

Desafíos de los emprendimientos de economía colaborativa en Colombia

Challenges of collaborative economy ventures in Colombia

María Victoria Gómez Navarro¹

Natalia Pérez Betancur²

RESUMEN

La recesión, la caída de potencias poderosas y la entrada fuerte de la tecnología, han provocado profundos cambios en la dinámica económica, haciendo que cada vez se busquen revolucionarias alternativas de recuperación, partiendo de líneas delgadas que pueden llegar a ser muy influyentes por el gran impacto que producen y el elevado número de personas que benefician, como es el caso de la economía colaborativa, la cual ha permeado múltiples escenarios haciendo que se reinventen los tradicionales sectores de la economía. Ese fenómeno no ha sido ajeno a Colombia y por ello con este artículo se propone que a partir de un rastreo bibliográfico, del estado del arte y de ejemplos de referencia, se logren identificar los desafíos a los cuales se exponen los emprendimientos de economía colaborativa en el país, pudiendo extraer conclusiones desde contextos sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

Palabras clave: consumo colaborativo, economía colaborativa, economía.

ABSTRACT

The recession, the fall of powerful empires and the strong entry of technology, have caused profound changes in the economic dynamics, making every time there are other revolutionary

recovery alternatives, starting from lines that can become very influential because of the great impact it produces and the number of people that benefit, as is the case of the collaborative economy, which has permeated multiple scenarios, making the traditional sectors of the economy reinvent. This phenomenon has not been foreign to Colombia, and the state of the art and the examples of reference, are registered the challenges to which the collaborative economy ventures in Colombia are exposed. The country, being able to draw conclusions from social, technological, environmental and legal contexts.

Keywords: Collaborative consumption, sharing economy, economy.

INTRODUCCIÓN

La economía colaborativa como fenómeno comercial, basado en el intercambio de bienes y servicios de consumo global, tiene múltiples implicaciones que ameritan un estudio reflexivo de su contexto histórico y de los casos de éxito que se han materializado en el mercado mundial y nacional, ya que con su acaecimiento se está presentando un trascendental cambio en lo que conocemos como economía tradicional.

La economía colaborativa es un modelo de intercambio de bienes o servicios, a través de

¹ Certificación internacional cooperante ADTECH Convenio SENA-LEGO EDUCATION. Formación por proyectos / aplicación de actividades STEAM en la formación profesional integral. Instructora SENA, Regional Antioquia, Centro de Servicios y Gestión Empresarial. E-mail: mvgomezn@misena.edu.co

² Abogada, especialista en alta gerencia, magíster en administración de empresas con especialidad en dirección de proyectos. Instructora SENA, Regional Antioquia, Centro de Servicios y Gestión Empresarial. E-mail: nperezbeta@misena.edu.co

una plataforma tecnológica, con o sin prestación económica, donde ambas partes se benefician.

Esta figura de la economía colaborativa aparece a partir del año 2007, época crítica en el mundo con respecto al resentimiento de economías fuertes como la europea, pero es precisamente a partir de ese impacto que los emprendedores deciden innovar, buscar nuevas formas de comercializar y de acceder a productos y servicios, sin tener que hacer grandes inversiones. Lo anterior, facilita los avances tecnológicos, por la disponibilidad en el acceso a bienes, servicios y productos sin ninguna limitación, caso Uber, windu (turismo), bienes de EBay, Amazon, Wallapop, entre muchos más de diferentes sectores de la economía.

Estos modelos novedosos de negocio, hacen que las empresas tradicionales consideren que no están en igualdad de condiciones por la escasa regulación normativa y que ello podría derivar en competencia desleal; aunque es un modelo novedoso práctico y de fácil adquisición, no todo el mundo lo ve con buenos ojos, no ha habido una fácil adaptación, aceptación y correspondencia, por el temor a lo desconocido, a la inseguridad, a la forma de pago, a la relación con quien no es tu vecino, amigo o conocido; sin embargo, a pesar de estas barreras, algunas reales otras imaginarias, el desarrollo de la economía colaborativa sigue en crecimiento, esto hace que las economías tradicionales le pidan a los gobiernos que definan un marco legal claro, que iguale condiciones y verifique la procedencia real de esos recursos compartidos.

El objetivo de este trabajo es poner de manifiesto el concepto y características de la economía colaborativa, pudiendo identificar los desafíos a los cuales se exponen los emprendimientos de economía colaborativa en Colombia.

Para ello se presenta un aparte sobre el contexto histórico y características principales de la economía colaborativa, sus tendencias actuales y los casos de éxito que han logrado impactar tanto a nivel internacional como nacional.

Se hace un estudio minucioso a partir de un rastreo bibliográfico, que soporta las conclusiones reflexivas que propone la investigación, las cuales versan sobre la manera de superar los desafíos del modelo de negocio colaborativo, en los contextos sociales, ambientales, tecnológicos y legales.

MARCO TEÓRICO

Evolución histórica de la economía

La economía representa un papel fundamental dentro de los principales fines del Estado, lo anterior en cuanto busca satisfacer las necesidades de sus habitantes y así mismo brindar todas las herramientas para garantizar las libertades individuales, es por esto, que con el paso de los años y la era post moderna, la Constitución Política es cada vez más garantista en cuanto a derechos económicos y libertades económicas de cada uno de los miembros que componen el Estado. Los modelos económicos adoptados por los Estados se han fundamentado bajo criterios de libertad económica o de intervención Estatal, en los que se identifican cuatro elementos básicos: (i) un orden fundamental, como una serie de derechos dirigidos a garantizar la seguridad económica de las personas consagradas en una constitución y que posteriormente son desarrolladas mediante normas, (ii) los valores y los principios, que confluyen en conceptos de justicia social y ética, (iii) la dignificación de la persona, como elemento esencial e indispensable de un Estado Social de Derecho y por último (iv) un mejor vivir, como razón de ser de la sociedad política y dentro de un contexto de bien común. (Herrera Topias, Boneu Cantillo, & Ripoll Miranda, 2015) Ahora bien, los criterios adoptados por el Estado y con los cuales busca cumplir a cabalidad con todos los derechos y fines que se han trazado a través de las continuas reformas a la carta magna han permitido y contribuido a un constante avance en aras de proteger el desarrollo de industria, la libertad de empresa, la continua distribución y

comercialización de productos e innovaciones, lo que implica una constante evolución empresarial, económica, política, intelectual e industrial que permite concluir que el Estado busca la satisfacción personal de cada individuo y así contribuir a cumplir con los fines del Estado y las libertades que en este se encuentran consagradas.

Es de suma importancia indicar que a través de la historia el Estado colombiano en materia económica ha pasado por diferentes modelos económicos, lo anterior se debe a todo el auge y la innovación en materia tecnológica y de empresa, que ha propiciado la adopción de medidas tendientes a normativizar no solo las actividades económicas, sino a imponer y mantener los límites de cada una de ellas en concordancia derechos civiles reconocidos. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado se debe citar uno de los modelos más antiguos e importantes el cual es el liberalismo clásico y su principal exponente Adam Smith, quien a través de su obra "Una investigación sobre la riqueza de las naciones", ha dado lugar a que los modelos económicos adoptados por los Estados se fundamenten bajo criterios de libertad económica y de no intervención Estatal (María Paula Amaya Arbeláez, 2016).

Contexto histórico

A través de los años los esquemas de consumo en la economía han venido atravesando unos cambios importantes llegando a su punto máximo representado en un capitalismo hiperconsumista, cuya característica básica es la proliferación de un consumo desmesurado, que busca en lo posible que un producto sea utilizado por un solo individuo, que adicionalmente presente una alta tasa de recambio (obsolescencia programada) y que genere unas nuevas necesidades en el consumidor final (consumo emocional). Este tipo de capitalismo, permitió de cierta manera un crecimiento económico que iba acompañado con la generación de empleo y el aumento de la producción, pero en contra parte se estaba volviendo nocivo para la mayoría y para el mismo planeta en sí, dada las nuevas tendencias de una economía inteligente y sostenible.

La Revista Time en el 2011, consideró a la Economía Colaborativa una de las 10 ideas que iban a cambiar el mundo (Walsh, 2011), y nos hacía alusión a que una decisión inteligente era no poseer sino compartir. De acuerdo a estimaciones realizadas por economistas de talla mundial y centros de estudios globales, se dice que la economía colaborativa para el año 2025, moverá 235.000 millones de dólares (Semana, 2016). El consumo colaborativo es la base para dar inicio a la economía colaborativa, y mantiene como premisa compartir bienes antes de poseerlos, y hacer que circule lo que existe, en vez de seguir comprando cosas nuevas. Este esquema no es nuevo, ya que desde hace mucho tiempo estas acciones se realizaban en círculos cerrados, como, por ejemplo, los libros que se utilizaban para la escuela, se cedían a los hermanos menores, o simplemente el hecho de compartir ropa usada o juguetes con miembros de la misma familia. ¿Pero qué ocasiona el auge de esta nueva tendencia? Entre el año 2008 y 2011 sucede una crisis económica de carácter global, lo que hizo que varios países quedaran económicamente mal, adicionalmente se estaban uniendo expresiones sociales que rechazaban el modelo económico actual ya que se consideraba inequitativo e injusto, y adicionalmente las nuevas generaciones comenzaron a tomar conciencia de la existencia de una gran cantidad de recursos, los cuales eran en gran proporción subutilizados (Jaime Enrique Sarmiento Suárez, 2017).

Economía colaborativa

Es un concepto que ha emergido recientemente a nivel internacional a partir de la presencia de diversos casos de modelos de negocio novedosos que atienden necesidades de los consumidores aprovechando el desarrollo de Internet. La novedad del término supone que no exista una definición generalmente aceptada del mismo, existiendo un debate sobre las características que deberían tenerse en cuenta y los efectos que su surgimiento tiene sobre la sociedad y el medioambiente. Asimismo, se observa una escasez de investigaciones académicas sobre el tema que recientemente se está subsanando con monográficos como el actual,

lo que conlleva la necesidad de acudir a fuentes no académicas para obtener una imagen de este fenómeno. Partiendo de una definición básica, la economía colaborativa es «un movimiento que engloba nuevas prácticas económicas que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios» (Opciones, 2013). Esta definición pone el énfasis en aquellas prácticas y modelos de negocio basados en redes horizontales y la participación de una comunidad, construida sobre la confianza, borrando los límites entre el productor y el consumidor e interactuando en internet y plataformas peer-to-peer (P2P), así como incluyendo otras experiencias offline (Millán Díaz-Foncea, 2016).

Historia de la economía colaborativa

Aunque algunos autores sitúan el nacimiento de la economía colaborativa en el año 2007, tras el artículo “Collaborative Consumption” publicado por Ray Algar y la gran popularidad del libro “What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption” de Rachel Botsman y Roo Rogers, lo cierto es que este concepto es mucho más antiguo de lo que nos imaginamos. Si nos remontamos a la prehistoria, las tribus nómadas sólo podían llevarse lo que pudiesen cargar en sus espaldas y los artículos excedentarios y faltantes se intercambiaban mediante el trueque. Posteriormente, debido a la dificultad de tener que encontrar a alguien que necesitara lo que se tenía en exceso y que justo esa misma persona tuviera en exceso lo que el otro individuo necesitaba, se inventó un medio que unifica criterios y que fuese una referencia para todos, es así como nació el concepto de moneda. No era una moneda tal y como la conocemos ahora, en principio fueron granos de trigo y al ver que eran perecederos se buscaron nuevas formas de monedas, hacia el año 3.000 a.c., los Mesopotámicos encontraron en los distintos metales, cobre, oro y plata soluciones para permitir el almacenaje ya que los metales, al contrario del trigo permanecían estables a lo largo del tiempo.

En la Edad Media la economía tenía un carácter monetario limitado. Se consumía prácticamente todo lo que se producía. Cada aldea se autoabastecía y los productos excedentarios se intercambiaban en los mercados mediante el trueque. Es la Revolución Industrial iniciada en la segunda mitad del siglo XVIII en Inglaterra con la introducción de la máquina de vapor la que marca la gran frontera entre lo que se conocía como economía de mercado y la actual economía de consumo. Gracias a los avances tecnológicos en la industria y en la agricultura aumentó la renta per cápita de forma exponencial, extendiéndose primero por Europa (Francia, Países Bajos y Alemania), posteriormente por Estados Unidos y Japón hasta llegar al resto del mundo. En los años 60, las filosofías ecologistas influyeron en la popularización de relaciones económicas basadas en el hecho de compartir y en el intercambio de productos entre pequeñas comunidades. En 1973 como consecuencia de la reyería entre los países de la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo) e Israel, la devaluación del dólar, y el aumento de precio del crudo, surge la primera crisis del petróleo provocando en el mundo occidental una gran crisis económica con altas cifras de inflación y desempleo. Todo este caos dio lugar a las primeras experiencias de economía colaborativa en Estados Unidos. Es así como en 1975 nace Useful Service Exchange, el primer banco de tiempo comunitario mediante el que particulares intercambiaban bienes y servicios por una contraprestación medida en tiempo. Posteriormente en la Columbia Británica (Canadá), con la finalidad de combatir el desempleo, surgen los sistemas de intercambio LETS (Local Exchange Trading System o sistema local de intercambio comercial), en los que las personas de la comunidad podían comerciar entre ellas sin necesidad de un pago monetario, sino que se publicaba. (García, 2016, pág. 10 y 11).

Clasificación economía colaborativa

Existen cuatro tipos de economía colaborativa, se explica brevemente de qué tratan:

Tabla 1. Clasificación economía colaborativa.

Recursos compartidos	Muchos son los autores que se esmeran en definir este nuevo enfoque de economía. Siguiendo a Bostman (2010) la economía colaborativa se resume en “lo que es mío es tuyo, a cambio de una pequeña contraprestación”. La economía colaborativa es, por tanto, un nuevo modelo de intercambio económico basado en la interacción entre productor y consumidor, la conexión entre iguales mediante las tecnologías de la comunicación y la colaboración de los participantes (Valor, 2014). En definitiva, mediante este sistema se comparte e intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales. Estas prácticas están presentes tanto en la producción (crowdsourcing, coworking) y la financiación (crowdfunding) como en el consumo (huerto ecológico) (Valor, 2014). El inicio de esta economía se produce por la necesidad de sacar el máximo partido a los recursos disponibles que están en desuso con el fin de mejorar la situación económico-financiera de la familia en tiempos de crisis (Schor, 2014). Los recursos que se suelen compartir son bienes de consumo duradero, tales como vehículos o espacios habitables, pues uno de los fines que se pretenden conseguir es reducir el porcentaje de la propiedad de bienes (Rifkin, 2000). Todo ello en la búsqueda de la sostenibilidad y la cooperación de los seres humanos y sociales (Valor, 2014). (Millán Díaz-Foncea, 2016).
Consumo colaborativo	Es el segmento más conocido de la economía colaborativa ya que es el que cuenta con mayor desarrollo en el mercado. Intenta aprovechar internet para reinventar conceptos como el alquiler de coches entre particulares, compartir trayectos o alquilar bienes inmuebles entre muchos otros ejemplos.
Conocimiento abierto	Se trata de bienes inmateriales (conocimiento, ideas e información) que son el cimiento de la economía colaborativa ya que se difunden sin barreras legales o administrativas.
Producción colaborativa	Se promueve la difusión de proyectos y predomina la cultura DIY (Do It Yourself). Ha sido posible gracias a la creación de espacios compartidos como FabLabs y Makerspaces y a la democratización de las herramientas de fabricación digital como las impresoras 3D.
Finanzas colaborativas	Tras los efectos de la crisis, los ciudadanos dejaron de confiar en los bancos y han optado por realizar diferentes transacciones financieras basándose en la confianza por medio de plataformas digitales. Un ejemplo de ello es el modelo de financiación “crowdfunding” que promueve las aportaciones de capital de forma colectiva para financiar ideas, proyectos y empresas.

Fuente: Recopilación del Autor (2018).

Tendencias de economía colaborativa

Las tendencias actuales indican que lógica de la economía colaborativa se está encargando de reinventar sectores como la movilidad, el turismo y las finanzas (Bagó, 2014), tal como se aprecia a continuación:

» Financiación colectiva:

Crowdfunding (Crowd: multitud, funding: financiación) o micromecenazgo: Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2016, una de las principales condiciones para la innovación y la actividad emprendedora, es precisamente la que tiene que ver con líneas de financiación para nuevas empresas (Global Entrepreneurship Monitor, 2016), y es en este aspecto donde cobra importancia la modalidad del Crowdfunding, la cual es concebida como un modelo altamente innovador de financiación colectiva o financiamiento de masas, en la cual la

finalidad de inversión es divulgada en plataformas en Internet, captando el apoyo colectivo de donadores e inversionistas (Bahena, Velázquez, & Hernández, 2017).

Se ha considerado un modelo disruptivo, en la medida en que es basado en la confianza entre las partes para satisfacer sus necesidades (Bagó, 2014), reportando incluso al año 2016, inversiones a nivel mundial por cerca de \$61 billones de dólares y se estima que en el año 2020, la cifra ascienda a los \$90 billones de dólares (Asobancaria, 2017).

Según AFICO (Asociación de plataformas de fondeo colectivo), en este esquema de financiación se identifican cuatro grandes categorías, a saber:

Tabla 2. Categorías de Crowdfunding

Crowdfunding de donación	Una persona natural o jurídica, realiza una aportación sin expectativa de contraprestación alguna, existiendo solo una motivación social o personal.
Crowdfunding de recompensa	En esta categoría los individuos financian proyectos a cambio de una recompensa, ya sea en productos o servicios.
Crowdfunding de esquemas financieros de préstamos a personas	También llamado de deuda o crowdlending. En esta categoría los prestamistas brindan sumas de dinero a personas o empresas, sin intermediación financiera, a cambio de una tasa de interés y la devolución del capital prestado.
Crowdfunding de esquemas financieros de valores o acciones	También conocido como de capital o equity crowdfunding. Aquí los inversionistas otorgan capital a organizaciones y negocios, solicitando como contraprestación un porcentaje de acciones o participaciones.

Fuente: Adaptación de autor con base en AFICO, Asociación de plataformas de fondeo colectivo (2018)

Los dos primeros, tanto el crowdfunding de donación como el de recompensa, hacen parte de los modelos comunitarios de crowdfunding en los que el dinero recaudado se destina básicamente a un proyecto de índole social, mientras que los otros dos, son verdaderos esquemas financieros, ya que el inversor siempre está a la espera de un retorno por su inversión (Unidad de proyección normativa y estudios de regulación financiera). En cada una de las cuatro modalidades, se destaca

la presencia de dos sujetos, el promotor, el cual es el que busca financiación participativa para un proyecto, pudiendo este ser una persona natural o jurídica y el o los crowdfunders, los cuales ofrecen financiación mediante un aporte particular, intermediados ambos por una plataforma de financiación, la cual facilita el contacto, ya sea a través de una página web u otros medios tecnológicos (Clavijo, 2016).

Tabla 3. Ejemplos de crowdfunding

PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DESTACADAS A NIVEL MUNDIAL	
Kickstarter	Pese a que la idea original de la plataforma surge en el año 2009 en cabeza de Perry Chen, sus inicios se remontan al año 2009 y a la fecha, 13 millones de financiadores, han invertido cerca de US\$3 millones en más de 120 mil proyectos a nivel mundial, lo cual hace que sea catalogada como una de las plataformas más grandes y populares de crowdfunding en el mundo (Semana, 2017). Precisamente, uno de los proyectos colombianos financiados en Kickstarter, es el de Mova Cycling Jacket, en cabeza de su fundador Roland Harper, el cual consiguió 27 veces su meta, recaudando casi 130 mil dólares, lo cual le ha permitido exportar su producto a más de 60 países. (López, 2016).
Indiegogo	Es una de las plataformas internacionales más reconocidas, operando en cerca de 223 países, además es una de las más utilizadas por los emprendedores de Colombia. En Indiegogo, 11 millones de contribuyentes, han invertido cerca de cerca de US\$1 billón en 650.000 proyectos. (Semana, 2017).
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DESTACADAS EN COLOMBIA	
Little Big Money	Se enfoca básicamente en proyectos con impacto social y ambiental. Han obtenido 4,431 colaboraciones, reflejadas en una inversión de \$499.441.145 millones de pesos colombianos, beneficiando tanto a personas en situación de vulnerabilidad, a víctimas del desplazamiento forzado, a microempresarios, entre otros (LittleBigMoney, 2018).
La chevre	Es la primera plataforma de financiamiento colectivo para la creatividad en Colombia. Antes de publicar un proyecto a la plataforma lo evalúan con detenimiento, ya que adicional a la búsqueda de recaudo de recursos, brindan acompañamiento integral a los emprendedores. Cuando estos proyectos son financiados, cobran una comisión del 15 % (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2017).

Fuente: Recopilación del Autor (2018).

» Movilidad colaborativa:

Carpooling (uso compartido del vehículo): Cuando se habla de Carpooling, se hace referencia al uso compartido de un vehículo, donde el

conductor comparte su trayecto con uno o más pasajeros, usualmente con cierta formalidad y frecuencia (Nelly Carolina Salas, 2015). Es una práctica que impacta positivamente a la movilidad de la ciudad, al disminuir el número de vehículos

en las vías; adicionalmente, aporta beneficios al medio ambiente logrando la reducción de la acumulación de CO2, al tiempo que es una alternativa de desplazamiento cómoda y eficiente (Transpórtame, 2018). **En esta modalidad, los usuarios utilizan sus vehículos particulares, poniéndose en contacto conductor y usuarios para compartir horarios y rutas, siendo muy útil para desplazarse al trabajo o a viajes de largas distancias, eliminando de circulación diariamente hasta 20 vehículos privados.** (El hervidero de ideas, 2018). Las partes que

intervienen en esta práctica son los conductores, quienes comparten su carro y los carpoolers, más conocidos como pasajeros, los cuales previamente se registraron y validaron en la plataforma de intermediación o sharing (compartición) (Espitia & Molina, 2016). Según García Fernández, citado por Valentina Cecilia Sáenz (López V. C., 2015), el carpooling puede ser clasificado en tres grupos, Acquaintance-based (basado en una relación cercana), Organization-based (basado en una organización) y Ad-hoc (a medida).

Tabla 4. Ejemplos de carpooling

PLATAFORMA DE CARPOOLING DESTACADA A NIVEL MUNDIAL	
Bla bla car	Frédéric Mazzella y Nicolas Brusson, crearon la plataforma en el año 2006 y al año 2008 ya se popularizaba debido a la crisis económica y hoy en día se estima que su valor es de más de 1.400 millones de dólares. (El Confidencial, 2016). Esta iniciativa francesa de movilidad sostenible cuenta con 60 millones de usuarios, 3,5 millones de ellos se concentran en España y los demás, en los 21 países donde también opera la plataforma y esperan crecer más con el nuevo algoritmo que van a implementar, en el cual se actualiza su sistema de búsquedas de viajes para ofrecer viajes interurbanos a media distancia, permitiendo así, que los carpoolers seleccionen tanto el lugar exacto de salida como el de llegada (ABC Tecnología, 2018).
PLATAFORMA DE CARPOOLING DESTACADA EN COLOMBIA	
Transpórtame	Es una plataforma de reciente introducción en el mercado colombiano, la cual es operada administrativamente por la empresa Asnet Solutions S.A.S. localizada en la ciudad de Medellín, quienes ofrecen una plataforma abierta al público en general y unos planes específicos para empresas, especialmente para aquellas que según la normatividad legal vigente, estén obligadas a implementar su PEMS (Plan empresarial de movilidad sostenible).

Fuente: Recopilación del Autor (2018).

Carsharing y Motosharing (vehículos rentados): Estos conceptos de movilidad implican que el usuario pueda acceder a un vehículo exclusivamente por el tiempo que lo requieran,

pagando solo las horas y kilómetros recorridos y evitando todos los costes que normalmente asume el propietario (Ecologistas en Acción, 2017).

Tabla 5. Ejemplos de Carsharing

PLATAFORMA DE CARSHARING DESTACADA A NIVEL MUNDIAL	
Zipcar	Se afirma que es el servicio de Carsharing más grande del mundo, generando acceso a diferentes vehículos desde puntos clave como aeropuertos y universidades, dando la posibilidad de reservar los vehículos por horas o días bajo un precio accesible, incluyendo gasolina y seguros en la tarifa (ZipCar, 2018).
PLATAFORMA DE CARSHARING DESTACADA EN COLOMBIA	
CarB	Esta plataforma es creada por una empresaria colombiana, quien inicia operaciones en la ciudad de Bogotá, contando con 6 parqueaderos a los cuales pueden acceder los usuarios previamente registrados quienes pagan una tarifa base según el vehículo y una tarifa adicional dependiendo de los kilómetros recorridos. Al año 2017, ya contaba con 120 usuarios habilitados y aproximadamente, 600 en proceso de inscripción (Revista Dinero, 2017).

Fuente: Recopilación del Autor (2018).



» Espacios compartidos: Coworking

Son escenarios de trabajo compartidos o también conocidos como oficinas compartidas, donde pequeñas empresas y profesionales independientes pueden gozar de manera conjunta de un espacio laboral con todas sus comodidades a cambio de una renta, sin tener que asumir los costes adicionales. No solo se optimiza el espacio y se ahorra dinero, sino que también se mejora la productividad, ya que el 71% de co

trabajadores afirman que se sienten más creativos en un espacio de coworking y el 68% afirma que se mejora su concentración (Misas, 2017). El crecimiento de la industria del coworking ha sido destacable en los últimos cinco años, teniendo en la actualidad aproximadamente 1,6 millones de usuarios de espacios de cotrabajo y estimando que su notable expansión continúe con 3,8 millones de usuarios al año 2020 (King, 2018). El aumento de trabajadores independientes es un factor clave para el crecimiento de esta tendencia colaborativa en el mercado (Ceravolo, 2016)

Tabla 6. Ejemplos de coworking

COWORKING DESTACADO A NIVEL MUNDIAL	
WeWork	Es una red global de espacios de trabajo fundada por Adam Neumann, la cual posee más de 255 centros de coworking en 58 ciudades de todo el mundo y está valorada en US\$6 Billones, lo cual hace que además de pionera, sea líder del espacio laboral compartido (Londoño, 2016).
Regus	Philippe Jiménez, Director General de Regus en España, indica que Regus es una multinacional que cuenta con más de 1600 centros de negocio en el mundo, prestando el servicio a más de 1 millón de personas diariamente (Jiménez, 2013).
Coworking destacado en Colombia	
HubBOG	Es un espacio que brinda servicios integrales para nuevas empresas, como Aceleración, Academia, Networking e Inversión. Es considerado el primer Campus For Startups de América Latina (HubBog, 2018). El coworker recibe beneficios adicionales de acompañamiento en la aceleración de su iniciativa empresarial.

Fuente: Recopilación del Autor (2018).

METODOLOGÍA

La metodología se basará en una exhaustiva búsqueda de información procedente de fuentes de información secundaria como: bibliografías, tesis de grados, artículos de revistas, e informes de diferentes organismos públicos y privados que permitan conocer las definiciones, opiniones y posturas de los diferentes expertos en la materia para construir una opinión objetiva sobre la economía colaborativa y de esta manera fijar las bases conceptuales del trabajo, se hará un rastreo bibliográfico juicioso para soportar la propuesta investigativa que dé cuenta de los retos que tiene el modelo económico de recursos compartidos. Se propone como un artículo de reflexión, tipo ensayo, soportado en más de 40 referencias, encontradas en el rastreo bibliográfico, con un enfoque exploratorio, aunque es un tema que está tomando fuerza en el sector económico, no hay demasiada literatura al respecto.

RESULTADOS

La investigación arroja que los emprendedores de economía colaborativa en Colombia, deben asumir algunos desafíos importantes, a saber:

Desafíos Sociales

“Ser capaces de generar confianza entre desconocidos cambia las reglas del juego en la sociedad” Frédéric Mazella. La reputación digital y la confianza son la base de la economía colaborativa. Los negocios sin transparencia y sin reputación digital no tienen ni tendrán éxito dentro de esta nueva economía. Es así como es posible aseverar que uno de los elementos claves para el funcionamiento de los emprendimientos de economía colaborativa es la confianza (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017) e infortunadamente, en Colombia la constante es la desconfianza tanto frente a la población

como a las entidades estatales. Tal vez 50 años de conflicto armado gestaron un clima de inseguridad que llevó a que los colombianos desarrollaran actitudes de autoprotección excesivas, lo que se traduce en temor en las relaciones con los demás, especialmente con los desconocidos. En este contexto social, muchos de los consumidores prefieren marcas locales o altamente posicionadas, como garantía de confianza y se aferran a los modelos de negocio tradicionales. Incluso, al momento de efectuar transacciones por Internet, prima la falta de confianza y el temor a proporcionar datos personales o financieros, por lo que se prefiere acudir a servicios de pago presenciales como Vía Baloto, Efecty y Móvil Red, según lo evidenció un estudio realizado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (Portafolio, 2017). En este escenario se hace prudente que el emprendedor maximice sus esfuerzos por generar confianza en su público. Un estudio realizado en el año 2016 por la Universidad de Nueva York y la empresa de Carpooling Bla Bla Car, revela algunas prácticas con el potencial de construir confianza entre personas desconocidas que interactúan en una plataforma digital: activar la opción de reseñas o reputación, (aunque igual coexiste un riesgo de manipulación de las mismas), incrementar la calidad en el funcionamiento de la plataforma, contratando a los mejores proveedores o prestadores de servicios. Aconsejan igualmente, la verificación de antecedentes de los participantes, la inclusión de seguros y de medios de pago verificados. Estas nuevas formas colaborativas en el mercado, repercuten en la forma de hacer negocios y por lo tanto obligan al mercado tradicional a renovarse constantemente, es decir, a implementar la innovación como axioma fundamental. Sin embargo, Colombia aún está lejos de posicionarse como un país innovador, tal y como lo demuestran algunos estudios, como el realizado por el Foro Económico Mundial, donde el referido país ocupa el puesto 79 en innovación, entre 138 países participantes (Semana, 2017), lo cual se torna aún más desafiante si el propósito es que el país esté a la vanguardia de la economía colaborativa. Ese apego al mercado tradicional sin innovación, hace que se rechacen las nuevas iniciativas de economía colaborativa y se genere un temor colectivo por la pérdida de la seguridad

que pueden brindar las prácticas conocidas y dominadas socialmente. En este contexto, se hace necesario focalizar las energías y capacidades en liderar y pilotar el proceso de adaptación de su sector u oficio a la sociedad colaborativa, en vez de rechazar algo imposible de controlar (Bagó, 2014).

Desafíos Tecnológicos

El principal impulsor de la economía colaborativa es la tecnología, prueba de ello es que las plataformas web y los dispositivos móviles han permitido la movilidad y la accesibilidad de los diferentes usuarios y de los clientes potenciales. Las redes sociales juegan un papel fundamental en la verificación de identidad de las personas y permiten la interacción entre ellas para compartir y descubrir información, eliminando la asimetría de información y forzando a este nuevo modelo hacia la calidad y la excelencia. Sin embargo, preocupa que aún Colombia se encuentre rezagada en la materia, como lo demostraron los resultados del último informe del Índice de Desarrollo de las TIC, donde Colombia ocupó el puesto 84, en una lista de 176 países, en cuanto a acceso, uso y habilidades en las TIC (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2017).

Desafíos Económicos

El acceso a financiamiento de proyectos de economía colaborativa es uno de los principales desafíos a los que se debe enfrentar el emprendedor. Pese a que existe apoyo por parte de entidades públicas y privadas, siguen siendo insuficientes los esfuerzos para las altas cantidades de dinero que se demandan en estos emprendimientos de corte tecnológico, además en Colombia la prestación de servicios en este campo es costosa y además escasa, llegando a afirmar incluso que el déficit de profesionales en esa área será de casi 70 mil en el 2019, como se destaca en los datos proporcionados por él (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2017), por lo que el emprendedor deberá asumir altas inversiones en el desarrollo, mantenimiento, actualización

y modificación de su plataforma tecnológica, lo cual eleva la necesidad de contar con un respaldo económico suficiente que permita solventar las inversiones necesarias para mantenerse a la vanguardia. La sostenibilidad del emprendimiento implica la interacción de muchos participantes y para que ello sea posible, es indispensable una alta inversión inicial en marketing, es hacerse ver en un océano de emprendimientos similares. La referida masificación implica también la prestación de un servicio post venta a mayor escala, lo cual también incrementa la necesidad de contar con un elevado capital de respaldo (Jiménez P. M., 2017).

Desafíos Ecológicos o ambientales

Según confirma el estudio "Second Hand Effect". El mercado de segunda mano y su efecto en el medio ambiente" elaborado por Vibbo7, comprando y vendiendo bienes de segunda mano ayudamos a prolongar el ciclo de vida de los objetos y de esta manera contribuimos a la reducción en la emisión de dióxido de carbono (CO₂) que es el gas que más contribuye al efecto invernadero. Los usuarios de las plataformas de compra y venta están colaborando con el ahorro en la emisión de 12,5 millones de toneladas anuales de este gas, que sería el equivalente a eliminar todo el tráfico de París durante tres años y cuatro meses. En los últimos años la población ha tomado conciencia de lo negativo de sus hábitos de consumo ya que se ha demostrado que la forma y el ritmo con el que usamos y tiramos diferentes objetos y recursos no es sostenible con el planeta ni con las generaciones futuras porque los recursos naturales no pueden regenerarse a la misma velocidad con la que los consumimos. La sociedad cada vez le da mayor importancia a la responsabilidad social corporativa de las empresas debido a que quiere comprar artículos sin cargos de conciencia y se intenta premiar a quien lo hace bien. (Caracol Radio, 2017).

Desafíos legales

La regulación ha sido uno de los temas más polémicos en el país respecto a los emprendimientos de economía colaborativa. Surgen varias cuestiones legales, ya que no está justificada la aplicación de normas tradicionales a servicios con rasgos diferenciales (Paz, 2017), pero tampoco es justo que los distintos operadores del mercado asuman exigencias y costes diferentes, pues se vulneraría el principio de la par condicio concurrentium, es decir, la igualdad en la lucha competitiva (Jiménez, 2017); obligando así, a que se expida una regulación que encaje cabalmente en la nueva situación económica. Existen cuestiones habituales respecto al papel que cumplen las plataformas en línea y las relaciones que se gestan en ella, como las referidas a quiénes son y qué naturaleza tienen los sujetos implica-dos, qué posición asumen, qué función cumplen, a qué se obligan, de qué y cómo responden, etc. Y sería imposible responder a dichos cuestionamientos con el marco normativo vigente que se suscitó en un contexto fáctico muy distante al actual (González, 2017).

CONCLUSIONES

La economía colaborativa, los recursos compartidos, el conocimiento abierto y las finanzas compartidas, son una forma de dinamizar pequeñas economías y volverlas economías de escala, donde todos los aportantes pueden participar en igualdad de condiciones; sin embargo, es dable mencionar que la referida economía colaborativa requiere de una normatividad y regulación clara para que su desarrollo y crecimiento sea exponencial, ordenado y participe del nuevo orden mundial en la economía de mercado, es así que cuando los gobiernos regulen y normalicen estos modelos de negocio, se despejarán claramente los temores que tienen muchos posibles potenciales usuarios, clientes, colaboradores y por ende, disminuirá el desempleo. Dicha necesidad de darle un orden claro a estos modelos permitirá que el aporte e intercambio de recursos, manejo de plataformas

e Internet, tenga un sentido más acorde con los cambios mundiales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Tecnología. (2018). BlaBlaCar renueva su «app» para conectar mejor a los viajeros. ABC Tecnología. Obtenido de http://www.abc.es/tecnologia/moviles/aplicaciones/abci-blablacar-asalto-uber-y-cabify-como-transportes-conecta-mejor-viajeros-201801301331_noticia.html
- Arbeláez, M. P., & Carrillo, H. D. (2016). Intervención estatal en la economía colaborativa: Crowdfunding en Colombia . Bogotá.
- Armas, R. J., Taño, D. G., & García-Rodríguez, F. J. (2014). Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de la....
- Arroyo, E. (2016). El auge de la economía colaborativa. Escritura pública, 56-59.
- Asobancaria. (2017). Crowdfunding: nueva herramienta para la inclusión financiera. Semana Económica 2017.
- Bagó, A. C. (2014). Vivir mejor con menos. Descubre las venajas de la nueva economía colaborativa. España: Conecta.
- Bahena, L. E., Velázquez, A. R., & Hernández, A. F. (2017). El crowdfunding en México, una alternativa real de financiamiento e inversión para la mujer emprendedora. Management Review, 1-9.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe.
- Bautista, J. E. (2017). De la Economía Tradicional a la Economía Digital Compartida. Bucaramanga.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2017). Mecanismos alternativos de financiación en Colombia. Revista antioqueña de economía y desarrollo– RAED, 9-99.
- Cañigual, A. (2016). Hacia una economía colaborativa «responsable». Oikonomics: revista de economía, empresa y sociedad, 16-27.
- Caracol Radio. (17 de 05 de 2017). En Colombia solo se recicla en 17% de las basuras. Colombia.
- Castañeda, J. R. (2017). Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia. Bogotá.
- Ceravolo, Á. (2016). "CoSpace" espacios de coworking parte I. Santiago.
- Clavijo, S. C. (2016). El crowdfunding . Revista CESCO de Derecho de Consumo , 85-115.
- Domínguez, M. L. (2015). Economía colaborativa y de recursos compartidos.
- Ecologistas en Acción. (2017). Ideas y buenas prácticas para la movilidad sostenible. Madrid : Ecologistas en Acción.
- El Confidencial. (17 de 05 de 2016). Blablacar, la 'startup' de los 1.400 millones que solo tiene problemas legales en España.
- El hervidero de ideas. (05 de 03 de 2018). <https://elherviderodeideas.com>. Obtenido de <https://elherviderodeideas.com>: <https://elherviderodeideas.com/2014/06/17/en-tu-coche-o-en-el-mio-explorando-el-consumo-colaborativo-ii/>
- Ernest Abadal, R. M. (2009). Políticas institucionales para el fomento del acceso abierto: tipología y buenas prácticas.

- Espitia, A., & Molina, F. (2016). Propuesta de diseño e implementación de una aplicación móvil como plataforma para compartir el uso del carro particular ente empleados de las sucursales en Bogotá de la empresa Claro Colombia S.A, para teléfonos inteligentes con sistema operativo Android . Bogotá.
- García, N. S. (2016). Economía Colaborativa. Segovia .
- Garrido, M. D. (s.f.). Economía social y economía colaborativa.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). Reporte GEM Colombia.
- González, J. Q. (2017). Función y responsabilidad de las plataformas en línea: Una aproximación. Revista de estudios europeos, 338-352.
- HubBog. (08 de 03 de 2018). <https://hubbog.com/>. Obtenido de <https://hubbog.com/>: <https://hubbog.com/>
- Jaime Enrique Sarmiento Suárez, J. L. (2017). De la Economía Tradicional a la Economía Digital Compartida. INNOVA, 6.
- Jiménez, J. M. (2017). La economía colaborativa. eXtoikos, 55-66.
- Jiménez, P. (2013). Entrevista a la empresa Regus. (W. Barcelona, Entrevistador)
- Jiménez, P. M. (2017). La oferta de viviendas de uso turístico a través de plataformas colaborativas: Reflexiones desde el derecho de la competencia desleal. Revista de estudios europeos(70), 111-125. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/28432>
- Junguito, R. (17 de 10 de 2017). Colombia como país emergente. Portafolio.
- King, S. (2018). El 'coworking' es más que un espacio de trabajo: aumenta la felicidad y la productividad. Harvard Business Review.
- LittleBigMoney. (05 de 03 de 2018). <http://littlebigmoney.org>. Obtenido de LittleBigMoney: <http://littlebigmoney.org/es/guidelines>
- Londoño, P. (2016). La historia de We Work y la revolución del mercado de oficinas. Dinero.
- López, M. A. (15 de 06 de 2016). Éxitos colombianos en Kickstarter. El Colombiano.
- López, V. C. (2015). Estado de la práctica de mecanismos de costo compartido para la gestión de sistemas de transporte. Concepción.
- Lozano, N. M. (2016). La Economía Colaborativa: Factores desencadenantes y comparación con la economía de mercado. Cartagena.
- María Paula Amaya Arbeláez, H. D. (2016). Intervención estatal en la economía colaborativa: Crowdfunding en Colombia . Bogota, D.C.: Universidad nueva granada.
- Martín, A. M. (2017). Economía colaborativa y supuestos de competencia desleal transfronteriza en ¿mercados c2c? Reflexiones sobre la utilidad de las normas de derecho internacional privado en este particular. Revista de estudios europeos, 368-397.
- Millan Diaz, F. (2016). Economía social y economía colaborativa: encaje y potencialidades. Grupo de investigación geses , 34.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones . (2017). Perfiles TI: proyecciones para 2018.
- Misas, I. (2017). Por qué el coworking es hoy más popular que nunca. Forbes.

- Muñoz, P. J. (2016). El consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*.
- Naciones Unidas, N. Y. (2007). Situación y perspectivas para la economía mundial, 2007. New York: Naciones Unidas.
- Naciones Unidas. (2007). Situación y perspectivas para la economía mundial, 2007. New York.
- Nelly Carolina Salas, E. F. (2015). Planteamiento de un esquema de movilidad sostenible para caso Universidad de la Salle. Planteamiento de un esquema de movilidad sostenible para caso Universidad de la Salle. Bogotá.
- Orden, D. G., Andrada, A. V., & Sánchez-Serrano, J. L. (2014). Nuevos movimientos sociales: el transporte. El caso Bla-Bla-Car y Uber.
- Paz, J. C. (2017). El papel de la regulación en la llamada economía colaborativa. *Revista de estudios europeos*, 159-178.
- Portafolio. (20 de 04 de 2017). La falta de confianza es el principal motivo para que los colombianos no compren por la web. Portafolio.
- Revista Dinero. (2017). Colombiana crea 'app' para conseguir carro a un clic. Dinero.
- Ricardo Arencibia Jorge, J. S. (2005). Iniciativas de acceso abierto en ciencias de la información y documentación. *Evolución y perspectivas de e-lis*.
- Sáenz, M. E. (2017). Contratos electrónicos autoejecutables (smart contract) y pagos con tecnología blockchain. *Revista de estudios europeos*, 69-97.
- Schumacher, E. F. (1973). *Small is Beautiful: a study of economics as if people mattered*.
- Semana. (2017). Pie al acelerador de la innovación en Colombia. *Revista Semana*.
- Semana. (2017). Pie al acelerador de la innovación en Colombia. *Revista Semana*.
- Semana. (2017). Tres plataformas de crowdfunding para financiar proyectos. *Revista Semana*.
- Sempere, M. d. (2017). Criptodivisas: ¿una disrupción jurídica en la eurozona? *Revista de estudios europeos*, 284-318.
- Transportame. (05 de 03 de 2018). Obtenido de www.transportame.com: <https://www.transportame.com/AboutUs>
- Unidad de proyección normativa y estudios de regulación financiera. (08 de 2016). *Alternativas de regulación del crowdfunding*, URF.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones. (2017). *Medición de la Sociedad de la Información*. ITU.
- Vicente, A., Parra, M. C., & Flores, M. P. (2017). ¿Es la Economía Colaborativa una versión 2.0 de la Economía Social? 64-80.
- ZipCar. (08 de 03 de 2018). <https://www.zipcar.cr>. Obtenido de <https://www.zipcar.cr>: <https://www.zipcar.cr/#/>