consumen o emprenden este tipo de negocio es únicamente para conocer gente, tener nuevos amigos, confianza en extraños y así ser un ente más social.

De conformidad a lo expuesto anteriormente, es posible determinar que la económica de la colaboración es el consumo colaborativo que abarca cualquier ámbito en el que exista un intercambio de *bienes o servicios* entre productor-consumidor, desde prestar un sofá hasta compartir el coche en un trayecto largo.

Cómo surge la economía colaborativa

Ah decir verdad, los cimientos de este nuevo modelo de negocio no es nuevo, ya que se basa básicamente en el “trueque”, el cual es tan antiguo para el hombre y hasta el actualidad es una práctica muy común en las empresas.

La dominancia economía colaborativa ha venido principalmente a cubrir todas aquellas necesidades de las familias insatisfechas, esto a consecuencia de *escasez de recursos económicos o crisis económica* que ha tenido el país tanto como el cambio de distintos valores sociales.

Las ideas de colaborar, compartir o intercambiar bienes han tenido demanda y está dando paso a muchas innovaciones de negocios nuevos.

Por lo cual los distintos nuevos negocios han invadido otras actividades comerciales tanto como alojamientos de alquiler, renta de vehículos como los “taxis” a través de plataformas de intercambio, ya que el gobierno no participada al cien por ciento en este modelo de negocio que es la economía colaborativa.

La diferencia de ahora entre trueque y un modelo de colaboración es el grado de iniciativas que hay hoy en día y todo gracias a un componente clave; *la tecnología*.

Hoy en día el mundo online sigue evolucionando de una forma sorprendente. Hemos pasado a compartir desde música, películas, opiniones, autos, casa, muebles, redes sociales, entre otras cosas más, gracias a la tecnología ya que o con ella somos capaces de generar una cierta confianza con extraños y así poder generar un intercambio de los bienes y/o servicios.

La economía colaborativa esta transformado la sociedad, la cultura y sin duda la economía de muchos países. Se calcula que en 20 años este modelo será el más importante, que este cambiando trasformando nuestro mundo y lo podemos ver fácilmente en los cambios que ha provocado en los sectores tradicionales.

El término “economía colaborativa” fue visto por primera vez por Rey Algar, en el artículo *Collabative Consumption* publicado en *Leisure Report* de abril 2007. Pero el concepto de consumo colaboración comenzó a popularizarse en 2010 por los pioneros antes mencionados en su libro “*What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*” de Rachel Botsman y Roo Rogers los cuales expusieron como los bienes y servicios pueden ser pertenencia de algún subordinado sin necesidad la propiedad de los mismo.

Principales factores de la Economía Colaborativa

Con la llegada de la economía colaborativa, distintas factores del ámbito económico, social y tecnológico han cambiado, con los cuales permitieron crear un entorno adecuado para la ejecución y el rápido crecimiento de estas nuevas iniciativas de economía, Algunos der los factores más importantes que ayudaron a este gran modelo son:

- Factores sociales
 - Los lugares con mayor densidad de población, creó un entorno bastante apropiado para poder impulsar este tipo de modelos de negocio.

 - Al tener las personas una mayor sensibilidad ya sea por el medio ambiente y el de optimizar recursos impulsa a la economía colaborativa.

 - El deseo de la comunidad, de permanecer a un grupo, de conocer gente nueva o de

permanecer en un entorno donde al sentirse integrante de la misma comunicada también da paso al gran impulso colaborativo

- Factores económicos

- La disminución de la renta y el crédito disponible entre los consumidores, como consecuencia de la crisis económica, da camino a la optimización de recursos.

- Encontramos nuevas formas de hacer negocio y financiar nuevas fórmulas y modelos. El cambio cultural ha supuesto “el uso “sea cada vez más preferible para la sociedad que la “propiedad”.

- Influencia de las Venture Capital, emprendimiento y apoyo a las nuevas iniciativas empresariales: en línea con lo anterior, el nuevo entorno económico favorece y apoya financieramente las nuevas compañías y aventuras emprendedoras.

- Factores tecnológicos:

Los elementos tecnológicos son cruciales en el advenimiento de la economía colaborativa.

- Las redes sociales facilita enormemente la posibilidad de realizar este tipo de transacciones. es una herramienta que se utiliza en la economía colaborativa para generar confianza (ejemplos en esta línea son empresas como Blablacar o Airbnb, que utilizan las redes sociales como elemento evaluador de confianza, hasta el punto de que la falta de amigos, por ejemplo, en Facebook, supone una mala señal).

- Los dispositivos móviles y las plataformas tecnológicas: la ubicuidad, movilidad y accesibilidad de los usuarios y clientes potenciales.

- Las nuevas tecnologías flexibilizando y popularizando nuevas formas de pago seguro en el entorno digital ejerce un factor catalizador para el desarrollo de la economía colaborativa.

Ventajas y desventajas

Ventajas:

- No se necesita algún lugar de trabajo específico: las nuevas tecnologías de este modelo económico otorgan la libertad de trabajar con las personas que se ofrezcan a dar sus servicios sin necesidad de tener un espacio de trabajo cuando cada uno puede trabajar en el lugar donde más le convenga. A pesar de esto, se necesita tener una buena organización entre individuos para una buena estabilidad.
- Economía más flexible: el proceso de compra-venta dentro de las nuevas aplicaciones para vender y comprar productos es más rápido y eficiente, los consumidores no tendrán que enfrentarse con papelería y ni con procesos de pagos extensos.
- Evitar comprar muebles e inmuebles: como ya se mencionó anteriormente, una de las ventajas del consumo conectado es que se planea dar mayor uso a los bienes intentando ampliar su vida, por ejemplo, los consumidores pueden vender ese taladro, martillo o celular que ya no usan para que otra persona que lo necesite lo adquiera, contribuyendo a reducir el impacto ambiental si se desechan estos productos.
- Variedad de productos: cada vez se pueden encontrar más variedad de productos y con distintos costos que benefician al consumidor. Ellos tienen la oportunidad de elegir qué tipo de producto, que color, marca o precio comprar, facilitando la búsqueda y atrayendo más y más consumidores a este mercado.

Desventajas:

Por otra parte, también hay que considerar los aspectos negativos que puede traer consigo el consumo colaborativo, ya que estos mismos aspectos pueden llegar a diferir en los procesos de compra y en la calidad del servicio hacia el cliente.

- Desprotección del consumidor: esto quiere decir que cuando un consumidor compra un producto en cualquier aplicación como E bay o Mercado Libre, corre el riesgo de que el producto que se le prometió, al momento de comprarlo y recogerlo, no se lo den tal y como aparecía en las especificaciones, puede ser que venga un poco deteriorado o con una calidad baja. No hay protección y seguridad al consumidor en estos aspectos, es por eso que se tienen que checar los productos antes de hacer una compra definitiva, ya que no hay posibilidad de cambios ni devoluciones.
- También existe el riesgo que los grupos que crean las aplicaciones para facilitar el consumo conectado, que al principio solo buscaban el bien de la sustentabilidad y el beneficio de los consumidores, al final busquen sacar provecho y dejar a lado la meta principal que tenían y querer lucrar con los consumidores.

Modelos de negocios de la economía colaborativa

A continuación se mencionan unos de los esquemas de negocios en la economía colaborativa más exitosos de hoy en día con ayuda de las tecnologías.

- Lyft: Es un tipo de servicio de transporte como Uber, a diferencia que los autos participantes en este negocio utilizan un gran bigote rosa en un parachoque (www.lyft.com).
- Airbnb: Permite que los viajeros sean hospedados en alguna casa pagando un monto de “alquiler” como si fuese hotel (www.airbnb.com).

- Lending Club: préstamo entre particulares, con sede en San Francisco (California). Fue el primer sitio de préstamo entre particulares en registrar sus productos como valores (www.lendingclub.com).
- oDesk: es una empresa global con una serie de herramientas muy útiles para trabajadores y empresas que desean relacionarse y trabajar a distancia desde casa.
- Feastly: es un mercado en línea que conecta a chefs que desean disfrutar de las mejores experiencias gastronómicas en su propio hogar. De este modo, ya no es necesario ir a un restaurante.
- LiquidSpace: Alquilar y compartir un espacio de oficinas flexible en una red de área de trabajo.
- Yerdle: Es una red donde compartes productos para así poder evitar comprarlos.

Enseguida se incluye un análisis dos negocios colaborativos que han resultado en auge y merecen ser estudiados.

Caso No. 1 Airbnb

Fundado en agosto del 2008 y con sede en San Francisco (California), Airbnb es un mercado comunitario basado en la confianza en el que la gente publica, descubre y reserva alojamientos únicos en todo el mundo, ya sea desde su computadora, Tablet o teléfono móvil.

En esta aplicación es posible alquilar desde un departamento por una noche, hasta un castillo por una semana completa.

Airbnb nació en el año 2008, y hasta el año 2017 fue cuando esta gran empresa obtuvo una gran demanda y todo se debe a dos componentes claves: La tecnología y las redes sociales. Gracias a la tecnología esta aplicación logró tener una gran demanda gracias a las redes

sociales.

Airbnb ha logrado tener:

- Un Número total de huéspedes más de 200,000,000
- Presencia en 65,000 ciudades
- Más de 1,400 Castillos
- Presencia en 191 Países

Caso No. 2 Uber

Uber es una empresa de tecnología. Usando su aplicación, los usuarios que necesitan transporte consiguen fácilmente encontrar socios conductores que ofrecen este servicio. Uber ofrece una opción más para moverse por la ciudad, con más estilo, seguridad y comodidad que nunca. Presente en más de 310 ciudades alrededor del mundo

Uber no es una empresa de transporte. Uber es una empresa de Tecnología. Nosotros desarrollamos una aplicación que conecta a socios conductores con usuarios que desean un conductor privado.

Uber no es una aplicación de taxi. Uber es una empresa de Tecnología que facilita, por medio de su aplicación, que conductores privados encuentren personas que necesitan viajes seguros y confiables. El usuario conecta con un conductor privado, quien lo lleva al destino que el desee.

Uber no emplea a ningún conductor y no es dueño de ningún auto. Sólo ofrecemos una plataforma tecnológica para que socios conductores aumenten sus rendimientos y para que usuarios encuentren conductores confiables y disfruten de viajes seguros.

Estadísticas actuales de los dos negocios colaborativos

Algunas estadísticas actuales de UBER

A continuación se muestra una tabla comparativa de las tarifas de uber, proporcionada por BBC.

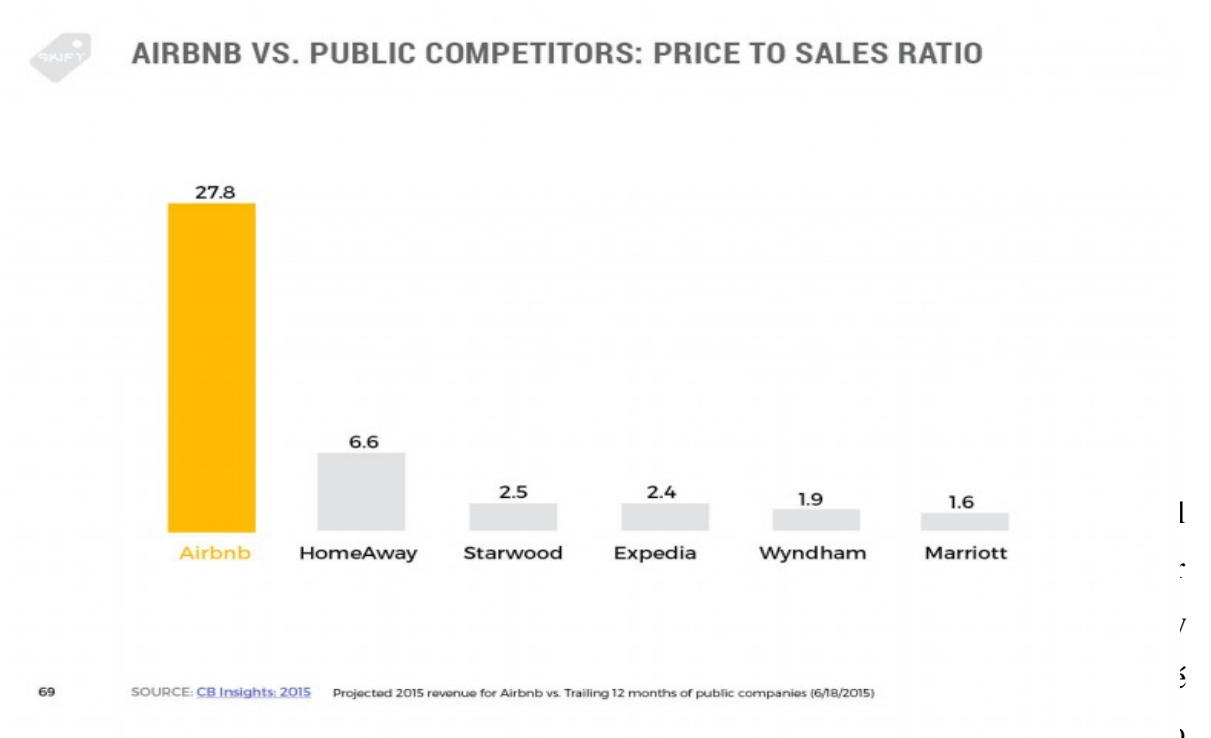
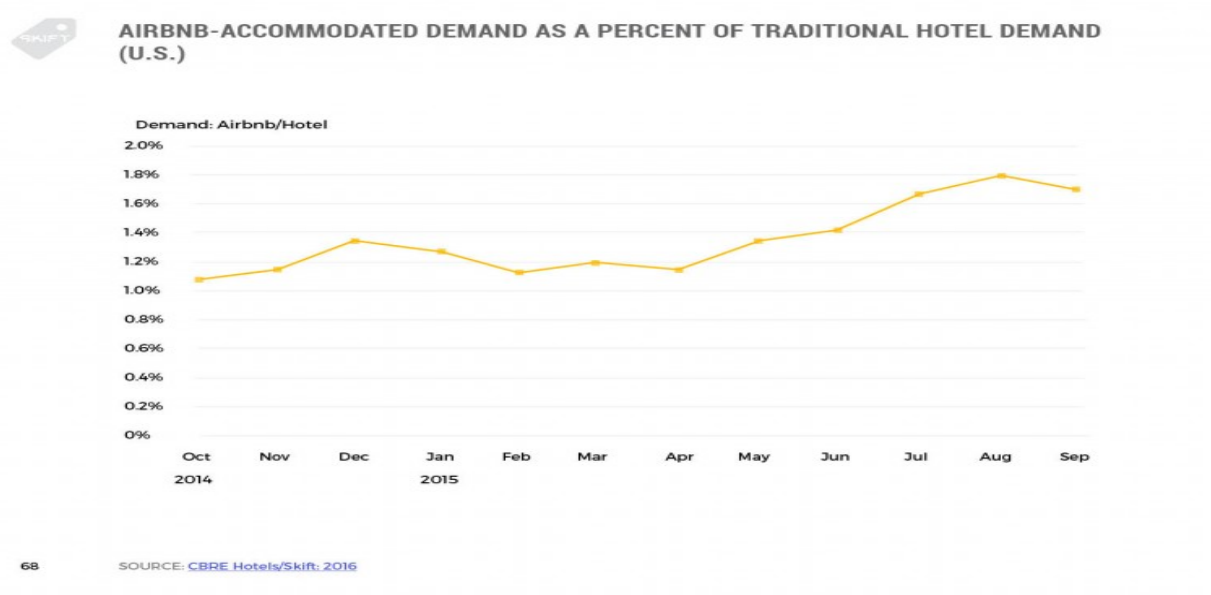
Tabla comparativa de tarifas de Uber (en US\$ aproximados de moneda local)							
	Tarifa mínima	Bajada bandera	de	Cargo minuto	por	Cargo milla/km	por
Nueva York	8	3		0,4		2,15/milla	
Miami	4,7	1		0,16		0,95/milla	
Londres	7,6	3,8		0,22		1,9/milla	
Ciudad de México	2,4	0,4		0,1		0,2/km	
Bogotá	1,5	0,7		0,04		0,18/km	
Santiago	2,3	1,15		0,17		0,43/km	

Fuente: BBC. Londres

En México la aplicación cuenta con 33.000 socios conductores. Cerca del 40% de ellos estaban desempleados antes de empezar a utilizarla. Y Según un sondeo de *El Financiero*, un conductor de Uber gana entre US\$540 y US\$720 mensuales, parecido al salario mensual promedio de un psicólogo, dentista y contador.

Estadísticas de AIRBNB

En el siguiente grafico se muestra la demanda de Aribnb y de hoteles según los meses del año.



del ambiente, de la duración de los productos, facilitando a la gente los procesos de compra con las tecnologías de la información y obteniendo productos de buena calidad a un precio accesible.

Iniciativas de la economía colaborativa

Al igual que cualquier economía, el consumo conectado presenta cuatro iniciativas que ayudará a su desarrollo, aplicación y buen funcionamiento entre la sociedad, las cuales son: recirculación de bienes, intercambio de bienes, optimización del uso de activos y construcción de conexiones sociales. En la recirculación de bienes cada vez más y más personas que compraron algún producto y que ya no utilizan, buscan la manera de sacarle provecho vendiéndolo a otros consumidores que busquen el mismo producto a un precio más bajo y de buena calidad, haciendo que el producto tenga un período más largo de vida y así reduciendo el impacto ambiental que pueda tener cierto producto al ser desechado. Para esto el uso de las tecnologías como el internet ha ayudado a que este procedimiento se facilite más, usando aplicaciones y sitios de internet que permiten buscar productos usados y publicar productos que ya no uses más a un precio accesible. Aplicaciones como Segunda Mano, EBay y Mercado libre, han ayudado a los consumidores para seguir con esta práctica.

En el intercambio de bienes, Schor (2014) nos menciona como ejemplo de esta iniciativa las actividades de los bancos de tiempo, una práctica que se ha hecho famosa en varios países de alrededor del mundo, consiste en prestar servicios a las personas de tu comunidad para ganar horas acumuladas que en un futuro te pueden ser de utilidad para gastarlas como dinero pidiendo servicios a usuarios que vivan cerca de ti, por un momento imagina que necesitas a alguien que te ayude a pasear a tus perros por el parque, ingresando a alguna aplicación de bancos de tiempos puedes encontrar a usuarios que quieran ofrecer este servicios que tu buscas, a cambio recibirán las horas que le dedicaron a esa actividad para que en unos días esa persona que haya paseado a tus perros, pueda usar algún servicio diferente pagando con las horas acumuladas y reemplazando el movimiento de dinero en efectivo por horas de servicio. Páginas web te facilitan la búsqueda de bancos de tiempo localizando los que están más cerca de ti, pero en México solo hay disponibles en ciudades como Guadalajara, Mérida y México (CDMX).

En cuanto la optimización de activos, hay ciertos bienes en los cuales la gente no se desprende tan fácilmente de ellos debido al alto precio y al uso seguido e importante que se le da, ejemplo de ello son los automóviles o casas, y que se pueden compartir con otras personas a cierto precio. En cuanto a las casa, durante los últimos años las personas, generalmente la juventud, salen de su ciudad de origen por motivos de trabajo o de estudio que son solo temporales, debido a esto buscan quedarse en algún lugar donde el costo para vivir sea accesible y la mejor opción es pagar para vivir en algún lugar donde viva más gente como ellos que vienen de otros lugares y vivir juntos en la misma casa, los beneficios son que el costo de la renta y de los servicios se dividen entre el número de personas que están en la vivienda, haciendo más económica la estancia en otra ciudad. Existen casos en que las personas viven en lugares que son demasiado grande y les sobran espacios como cuartos o simplemente tienen viviendas que no se están usando, para poder sacar provecho de este bien que no está en uso, existen aplicaciones en las cuales puedes rentar estos espacios para personas que necesiten asilo temporal, obteniendo beneficios como dinero extra (para los dueños de la vivienda) y estancias a precios accesibles (para las personas que necesiten asilo). Un ejemplo de este tipo de aplicaciones en Monterrey es la aplicación llamada Dada Room, la cual facilita la búsqueda de lugares para vivir con solo crear un perfil para poder observar posibles lugares de estancia. En cuanto a los automovil s, Uber es una aplicación para pedir a un automovil que venga por ti y llevarte al lugar donde desees, cumpliendo con la función de un taxi, de esta forma la gente que tiene un modelo de auto nuevo puede suscribirse a esta empresa y sacar más provecho a este bien.

Hablando de la cuarta iniciativa relacionada con las conexiones sociales, Schor (2014) nos muestra el ejemplo de las diferentes herramientas sociales que se pueden encontrar en páginas de internet como Prosper, Zopa y Lending Club. Estas herramientas ayudan a los usuarios, que quieren invertir en cualquier actividad económica, a buscar oportunidades de inversión, a conectarse con otras personas que tengan la misma mentalidad emprendedora y ampliar tu red de socios.

Como pudimos ver estas iniciativas buscan el mejorar no solo la economía, sino diferentes aspectos como la sustentabilidad, las relaciones de negocios e inversión entre individuos, optimización de bienes y a extender la vida de los productos que fueron comprados y que

ya no se les dan un uso. El consumo conectado se espera que prospere, pero también se tiene que analizar los aspectos negativos que podrían surgir con este nuevo modelo.

Ventajas y desventajas

Ventajas:

- No se necesita algún lugar de trabajo específico: las nuevas tecnologías de este modelo económico te dan la libertad de trabajar con las personas que se ofrezcan a dar sus servicios sin necesidad de tener un espacio de trabajo cuando cada uno puede trabajar en el lugar donde más le convenga. A pesar de esto, se necesita tener una buena organización entre individuos para una buena estabilidad.
- Economía más flexible: el proceso de compra-venta dentro de las nuevas aplicaciones para vender y comprar productos es más rápido y eficiente, los consumidores no tendrán que lidiar con papelería y ni con procesos de pagos extensos.
- Evitar comprar muebles e inmuebles: como ya se mencionó anteriormente, unas de las ventajas del consumo conectado es que se planea dar mayor uso a los bienes intentando ampliar su vida, por ejemplo, los consumidores pueden vender ese taladro, martillo o celular que ya no usan para que otra persona que lo necesite lo adquiera, contribuyendo a reducir el impacto ambiental si se desechan estos productos.
- Variedad de productos: cada vez se pueden encontrar más variedad de productos y con distintos costos que benefician al consumidor. Ellos tienen la oportunidad de elegir que tipo de producto, que color, marca o precio comprar, facilitando la búsqueda y atrayendo más y más consumidores a este mercado.

Desventajas:

Por otra parte, también hay que considerar los aspectos negativos que puede traer consigo el consumo colaborativo, ya que estos mismos aspectos pueden llegar a diferir en los procesos de compra y en la calidad del servicio hacia el cliente.

- Desprotección del consumidor: esto quiere decir que cuando un consumidor compra un producto en cualquier aplicación como Ebay o Mercado Libre, corre el riesgo de que el producto que se le prometió, al momento de comprarlo y recogerlo, no se lo den tal y como aparecía en las especificaciones, puede ser que venga un poco deteriorado o con una calidad baja. No hay protección y seguridad al consumidor en estos aspectos, es por eso que se tienen que checar los productos antes de hacer una compra definitiva, ya que no hay posibilidad de cambios ni devoluciones.
- También existe el riesgo que los grupos que crean las aplicaciones para facilitar el consumo conectado, que al principio solo buscaban por el bien de la sustentabilidad y el beneficio de los consumidores, al final busquen sacar provecho y dejar a lado la meta principal que tenían y querer lucrar con los consumidores.

Reflexiones finales

este modelo económico ha surgido poco a poco y sus expectativas son crecer más en el mercado debido a que cada vez más consumidores, sin darse cuenta, optan por consumir con este tipo de economía, ya que se sienten más cómodos en los procesos de compra y obtienen a la vez beneficios, ayudando a la sostenibilidad del medio ambiente. Encontré que la economía colaborativa es una opción viable para hacer negocios teniendo cuidado del ambiente, de la duración de los productos, facilitando a la gente los procesos de compra con las tecnologías de la información y obteniendo productos de buena calidad a un precio accesible.

Para concluir esta breve investigación de distintos artículos de investigaciones, tanto sitios web como artículos de periódicos.

Gracias a los economistas Botsman y Rogers podríamos decir que la economía colaborativa es un nuevo modelo de negocio que se basa en un intercambio de productos y servicios como anteriormente lo conocemos como “trueque”, donde las familias emprenden

nuevos negocios para satisfacer sus propias necesidades ya que la economía de nuestro país es insuficiente.

Expresamos como la tecnología fue de gran apoyo a los modelos colaborativos para tener el gran éxito que tienen, ya que se dice que es el modelo de negocio futuro.

Conocimos más profundamente como operan dos grandes modelos colaborativos que son Airbnb y Uber, al igual que algunas estadísticas las cuales nos muestran claramente el auge que han obtenido.

Una verdadera reflexión, final es que ese modelo de negocios basado en la economía colaborativa, puede representar una verdadera oportunidad para negocios emergentes y emprendedores que no solo puede aprovechar las ventajas de este modelo de negocios, sino que además de las ventajas de la herramienta de las tecnologías de comunicación e información, puede potencialmente expandir sus horizontes operativos no solo a nivel nacional sin a la vez internacionalmente.

También consideramos que este tema es representativo de los cambios en el contexto actual que obliga a los negocios a cambiar sus modelos de operación y sus estrategias de participación. Todo negocio tiene derecho a probar sus potenciales de crecimiento y supervivencia a través de nuevos esquemas de negocios y participación.

Referencias bibliográficas

Camarena, S. (15 de Enero de 2016). La movilidad en la CDMX . *El Financiero*.

Campos, T. (09 de Septiembre de 2016). *Concepto05*. Recuperado el 09 de 2017, de Estadísticas que explican el estado de la economía colaborativa: <http://www.concepto05.com/2016/09/estadisticas-economia-colaborativa/>

Cañigual, A., Gisbert, J., Moral, L., Oliver, E., Schor, J., Valor, C. (2014). Economía en Colaboración. 01 septiembre, 2017, de Economistas sin Fronteras Sitio web: <http://ecosfron.org/portfolio/dossier-no-12-economia-en-colaboracion/>

Caro, M. (s.f.). Economía de la Colaboración.

- Julio Navio, J. S. (2016). *Informe sobre Economía Colaborativa*. Grupo de Políticas Públicas y Regulación.
- Lopez, J. (23 de Abril de 2015). ¿Qué te conviene: Taxi o Uber? *El Financiero*.
- Martínez, M. T. (2017). *Claves de la economía colaborativa y políticas públicas*. Madrid, España.
- Mendoza, M. (25 de Abril de 2017). *Publimetro*. Recuperado el Agosto de 2017, de Economía de la colaboracion: <https://www.publimetro.com.mx/mx/economia/2017/04/25/economia-colaboracion-futuro-negocios.html>
- Mier, J. & Pastrana, A. (2016). Economía Colaborativa y su Auge en América Latina. 4 septiembre, 2017, de Universidad Autónoma de Querétaro Sitio web: www.uaq.mx/investigacion/revista_ciencia@uaq/ArchivosPDF/v10-n1/Art.-7.pdf
- Moreno, J. Á. (Enero de 2014). ECONOMÍA EN COLABORACIÓN. *Dossier n°12*, 2 - 24.
- Toribio, S. D. (2015). *La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de la política económica*.