

IMPACTO DEL MODELO ECONÓMICO COLABORATIVO Y SUS DESAFÍOS A NIVEL INTERNACIONAL

IMPACT OF THE COLLABORATIVE ECONOMIC MODEL AND ITS CHALLENGES AT THE INTERNATIONAL LEVEL

*Natalia Mazo Orozco

natimazo@hotmail.com

**Carlos Andres Trujillo Gomez

andres.595@hotmail.com

*Negociadora Internacional

Medellin – Colombia

** Negociador Internacional

Medellin - Colombia

Resumen

La economía colaborativa (Ec), fomenta el intercambio tanto de productos como de servicios para un beneficio mutuo. El objetivo de este artículo es presentar una reflexión sobre el impacto y desafíos que esta genera a nivel nacional e internacional como modelo económico de consumo actual. El análisis se ejecuta a través de los resultados del documento para discusión “Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe” (Buenadicha, Cañigüeral y De León, 2017), a través de un diseño cualitativo para la realización de descripciones interpretativas. Los resultados arrojados demuestran que este modelo económico aunque tiene limitaciones regulatorias, básicamente en lo que comprende la competencia entre empresas; las relaciones laborales dentro de las plataformas; las obligaciones fiscales, la protección de los usuarios y situaciones que ocurren en un entorno digital, contempla aspectos relevantes que favorecen el progreso y mejores condiciones que conllevan a que las personas puedan vivir con mayor tranquilidad; dado a que afecta factores que facilitan algunos procesos cotidianos y tiende a generar mejores condiciones de vida. Así mismo, se encontró que este modelo transforma hábitos, estilos de vida, relaciones de consumo.

Palabras clave

Economía Colaborativa, Economía Tradicional, Tecnología, Consumo Colaborativo, Plataforma Digital.

Abstract

The EC collaborative economy encourages the exchange of both products and services for mutual benefit. This article presents a reflection on the impact and challenges that it generates nationally and internationally as an economic model of current consumption. The analysis is carried out through the results of the discussion document “Challenges and possibilities of the collaborative economy in Latin America and the Caribbean” (Buenadicha, Cañigueral and De León, 2017), through a qualitative design for performing interpretative descriptions. The delivered results show that this economic model, although it has regulatory limitations, basically as regards competition between companies; labor relations within the platforms; fiscal obligations, the protection of users and situations which occur in a digital environment, includes relevant aspects that favor progress and better conditions that lead people to live more peacefully; given that it affects factors that facilitate some everyday processes and tends to generate better living conditions. Likewise, it was found that this model transforms habits, lifestyles, consumer relationships.

Keywords

Collaborative Economics, Traditional Economics, Technology, Collaborative Consumption, Digital Platform

Introducción

La economía colaborativa nace como solución a las necesidades de la sociedad; influenciada por la expansión del mundo digital, la cual “hace referencia a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos gracias a los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios a través de plataformas digitales” (Sánchez, 2016, p.3). De ahí, entonces el objetivo general de este artículo, el cual se basa en realizar un análisis reflexivo sobre los efectos y consecuencias que la economía colaborativa genera en la economía tradicional y en la competencia laboral de las regulaciones, a nivel nacional e internacional; a partir de los resultados del documento titulado “Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe; lo cual se logra bajo el desarrollo de los siguientes objetivos específicos: (i) conocer los orígenes de la Ec y su importancia, (ii) identificar el impacto económico que el surgimiento de dicho modelo colaborativo ha generado (iii) ejecutar un análisis de los aspectos más positivos de la Ec, (iv) conocer los aspectos normativos de la Ec y (v) analizar recomendaciones respecto a la regulación de la Ec. Estos objetivos se plantean dado a que la economía tradicional se ha visto afectada de cierta manera con el surgimiento de la EC; y porque hoy en día, en el contexto económico marcado por la ralentización y crisis internacional, se empieza a notar que las costumbres de los consumidores y aquella manera de satisfacer sus necesidades están tomando otro rumbo; puesto que existen muchos escenarios en los cuales ya no se necesita tomar en posesión el bien; ya que es suficiente contar con la posibilidad de acceder a este para satisfacer las necesidades, es decir que se cambia la necesidad de poseer algo por la posibilidad de compartir (Duran, Álvarez, Del Rio y Maldonado, 2016). De lo cual se colige que debido a toda esta revolución, el modo al que recurren las personas para dar solución a sus necesidades se ha transformado en un intercambio en el que se benefician unos a otros, compartiendo lo que se posee por una compensación acordada. De ahí entonces la importancia de este artículo, la cual radica también en que el análisis aquí desarrollado aporta significativamente al conocimiento, para el entendimiento de la realidad social que este contempla.

El desarrollo de este artículo también resulta relevante, dado a que permite resaltar aquellos aspectos más importantes de la Ec desde su surgimiento y conocer su realidad, especialmente en lo referente a la regulación y lo que se ha logrado en cuanto a aprobación y aceptación; así como también se consigue identificar la pertinencia de reconfigurar la normativa del sistema económico colombiano, que permita distinguir los diferentes tipos de trabajadores, incluyendo aquellos de la Ec. Al respecto, Sastre e Inglada (2018) sustentan que es importante no considerar a la Ec como una

suplente al sistema actual sino como un complemento que ofrece más oportunidades y normaliza los modelos del consumo. Además, con esta acelerada economía, se está evidenciando un hecho ostensible con una justificación, el capitalismo sin control; lo cual puede convertirse en la solución a una recesión económica; toda vez que se puede ejercer el intercambio en caso de ser necesario; en sí, resulta ser un complemento propicio desde una mirada renovadora, económica, social y ecológica (Sastre e Inglada, 2018).

La colaboración directa entre individuos que buscan un beneficio en común ha existido desde siempre; con el trueque como el caso más conocido y antiguo; sin embargo, el avance tecnológico es lo que ha permitido que a dicha colaboración se la contemple como economía, dado a que ha incrementado por varios órdenes de magnitud su presencia e influencia (Bulchand y Melián, 2018). El concepto de Ec resulta inherente a la civilización misma, pues desde que se dio la revolución industrial hasta la actualidad, la evolución económica ha estado alrededor de la idea de que la colaboración social aporta valor productivo, idea que también se da en el desarrollo de aquellas plataformas digitales propias de la Ec, las cuales han establecido en los últimos diez años un nuevo modelo de colaboración, el cual ha resultado ser mayormente evolutivo y eficiente, que ha generado una real revolución digital. Con el surgimiento del nuevo modelo económico, la humanidad se enfrenta a una nueva fase en la cual la noción de valor de intercambio en el mercado ha empezado a ser reemplazada por la de valor de compartición en el contexto de las plataformas digitales colaborativas; a partir de entonces, se ha oprimido el campo de las transacciones comerciales; pues los cambios tecnológicos están incidiendo altamente sobre la organización económica tradicional (Domínguez, 2017). Adicionalmente cabe resaltar que “es particularmente llamativo el tránsito de una economía basada en la escasez de los recursos a otra caracterizada por la abundancia” (Domínguez, 2017, p.5).

No obstante todo lo anterior, es propicio resaltar que la Ec se ha enfrentado a un sinnúmero de obstáculos para su implementación a nivel nacional e internacional, básicamente por la oposición por parte de los sectores tradicionales que ven a las actividades de este modelo como operadores de una competencia desleal. Por esto y muchas razones, es menester que los estados realicen reformas a las normas del sistema económico, de modo que la Ec pueda esclarecer su tema regulatorio.

El documento para discusión “Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe, resulta pertinente para ser reflexionado, dado a que posee información sumamente relevante y completa sobre el tema de interés de este artículo y sobre aspectos relevantes del modelo económico colaborativo, como lo es el impacto económico que este último ha generado, aquellos aspectos regulatorios relacionados y los desafíos a los que América Latina y el Caribe se han enfrentado. Aunque no posee una estructura investigativa como tal, cuenta con información debidamente sustentada y merecedora de reflexión la cual en definitiva nos conduce a analizar desde diferentes perspectivas, refutar y asentir sobre el tema motivador.

El lector de este artículo podrá encontrar a partir de entonces un marco teórico como primer apartado, el cual expone aquellas teorías bajo las cuales se fundamenta es te escrito, seguidamente y muy importante, podrá encontrarse con la descripción metodológica que describe el procedimiento y técnicas utilizadas para el desarrollo del mismo. La reflexión está comprendida por cuatro partes importantes: Primeramente se describe el origen e importancia de la Ec, a fin de que el lector pueda conocer el surgimiento de este modelo, su impacto económico, sus características y condiciones actuales; y a partir de ello sacar sus propias conjeturas. Posteriormente se hace un análisis positivo de dicho sistema económico, con la intención de dar a conocer sus aspectos favorables. En tercera instancia, surgió la necesidad de hacer un análisis normativo de la Ec, dado a que existen muchos problemas regulatorios; por lo cual se finaliza con una reflexión y recomendaciones respecto a la regulación del mismo.

1. Marco teórico

Teoría Económica del Desarrollo-Escuela del Pensamiento Neoclásico.

Para la ejecución de este artículo, ha sido propicio tomar en cuenta la teoría económica del desarrollo, la cual tiene como propósito escudriñar aquellas causas, formas y consecuencias de la evolución y crecimiento económico en países pobres o de tercer mundo; y es además una rama de la ciencia económica que se ocupa de los problemas de aquellos países no desarrollados, de las políticas y estrategias que se requieren para que dichos estados logren hacer cara a las dificultades (Petit y Gregorio2013). De esta teoría se contempla la escuela del pensamiento neoclásico, la cual resume la teoría subjetiva y objetiva del valor en un esquema de oferta y demanda, en el que se combina el pensamiento clásico de que el precio de un producto surge de los costes de producción con los novedosos descubrimientos del marginalismo, ratificando así que el coste proviene de la utilidad individual (Boerger, 2016). Así mismo, Boerger (2016) refiere que según la escuela neoclásica, la economía puede ser tomada como:

Una economía de intercambio en la que los actores racionales con asignaciones de recursos determinados de manera exógena interactúan en los mercados. Esos actores comercian entre ellos debido a que la interacción genera utilidad mutua. La productividad se concibe como la fuente del funcionamiento de la economía y el determinante de la riqueza de una nación (p.7).

Lo anterior es pertinente para el propósito de este artículo, en el sentido que se enfoca en la forma de distribuir los recursos, así mismo es muestra de que el neo-clasismo de cierto modo apoya el libre comercio como propulsor de desarrollo económico y como manera de aprovechar las ventajas comparativas de las naciones. Así mismo se enfoca en las características de la EC, en el sentido que se habla de un intercambio en el cual aquellos actores racionales que tienen asignados recursos para su distribución optan por la comercialización mutua, de modo que los beneficios sean recíprocos. Así pues, la escuela neoclásica se fundamenta en aquel pensamiento de que el valor de los productos es una actividad del beneficio y satisfacción que le conceden los consumidores, así mismo, la economía colaborativa se enfoca en la escuela neoclásica, en el sentido que esta se basa en el uso del bien propio, la posibilidad de recibir un ingreso adicional al compartir el uso de un bien.

Uno de los pensadores más distinguidos de la escuela neoclásica es Alfred Marshall, conocido como el principal precursor y representante de la misma; puesto que asentía que la economía era una disciplina de naturaleza dinámica y por ello evolutiva. Dicho autor se dedicó plenamente a estudios económicos, y se propuso la investigación del comercio internacional en el Reino Unido. Su planteamiento con base a lo que se plantea en el documento base de este trabajo, se basa en que su principal tarea ha sido explicar y desentrañar aquellos efectos relacionados de situaciones sociales complejas, entre personas, organizaciones y países; lo cual genera valor y utilidad a los participantes en el mercado que los atañe; en sí, este autor indica que un economista debe crear herramientas analíticas y al mismo tiempo enseñar la forma de usarlas para entender la realidad.

La escuela neoclásica se fragmenta en tres corrientes originarias con diferentes preocupaciones. La Escuela de Lausana, instaurada por Léon Walras (1834-1910), la cual es conocida como escuela del equilibrio general; la Escuela inglesa creada por William Stanley Jevons (1835-1882), la cual tiene como propósito ejecutar una síntesis de los pensamientos económicos anteriores; y, la Escuela austríaca, fundada por Carl Menger (1840-1921), quien puso el enfoque en aspectos subjetivos; además la más propicia entre todas al liberalismo económico (Heffes, 2013). A este respecto cabe referir que la esencia del problema económico para los neoclásicos se fundamenta básicamente en el hecho de perseguir aquellas condiciones por las que se comercian los servicios productivos dados,

entre usos competitivos con resultados favorables con relación a la maximización de la satisfacción de los clientelas (Heffes, 2013).

Teoría del Consumidor

La teoría del consumidor, es una rama de la microeconomía, a través de la cual, se puede observar la forma en que se produce el comportamiento del consumidor, las bases sobre las cuales este decide el conjunto de bienes que están a su disposición para la satisfacción de sus necesidades y de ese modo lograr el equilibrio deseado (Escuela Europea de Management, 2018). Esta teoría indica que las personas procuran lograr su bienestar con base a sus presupuestos y de ese modo organizan su riqueza para obtener un conjunto de productos o servicios que le otorguen la mayor satisfacción que se pueda; es decir que las personas deciden entre aquello que ofrece el mercado, los productos con los que pueden lograr su máximo bienestar con base a su capacidad económica (Escuela Europea de Management, 2018).

- **La Función de Utilidad:**

La función de utilidad como parte de la teoría del consumidor que ayuda al entendimiento del comportamiento del mismo, se basa en fijar un precio a productos con base a las preferencias del consumidor, por lo que se recaba información de los clientes (Escuela Europea de Management, 2018).

En este elemento es posible que se produzca una relación decreciente cuando aumenta el consumo: cuanto mayor es el número de productos consumidos, menor es la utilidad o satisfacción percibida por el consumidor. Por ejemplo, siguiendo con el caso textil, la compra de un jersey aportará gran bienestar, pues el comprador no disponía de ninguno para el invierno, pero conforme vaya incorporando nuevas prendas, su satisfacción será menor (Escuela Europea de Management, 2018. p.9).

- **Consumo Colaborativo:**

El consumo colaborativo es entendido como aquellas decisiones voluntarias entre personas de un mismo entorno social que están propensas tanto a compartir como a arrendar, prestar, regalar e intercambiar productos y servicios, es decir que son las mismas personas que fabrican el producto y prestan el servicio, pasando a ser competidores del consumo habitual, en el cual los bienes y servicios son fabricados y comercializados por organizaciones o profesionales (Antón y Bilbao, 2016). Por su parte, Ruiz (2017), sostiene que el fenómeno de la economía colaborativa es lo que comúnmente se ha considerado como trueque entre particulares; sustenta además que el objetivo de realizar negocios en modelos de economía colaborativa no es compartir los recursos infrautilizados sino más bien adquirir una posición de ventaja en el mercado; las cuales puedan ejecutarse compitiendo con otros sectores tradicionales del mercado y el comercio; por lo que deben considerarla como una oportunidad con menor número de pérdidas que beneficios; de modo que se logren crecer los efectos pro-competitivos de los mercados, mediante la resolución de problemas de oferta y demanda que los sectores tradicionales no resuelven de manera natural.

Son muchos los conceptos que definen la teoría de la economía colaborativa, los cuales varían a raíz de las diversas formas en las que estos se utilizan en la cotidianidad. Hamari, Sjöklint y Ukkonen (2015) la dan a conocer como “una actividad de igual a igual (peer-to-peer) basada en obtener, dar o compartir el acceso a los bienes y servicios, coordinados a través de servicios online comunitarios”, (pag.7). Por su parte, Botsman y Rogers (2010) la define como un modelo económico basado en compartir, intercambiar, comercializar o arrendar productos y servicios, consintiendo el acceso a la propiedad a parte de la población que de otra manera le estaría vetado. Así, Antón & Bilbao (2016) refieren que el consumo colaborativo es entendido como aquel conjunto de iniciativas voluntarias entre miembros de una comunidad propensa a compartir, prestar, arrendar, regalar o intercambiar

bienes y servicios; es decir que son los propios miembros de la comunidad quienes producen el bien o prestan el servicio, y los que compiten frente al consumo tradicional en el que tanto el bien como el servicio es producido o prestado por empresas o por profesionales.

El modelo económico colaborativo, tiene sus orígenes a partir del año 2007, a raíz principal de tres sucesos claves, como lo son (i) la crisis económica que se presentaba a nivel global, (ii) la generación emergente de jóvenes que buscan experiencias y que además eran desprendidos de obtener y poseer bienes, cuyo sueño ya no se basa principalmente en aspectos materiales y superficiales como el hecho de tener un coche en propiedad sino que por el contrario es conectarse globalmente, lo cual se entrelaza con (iii) plataformas tecnológicas y el uso desmesurado del internet; permitiendo que diferentes empresas utilicen estos medios para promocionar y persuadir a los cibernautas para gestionar sus interrelaciones. Estos sucesos, contemplan diferentes aspectos relevantes, tales como culturales, que tienen que ver con el hecho de usar internet y acudir a las redes sociales como medio de interacción para la adquisición de experiencias y beneficios sociales; aspectos ambientales, dado a que actualmente hay mucha conciencia sobre el desarrollo sostenible y demás elementos medioambientales; aspectos tecnológicos, puesto que se usa en gran manera el internet, siendo este el canal mediante el cual se logran poner en contacto millones de personas; aspectos de desigualdad, ya que procuran poner a las personas en un mismo estatus (Salinas, 2016).

Teoría de la Innovación y Cambio tecnológico,

- **Visión de los Clásicos:**

Los economistas clásicos, quienes fueron testigos de la revolución industrial, no han de desconocer la importancia que guarda el cambio en el ámbito tecnológico, puesto que no ignoran que dicha revolución consistió en un salto gigantesco en cuanto a lo productivo, que se produjo a raíz de las nuevas técnicas (Martínez, 1987). Aquí es preciso resaltar que para los neoclásicos, “el tratamiento al cambio tecnológico permanece como algo secundario” (Martínez, 1987, p.10). Es decir que para ellos, aunque el cambio tecnológico si guarda un grado de importancia, no ocupa un lugar primordial en sus teorías. El concepto de revolución, indica un impresionante cambio en los procesos productivos, reflejado en el exagerado incremento en la fabricación de artículos, lo que generó grandes efectos en el comercio, la agricultura y en la población; lo cual además de afectar lo económico, también afectó lo social, todo producto de la técnica que transformaba el orden productivo y social (Martínez, 1987)

- **Visión Neoclásica:**

Esta corriente a diferencia de la clásica, si reconoce al cambio tecnológico como un aspecto altamente importante. Al respecto, Martínez (1987) afirma que “este enfoque reconoce la importancia del cambio tecnológico, vigente todavía, pero su explicación es mecanicista” (p.10). Esta concepción establece una relación importante entre la tecnología y los procesos productivos, en el sentido que “la tecnología es la función del ajuste o equilibrio entre los factores productivos capital y trabajo” (Martínez, 1987, p.10). Por otro lado, se puede decir que esta visión neoclásica, considera que el cambio tecnológico se ve reflejado en el equilibrio, en la mano de obra y el incremento en los salarios; pues” Martínez (1987) también refiere que “a mayor salario real, mayor tendencia a la innovación tecnológica” (p.10). Esto, debido entre muchos aspectos al innumerable inventario de tecnologías que conllevan a variadas combinaciones como capital y trabajo.

- **Visión Marxista:**

Para esta corriente, la referencia al cambio tecnológico está estrechamente ligada al proceso económico; así mismo, con base a los planteamientos de Marx, se puede decir que el origen de dicho cambio se relaciona estrechamente con la actividad económica, puesto que da respuesta a las características propias de la concurrencia del mercado. Así mismo, esta corriente considera que la

transformación tecnológica está profundamente inmersa en el sistema económico, puesto que posee un efecto dinamizador de la economía a raíz de su relación con el proceso de formación de capital.

Las consideraciones de las corrientes antes mencionadas varían entre sí; los Clásicos aunque comprenden la importancia de dicho cambio, lo tienen en segundo plano, y reconocen a la transformación de la producción como suceso relevante de la revolución industrial. Sin embargo, aunque no se puede desconocer la importancia de dicho cambio en los procesos productivos; es sumamente relevante, tal como lo comprenden los Neoclásicos y los Marxistas, contemplar la importancia de la transformación tecnológica, puesto que esta ya está implícita en el sistema económico y se destaca el aspecto de competencia capital vs empleo.

2. Metodología

El presente trabajo se realizó tomando en cuenta los resultados del documento “Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe” (Buenadicha et al., 2017, p.1), a partir de lo cual se hizo una reflexión analítica desde otra perspectiva, del impacto y los desafíos de la EC, especialmente en la competencia laboral de las regulaciones; para lo cual, se profundizó en el tema de EC y su impacto en la forma de consumo nacional e internacional. Este trabajo se ejecutó bajo un enfoque cualitativo mediante el análisis profundo e interpretativo de los resultados del documento inicial. Así mismo se acudió a un método inductivo, en el sentido que se tomaron en cuenta hechos reales y actuales de la Ec para así llegar al análisis propuesto. Para el logro de los objetivos se hizo una revisión de diferentes literaturas, investigaciones, teorías y posturas, lo cual permitió orientar la consecución del documento de interés, que contemplara aquellos aspectos que desde la percepción propia, son importantes para la EC.

Este trabajo es de tipo exploratorio, dado a que se hizo una indagación del tema principal, a través de la recopilación de fuentes secundarias, logrando una comprensión y acercamiento a la Ec, a su normatividad y regulación a nivel nacional e internacional, sus modalidades de consumo y su naturaleza misma. Como fuentes secundarias entonces, se acudió a la lectura e interpretación de revistas científicas y documentos que interpretan otras investigaciones. Para la consecución y procesamiento de la información, se tuvo en cuenta como criterio principal de búsqueda y selección, los conceptos de Economía Colaborativa y Consumo Colaborativo a nivel nacional e internacional. Se definieron como temas iniciales el origen, las características y comportamiento del modelo, para a partir de entonces realizar el análisis propuesto sobre su impacto, especialmente en la economía tradicional. Así mismo, fue propicio indagar sobre aquellos aspectos normativos y regulatorios de la EC como modelo económico reciente.

3. Resultados

Como se ha mencionado con antelación, este trabajo comprende una reflexión de las consideraciones e indagaciones del documento para discusión titulado Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe. En este escrito se exponen los aspectos más relevantes, concernientes al objetivo propuesto, lo cual comprende la desarticulación de algunos vacíos en los temas de interés de este trabajo, y crítica a los mismos, así como también, se asientan muchas de las consideraciones expuestas, soportando todo lo dicho con criterios de diferentes autores. El desarrollo de este texto es importante para el programa de Negocios Internacionales NI, dado a que la Ec como tema principal de este artículo, incide de cierta forma en este campo; pues dicho modelo abrió el espectro de los NI; pues hoy día usted puede buscar un diseño de algo, y la persona encargada de hacerlo vive en otro lugar del mundo. Estamos en un punto que los medios tradicionales para hacer negocios han cambiado totalmente. Esto es entre muchas otras cosas, debido a que la economía colaborativa se basa en algo tan sencillo como que siempre hay alguien que requiere de un servicio o producto y siempre hay alguien en un lugar diferente que está dispuesto a cubrir esa necesidad.

Con relación a todo lo anterior también es preciso comprender las ventajas que la economía compartida genera en los NI y más específicamente en las operaciones del comercio exterior, y que quizás muchos no lo han considerado; pues el simple hecho de que las personas intercambien entre ellas productos y servicios de manera más ágil y eficiente, fomenta la comercialización de estas formas de negociar a diversos países. El turismo por ejemplo, favorece el desarrollo de los pueblos y naciones; la promoción cultural y social, etc.; resulta ser aportante y relevante para el comercio y los negocios internacionales.

3.1. Orígenes e importancia de la EC

Buenadicha et al., (2017), en el documento al que se hace esta reflexión, manifiestan que la economía colaborativa dentro de sus objetivos **tiene como propósito cimentar confianza a nivel social**, puesto que confiar resulta ser una conducta humana que surge en el marco de una sociedad que transforma el comportamiento de los sujetos; declarando que una sociedad que carezca de confianza e integridad no consigue un desarrollo de manera apropiada; así, las actividades sencillas pasan a ser dificultosas en un entorno que se caracteriza por tener poca fe; además, el consumo compartido, depende en gran medida de la confianza que genera dicho modelo para favorecer intercambios seguros. La desconfianza entonces, respecto al hecho de no estar seguros de sí acceder a recibir o no tal bien o servicio como ha sido ofrecido, resulta ser en parte una amenaza central al desarrollo de las redes de consumo (Buenadicha et al., 2017).

No obstante, con base a ello se puede decir que hoy día, dicha confianza se ha potencializado de manera exorbitante; en el sentido que aquellos servicios y características de la economía compartida suscitan a un considerable grado de confianza entre sujetos desconocidos, a partir de información asequible en las plataformas digitales propias de dicho modelo; información como datos del perfil, información personal de otros usuarios, número de usuarios y seguidores, presencia en distintas redes sociales, comentarios de los usufructuarios sobre la satisfacción de los servicios recibidos, etc. Por ejemplo, Cavelier (2019) refiere que las plataformas digitales que funcionan en el marco de la EC, cumplen entre muchos otros aspectos el importante rol de generar confianza, puesto que el funcionamiento de un mercado en cualquiera que sea el sector económico debe contar con un componente de confianza para su desarrollo; así mismo, Cavelier (2019) asiente: “la confianza entre los miembros de una comunidad se genera en razón de una reiterada interacción en la que se cumplen las promesas hechas entre ellos, generándose una reputación que se quiere mantener” (p.172) Contrario a lo anterior, Slee (2016) sustenta que la EC en lugar de favorecer la apertura y confianza propia a las interacciones, está generando una nueva forma de vigilancia bajo la cual los trabajadores de este sector suelen estar con temor a que alguien los delate y mientras los administradores generales se expresan de manera benévola respecto a sus comunidades de usuarios, el contexto real presenta un aspecto más severo de control centralizado. Además, “los mercados de la EC están generando nuevas formas de consumo más abusivas que nunca” (Slee 2016, p.7)

Por otra parte, se puede decir que la confianza juega un papel fundamental en el funcionamiento de la economía colaborativa, siendo en efecto la esencia que conduce a que se ejecute la misma; sin embargo, la crisis financiera que se ha vivido en los últimos años, conllevó a que economías de muchas naciones pasarán a ser más frágiles y con ello un incremento en el desempleo; razón por la cual la misma sociedad empezó a buscar otras formas de subsistir; aprovechando el progreso tecnológico encontró soluciones novedosas que mediante un desarrollo sostenible, perspicaz e incluyente, generará innovadoras fuentes de ingreso. No obstante, y según lo que dicen Moral & Fernández (2015) el origen de estas prácticas proviene de muchas décadas atrás; así, su evolución no solo se debe a la ya conocida recesión económica, sino también como producto de una dinámica mucho más extensa de crisis multidimensional que comprende elementos culturales, políticos, de valor, entre otros. Esto indica que aquellos límites existentes entre factores económicos como el consumo, el

servicio, la producción, el empleo, el desempleo, se van desvaneciendo al mismo tiempo que el compartir, el intercambio y el beneficio mutuo se van potencializando, esto a través de distintas herramientas, tales como la tecnología con el uso de plataformas digitales, habilidades, la información, conocimientos, agilidad en la prestación de servicios y con ello el ahorro de tiempo, espacios, etc.

Algo que añadir y en lo que se concuerda con Buenadicha et al., (2017) es que efectivamente la confianza se caracteriza por ser un elemento esencial y determinante en el desarrollo y proseguir del consumo colaborativo. Pues dicha confianza se ha potencializado en los consumidores nacionales e internacionales que con el tiempo han dejado de creer en los gobiernos y en grandes organizaciones. Esta se manifiesta entonces a través del intercambio y trueque entre desconocidos, y a través de factores significativos, los cuales han conllevado a una amplia y vertiginosa evolución del modelo económico al cual se hace mención. Dentro de esos factores es preciso mencionar a los tecnológicos: Pues las herramientas tecnológicas, se han convertido en un aspecto relevante y característico en el aparición de la EC dentro de los cuales, según Navío, et al. (2016) se puede destacar a:

Las redes sociales y la Sociedad en red: la interacción constante que los usuarios digitales tienen en las redes sociales, facilita en gran sentido la posibilidad de que se ejerza la economía colaborativa; debido a diferentes aspectos como lo son por un lado el “efecto red”, el cual posee un rol importante y decisivo en la propulsión y desarrollo de dicho modelo; además, porque es un instrumento usado en la EC como generadora de confianza. (Navío, et al. 2016) sustentan como ejemplo a empresas como Blablacar o Airbnb, quienes emplean las redes sociales como mecanismo valorador de confianza, donde el hecho de no contar con un número considerable de seguidores en redes sociales por ejemplo, genera una mala percepción.

Con base a lo anterior, se puede decir que cuando se habla de compartir e intercambiar bienes y servicios el primer paso para que dicha actividad se efectúe es la confianza, para que con ella los consumidores sientan la seguridad necesaria para que los proveedores logren potencializarlos como clientes y con ello una comunidad a futuro, lo que en suma se conoce como consumo colaborativo o EC. Dicha economía contempla aspectos relevantes para el progreso y bienestar de la humanidad, en el sentido que se atacan factores que facilitan algunos procesos cotidianos de las personas y contribuyen a generar óptimas condiciones de vida. Así mismo, cabe resaltar que la influencia que la era digital ejerce en la economía colaborativa es muy significativa, en el sentido que facilita las operaciones a los usuarios que constantemente están inmersos en el mundo cibernético.

3.1.1. Impacto Económico de la EC

Buenadicha et al., (2017) en su documento para discusión, manifiestan que pese a que la confianza es la esencia de la que se alimenta la EC, esta surgió luego de haberse producido la crisis financiera de 2008; pues aunque la tecnología ya había sido dispuesta para ser empleada en procesos de intermediación P2P, a inicios de los años 2000, la crisis financiera conllevó a que se terminaran e instauraran aquellas condiciones exógenas requeridas para provocar su desmesurada evolución. Además de lo anterior, otro aspecto que según Buenadicha et al., (2017) hizo del consumo colaborativo una elección seductora en materia económica fue aquella carencia financiera que provino como resultado del desempleo y la subutilización de recursos económicos. Desde apreciaciones propias, estas afirmaciones no están lejos de la realidad; pues la crisis económica que se ha vivido en los últimos años ha conllevado a que las personas busquen otras oportunidades de negocio, nuevas fuentes de ingresos y otras formas de comportarse que les permitan subsistir en el mercado. En efecto, la sociedad se enfrenta a consumidores con distintas necesidades, con novedosas maneras de acceder al mercado, de consumir y tomar decisiones, con la tecnología como recurso importante en una nueva era digital; lo cual ha impulsado el surgimiento y proseguir de la economía colaborativa.

Dicha economía colaborativa, está creciendo apresuradamente, introduciéndose en aquellos sectores habituales como la fabricación de productos y la prestación de servicios profesionales y financieros,

principalmente, en el sector transporte, turístico y alojamiento; no obstante, todas aquellas actividades que se circunscriben en el entorno de la economía colaborativa realmente no pertenecen a ella; pues algunas de sus actividades son solo nuevos modelos de negocio que tienen muy poco de colaborativo. (Rodríguez, et al. 2016).

Por otra parte, en el documento a reflexionar, se sustenta que la economía colaborativa no es una moda momentánea ni tan solo producto de la crisis económica; sino que también es el futuro de muchos sectores de la economía; dado a que genera beneficios a las transacciones ejecutadas por las plataformas digitales del modelo al que se hace mención, como lo es el crecimiento y evolución de las ganancias de las plataformas, el cual se genera por la alineación de incentivos, que cooperan con la generación de ingresos al proveedor de los servicios (Buenadicha et al., 2017).

Además de lo anterior, se puede decir que los consumidores son de suma relevancia para el desarrollo de la economía colaborativa, puesto que esta, dentro de sus facultades, permite que este tenga acceso a productos y servicios con una mejor calidad y aun precio competitivo de manera conjunta; debido especialmente a la interacción directa entre proveedor y consumidor, al tiempo que se evaden altos costos de publicidad y de intermediación.

Este nuevo modelo de negocio, basado en el poder colectivo y la conexión de pares, mediante la colaboración y el aprovechamiento de activos infrautilizados, permiten minimizar costos fijos –en inventario, infraestructura, empleados e intermediarios– y suplir la demanda eficaz y competitivamente Quintero (2018). En efecto, el mercado se flexibiliza, logrando que los consumidores accedan a bienes y servicios con una relación costo/beneficio mucho más óptima.

En este sentido, Botsman y Rogers (2010) manifiestan que el hecho de compartir artículos en línea ha contribuido a aumentar la calidad de los productos; así mismo ha conllevado a que el papel fundamental de los propietarios de las plataformas, sea fomentar la confianza entre compradores y vendedores, y de ese modo asegurar las transacciones.

Dicho comportamiento de consumo, ha obligado a las empresas que aún no se acogían al modelo económico colaborativo; a replantear estrategias de posicionamiento, a implementar valor agregado y a abrir nuevas líneas que se adapten de mejor manera a las nuevas necesidades del consumidor. Es así que:

En sectores como el financiero, las compañías se ven obligadas a dar una mirada a estos modelos colaborativos. Empresas multinacionales como Telefónica con Open Future, y BBVA con BBVA Innovation, han creado programas y comunidades de innovación colaborativa entre empresarios, startups y desarrolladores digitales con el fin de mantenerse vigentes hacia el futuro (Quintero, 2018. P. 108)

En este mismo sentido (Buenadicha et al., 2017) manifiestan: “Otra métrica interesante al considerar el impacto económico de la EC es el volumen de las inversiones en empresas nacientes (startups) del sector” (p.9). Como consideración propia se opina que esta afirmación no está lejos de la realidad, puesto que los startups, como empresas emergentes, tienden a ser aplicadas a organizaciones nuevas apoyados en la tecnología innovadora que favorezca un crecimiento vertiginoso.

En este orden de ideas, y a modo de reflexión, cabe decir que en América Latina particularmente, el modelo de consumo colaborativo es relativamente nuevo, puesto que las aplicaciones y plataformas han surgido en no más de 10 años; sin embargo, aun cuando es un sistema joven, los usuarios se han adaptado con facilidad, básicamente porque han descubierto los beneficios que genera; en el sentido que hay más flexibilidad en el mercado y mayor agilidad en la prestación de los servicios.

Las consideraciones de Buenadicha et al., (2017) revelan el interés particular de la EC para América Latina, el cual se basa en significativos retos y desafíos a los que dicho modelo puede cooperar para

su solución. Dicho interés, parte también del hecho de que la EC tiende a ser una herramienta útil para afrontar la situación problemática de desigualdad en la región; así mismo, esta, a través de los negocios digitales, puede abrir las puertas a oportunidades de inclusión social y económica; impulsando así la creación de pequeñas empresas, y permitiendo que cualquier miembro de la sociedad pueda ofrecer productos y servicios con escasas barreras de entrada, a cambio de algún tipo de remuneración (Buenadicha et al., 2017).

América latina se enfrenta a múltiples retos con la aparición de la EC. Los emprendedores y creadores de pequeñas organizaciones en efecto, generan beneficios a la sociedad mediante la creación de valor compartido, liderando todo este auge de desarrollo común mediante el uso de escenarios digitales. En este sentido, la EC a través de sus características posee la capacidad de originar grandes y significativos lucros, facilitando el acceso a nacientes productos y servicios, disminuyendo la huella ambiental y favoreciendo una distribución ecuánime del capital; además, impulsa la posibilidad de que las personas desarrollen valores sociales relacionados con el trueque e intercambio mediante el uso de plataformas digitales. Así, siempre y cuando se logre una regulación pertinente a las actividades de dicho modelo, se puede incentivar a diferentes sectores del sistema económico tradicional, en el sentido que incita a que estos se adapten al nuevo, al tiempo que se impulsan opciones mucho más innovadoras para los consumidores.

Un reto e incluso oportunidad a la que se enfrenta América Latina con la EC es el incremento en actividades de comercio exterior, pues actualmente se vive en un mundo inmerso en un proceso absoluto de globalización, por lo que debe haber una concientización de que las empresas requieren mejorar su competitividad, no solo con respecto a las empresas nacionales, sino también con las internacionales; pues actualmente existe una interdependencia de las economías mundiales, indicando una tendencia irreversible; lo cual se evidencia en el hecho de que las inversiones extranjeras pueden haber superado una tercera parte del PIB mundial antes de la crisis, mientras que el comercio mundial crecía un tanto; sin embargo, el surgimiento de agentes económicos, conlleva a que se realicen inversiones recíprocas en las economías de países; por tanto, la globalización de la economía demanda una relación más cercana entre las autoridades de competencia a nivel internacional. Al respecto también cabe resaltar que la cooperación internacional entre las agencias de competencia, deben hacer frente a la gestión que emprenden los desafíos de la globalización y promocionar aquella convergencia de prácticas de competencia aplicadas en todo el mundo (García, 2018).

3.2. Análisis Positivo de la EC

Buenadicha et al., (2017) en el documento sobre el que se hace la reflexión, sustenta que tanto medios de comunicación como muchos informes relacionados con la EC generalmente simplifican a los actores de dicho modelo, y hacen siempre referencias a empresas nuevas y se enfocan más que todo en aquellos casos más conocidos; sin embargo, existen diversos actores, múltiples sectores y perspectivas sobre el funcionamiento de la EC que requieren ser concebidos adecuadamente para así lograr avanzar con el análisis de dicha industria en ciernes; así las cosas, la EC contempla muchísimos más actores, como por ejemplo aquellas entidades con ánimo de lucro, como Airbnb, BlaBlaCar, LittleBigMoney, 5Bogotá, etc.; Empresa social/Cooperativa/Empresas B, como Asociación de Bancos de Tiempo, La Colmena que dice Sí, etc.; Sin ánimo de lucro, como Goteo, Huertos compartidos, Freecycle, etc.; Comunidad, como Socialtoy, Jardines comunitarios, Grupos de consumo, etc.; Sector Público, como Bibliotecas municipales, Servicios de bicicleta compartida pública, Reparat millor que nou (AMB), etc. No obstante todo lo anterior, y desde una apreciación personal, se puede decir que además de los ya mencionados, los actores de la EC son en sí los mismo individuos, quienes con la cultura de compartir y colaborar, y con la evolución tecnológica, han modificado aquellos modelos de la economía tradicional, lo cual ha conllevado a que las organizaciones tradicionales tengan que adaptarse a esta cultura colaborativa para conservar clientes y sostenerse en el tiempo y adaptarse a la incorporación de plataformas de experiencia social; además, las marcas toman fuerza en la medida que estas fomentan la interacción y conexión entre los consumidores, lo cual es

sumamente relevante para la obtención de resultados óptimos y rentables de las transacciones comerciales. Aquí, cabe resaltar la posición de Gansky (2010) quien refiere que el desarrollo de la economía colaborativa debe entenderse solo como un cambio en el comportamiento y actitud de los consumidores, quienes están prestos a probar nuevas experiencias, de modo que no vacilan en sustituir las marcas o productos a los que solían ser fieles por recomendaciones entre semejantes; adoptando además un comportamiento más amigable con el medio ambiente del consumo. Lo anterior, ratifica el supuesto de que este nuevo modelo genera muchas consecuencias para los diferentes sectores, básicamente conlleva a la competencia directa entre las actividades comunes de las empresas tradicionales y el proceso de compartir, o bien el canje de productos y servicios entre semejantes.

Volviendo al tema de los actores de la EC, es preciso referir que los mencionados inicialmente, resultan de suma importancia para la creación de políticas públicas diferenciadas que impulsen la características de aquellas actividades que las administraciones contemplen como pertinentes para una economía responsable; y así mismo obstaculicen las que para ellos sean inadecuadas (Buenadicha et al., 2017) Pues aun cuando la EC posee un sin número de aspectos positivos, existen algunos gremios que pueden verse afectados como lo es por ejemplo el gremio de taxistas y el de hoteleros, para ello, los gobiernos tienen la facultad de establecer políticas que conlleven a aminorar dicha situación, como por ejemplo licencias especiales para los operadores o bien algún tipo de compensación para quienes se ven perjudicados (Méndez y Castaño, 2016). Al respecto se puede decir que teniendo en cuenta que la economía colaborativa es un modelo relativamente nuevo, existen riesgos a los que las empresas tienden a enfrentarse; pues dado a que los mercados no están preparados para cambios drásticos; con el surgimiento de dicho modelo de consumo muchas de ellas tienen que liquidar o bien ajustarse a los cambios; tal es el caso de los Taxis con la prestación del servicio particular Uber. Otro riesgo tiene que ver con la intermediación laboral; puesto que las personas quieren trabajar con horarios mucho más flexibles o bien manejar sus propios horarios pero con el beneficio de la seguridad social; mientras que el contratante piensa que con el hecho de pagar la totalidad de las prestaciones el negocio no obtendrá los resultados esperados; lo que define a estos hechos como un problema de regulación; tal como se menciona con antelación.

Para Buenadicha et al., (2017) la EC posee lo siguiente:

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 (p.16).

Este tipo de plataformas son bidireccionales o bilaterales (two-sided platforms; las cuales funcionan en aquellos mercados que se caracterizan por poseer un grupo de usuarios que fundan una externalidad sobre otros diferentes, mediante plataformas digitales que los pone en contacto Buenadicha et al., (2017). Ciertamente, las raíces de la EC, provienen de aquellas formas de negocios ancestrales como el trueque, sin embargo, tiene un auge por sus características particulares y bidireccionales, que sincronizan a los proveedores con los consumidores. Las plataformas a las que se hace mención son herramientas electrónicas propias de la EC, las cuales pueden resultar sumamente útiles para los usuarios, en el sentido que facilitan el acceso al servicio, pueden ofrecer un espacio acogedor, agradable y seguro para el consumidor. Al respecto, Quintero (2018) afirma que “esta tendencia muestra la evolución en el consumidor de las economías y plataformas digitales, quien retoma prácticas antiguas como los trueques, alquileres o préstamos” (p.103). Un ejemplo claro de ello es el sector automotriz; el cual es uno en los que más ha incidido la economía colaborativa y al cual se puede acceder de manera rápida y ágil; posicionándolo como un método ideal para el desarrollo de nuevas maneras de diversificación; lo anterior a raíz del nuevo auge de la economía colaborativa, la cual ha logrado evidenciar evoluciones en el bienestar de los usuarios en cuanto a los nuevos modelos de negocios del sector transporte, dentro de los cuales se destacan Tapsi, Easytaxi,

entre otros; los cuales ofrecen elementos que impactan positivamente en la calidad del servicio como seguridad, limpieza, confort, salud y demás aspectos que permiten adaptar el servicio de acuerdo a la necesidad de tiempo y disponibilidad económica que el usuario tenga. (Ortiz, 2016)

Con relación a lo anterior, cabe resaltar que existen plataformas electrónicas que permiten que los que ofrecen servicios de transporte por carretera y los que los demandan puedan establecer un puente de comunicación de manera fácil y práctica; por lo que estas plataformas pasan a ser intermediarios entre los usuarios y el transportador. (Vázquez, 2017).

Dentro de este contexto, ha de considerarse que la EC trasciende siempre que sus consumidores transfieren información data a las plataformas digitales propias de la economía colaborativa; pues las oportunidades de conectividad que ofrecen las nuevas tecnologías junto con las plataformas tecnológicas han conllevado al desarrollo de nuevos hábitos de consumo, al tiempo que generan más eficiencia; lo cual tiene que ver con la participación de aspectos como el alojamiento que proporciona espacios físicos para su uso y el transporte mediante el alquiler y uso particular; entre otros. Todas estas actividades propias de la economía colaborativa, efectivamente, permiten que este modelo de consumo trascienda cuando los usuarios suministran cierta información a dichas plataformas tecnológicas. En este sentido, Quintero (2018) refiere que las aplicaciones en la economía colaborativa han desarrollado opciones tecnológicas que permiten que los usuarios puedan opinar, calificar y suministrar información sobre la forma de usarse, manejando así el uso de los datos para beneficio individual o colectivo y de ese modo establecer condiciones de uso, así como optimización tecnológica y cambios en las costumbres y formas de consumo.

Para Buenadicha et al., (2017) la confianza es la base del éxito y del funcionamiento de las plataformas bidireccionales, la cual se evidencia mediante las transacciones que se realizan a través de ellas. Además de lo anterior, se puede decir que dicha confianza se consigue también por parte de la reputación y el suministro y recolección de datos en las plataformas digitales. Quintero (2018) pone como ejemplo el caso de Uber, donde la aplicación correspondiente obtiene información por parte de los usuarios y sus conductores, como la calificación del servicio por ejemplo, lo que favorece la generación de un patrón de reputación que proporciona tanto al usuario como al conductor un valor de confianza para servicios futuros. Una consideración similar tienen Ferrer & Mudén (2019), quienes refieren que las actuales plataformas de alojamientos, además de la escalabilidad producto de un coste marginal de casi cero o por cada usuario nuevo, reducen la asimetría de la información debido al mayor acceso a la misma, logrado que al mismo tiempo se vea reducida la incertidumbre del consumidor al momento de solicitar el servicio; lo cual en gran parte es debido a la reputación generada en ellas y los sistemas de validación de los perfiles que las mismas plataformas realizan.

Las actividades a las que se han hecho mención, muy especialmente el alojamiento y la poca asimetría informativa, permiten que la confianza por parte de los usuarios incremente; así mismo, los efectos originados por la red logran generar valor con los usuarios que van surgiendo, esto indica que se produce una mayor oferta cuando se publican nuevos anuncios a través de la red, y con ello mayor competencia; así como también surge mucha más demanda fiel y potencial con los usuarios nuevos, lo que se ve reflejado en una mayor rentabilidad.

3.3. Análisis normativo de la EC

En cuanto al ámbito regulatorio de la EC, y como parte de un análisis situacional para brindar un conocimiento enfocado en la acción y generación de estrategias adecuadas en la formulación de políticas públicas para la evolución inclusiva de la EC, Buenadicha et al., (2017, p.23) sustenta lo siguiente:

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 (...) 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 (p.23).

Al respecto, también se hace preciso referir que la EC tiene algunas características que presumen un reto para el empleo de normas, las cuales requieren ser analizadas por las administraciones públicas.

Si bien es cierto, la EC y su novedoso sistema de negocio, resulta ser un modelo de innovación y disrupción; que además suele ser una fructuosa fuente de oportunidades que favorecen el bienestar social; sin embargo, en Colombia algunas de sus actividades no han sido regularizadas legalmente, en el caso de plataformas como UBER y similares particularmente. Lo cual ha sido motivo de polémica, especialmente por el gremio de taxistas.

No obstante todo lo anterior, cabe resaltar que a diferencia de la competencia directa, son los consumidores quienes han aceptado de manera exorbitante el sistema económico; razón por la cual son ellos quienes suministran información a las plataformas, con el propósito de que está última pertenezca a bases de datos de las preferencias de consumo y estilos de vida, permitiendo que las aplicaciones puedan mejorar la forma en que funcionan y su estilo de negocio; así como también crear reputación positiva que logre generar confianza en los consumidores para que estos pasen a ser fieles clientes, y al mismo tiempo cooperar con la transcendencia al modelo de consumo.

Dentro de los sectores más afectados por las regulaciones se encuentran el de transporte, automotriz y alojamiento. En efecto, esta tendencia de consumo ha conllevado a que grandes empresas del sector automotriz se vean en la obligación de tomar acciones referentes a estrategias de mercadeo y posicionamiento, dado a que los usuarios prefieren alquilar vehículos de transporte terrestre antes que comprar. Sin embargo, algunos servicios como Uber por ejemplo, han tenido problemas regulatorios para circular en algunos países, entre ellos Colombia; puesto que “se les ha tachado de ilegales y de incurrir en competencia desleal” (Sánchez, Avendaño, Coronel y Castellanos, p.8) en relación a ello, Ortiz (2016) sustenta que en países como España, México, India, Holanda y Colombia, estos problemas se deben a factores como la falta de regulación y legalización por parte del estado, la evasión de impuestos, la falta de permisos para con los conductores y la competencia desleal; como lo son las prácticas de dudosa honestidad como el Dumping, engaño, confusión, desviación de clientes, etc. Esta situación se evidencia en el rechazo que demuestra el gremio de los taxistas quienes en definitiva han sido los principales afectados con dicha modalidad de transporte público.

No obstante lo anterior, y según lo publicado por Quintero (2018), en Colombia se encuentran aplicaciones como “Voy con cupo”, una plataforma de carpooling que logra conectar a conductores y pasajeros que viajan con un mismo destino en diferentes ciudades de Colombia; del mismo modo, para entonces estaba previsto el ingreso de Float Carshare, una empresa que posee un sistema de carsharing, que permite que los consumidores tengan la posibilidad de alquilar automóviles hasta por 24 horas diarias y todos los días de la semana. Esta situación es una fiel muestra de que conforme pasa el tiempo, esta modalidad de consumo colaborativo contrae mucho más auge y fuerza; a raíz de que surge un consumidor que encuentra satisfacción a sus necesidades de una manera más ágil y económica.

Buenadicha et al., (2017, p.23) en su documento para discusión, plantean el interrogante de que “¿Cuál ha sido la respuesta de las autoridades públicas ante la presión sobre la regulación existente?” (p.24). A lo cual manifiestan que han habido dos grandes tipos de respuestas de las administraciones públicas; donde la primera tiene que ver con limitar y prohibir la función de aquellas organizaciones que trabajan bajo esta modalidad; para lo cual se han basado en la restricción que se le impuso a los nuevos competidores de ejercer sus actividades en el mercado sujeto a monopolio legal en beneficio de

las organizaciones que ya están establecidas; no obstante, las restricciones de ese enfoque, han conllevado a diversas jurisdicciones a acoger una posición mucho más cuidadosa, la cual busca inicialmente comprender aquello que se requiere regular para a partir de entonces establecer las modificaciones pertinentes a las normativa y acoplarlas a la actual realidad (Buenadicha et al., 2017, p.23).

Por otro lado, en el documento sujeto de reflexión, Buenadicha et al., (2017) sugieren que la regulación debe distinguir entre aquellas situaciones de quienes prestan servicios ocasionales mediante plataformas digitales y quienes lo hacen mediante un trabajo regular y autorizado legalmente; pues supone que quienes lo hacen de manera profesional se les puede seguir exigiendo una certificación; como por ejemplo el carnet de manipulación de alimentos que se podría exigir tanto a quienes cocinan en los restaurantes como a quienes ofrecen comida en su propia casa. En este mismo sentido, (Buenadicha et al., 2017) sustentan que para propiciar el desarrollo de dicha modalidad de consumo, es menester llevar a cabo una revisión normativa por cada sector, que se base en identificar las actuales barreras de entrada vigentes y valorar de manera específica la necesidad y proporcionalidad.

En este orden de ideas, cabe referir que aun cuando la intervención por parte del estado es primordial y de suma relevancia en una política económica como la que se posee, es necesario que éste dé respuesta a medidas que estén encaminadas en el cumplimiento de objetivos fundamentales como lo son el bien muto y la protección propia a la competencia autónoma.

Desde una percepción propia, cabe decir que aunque son muchos los que no están a favor de algunas actividades del modelo económico colaborativo, especialmente aquellas del sector transporte, quienes además basan sus argumentos en la falta de regulaciones que según ellos afectan al consumidor final; hay quienes sí están de acuerdo como los usuarios por ejemplo. Pues no es del todo cierto que se vean afectados para el caso del gremio de taxistas ni los pasajeros ni los taxistas mismos, dado a que en primer lugar, estas nuevas modalidades de transporte están diseñadas para que solo puedan ser tomadas a través de plataformas digitales, lo que indica que los taxis siguen teniendo la posibilidad de conseguir clientes en diferentes lugares; además en muchas ciudades de Colombia por ejemplo, y sobre todo en épocas especiales del año y en horas pico, existe una escases de dicho medio de transporte público; por tanto en esas situaciones, servicios como UBER no estarían tomando los clientes de estos dado a que en cierta forma sería una demanda que los transportista opositores no tendrían la posibilidad de satisfacer.

Buenadicha et al., (2017) en su documento para discusión Exponen que la reducción de los costos de ingreso, que se generan por la innovación tecnológica y el uso de plataformas digitales conforman un gran incentivo para la competencia, pues una de las inquietudes más presentadas es que las empresas piden que se nivele el campo de juego; en el sentido que no resulta ser equitativo el hecho de que aquellas organizaciones que su actividad económica es igual, sean tratados de una manera diferente. Con relación a ello refieren que el internet por ejemplo tiene dentro de sus características el hecho de que requiere de menos permisos para operar; tal es el caso de YouTube que exige mínimos requisitos para la creación de un canal; lo cual ha conllevado a que se modifiquen las regulaciones ya existentes de los usuarios del internet; esto se ve reflejado en la desaparición de los costos de acceso al mercado causado por la tecnología (Buenadicha et al., 2017). Estas ventajas en cuanto costos de operación, son en parte lo que genera la inconformidad por parte de los operadores del sector tradicional sobre la normativa que les imposibilita la competencia equitativa, manifestando que dicho modelo funciona como competencia desleal.

Aunque se está bastante a favor con la operación de la economía colaborativa, se hace necesario aquí manifestar de manera consciente la realidad sobre la competencia desleal por parte de la economía colaborativa, la cual se basa en la operación de los servicios que aún no han sido regulados como UBER, Cabify, Airbnb, etc., también se puede decir que dicha competencia desleal se basa en el hecho de ofrecer bienes y servicios a costos exageradamente económicos en comparación con los de las

empresas tradicionales, que han conllevado a que clientes fieles opten por el uso de las plataformas digitales, sin embargo, no solo los precios bajos atraen clientes, como se nota a lo largo de este artículo, son muchos los incentivos por parte de las actividades de este modelo que logran ganar confianza y fidelizar clientes, tales como la agilidad y el tiempo; la acomodación y el confort; el buen trato; el hecho de no desplazarse para hacer un pedido; entre otros.

Con el ánimo de defender a la EC como poseedora de actividades de competencia desleal, cabe decir que los usuarios optan por hacer uso de las plataformas digitales de la EC, porque actualmente se vive en un mundo globalizado donde la tecnología cumplen un papel significante; así las cosas, con la revolución de las nuevas tecnologías y el posterior surgimiento de la economía colaborativa, los estándares de consumo mundial han cambiado de una manera exorbitante. En efecto, el consumidor digital opta por acceder a aquel sistema en el que se comparten e intercambian productos y servicios mediante sitios informáticos que están posicionadas como prestadoras de una mejor prestación; lo cual influye en la decisión de compra o de venta.

A ese respecto, Quintero (2018) sostiene que las redes sociales, la tecnología y la colaboración a través de plataformas digitales conllevan a que el usuario pueda consumir productos evitando la saturación de los mismos al no adquirirlos, lo cual puede manifestarse en un comportamiento alternativo de consumo que se enfoca en adquirir experiencias más que en poseer bienes u objetos.

Al respecto, conviene decir que el internet, es una herramienta que ha generado la posibilidad a que marcas pequeñas puedan promocionar sus productos y/o servicios virtualmente, y logren de ese modo tener contacto directo con los consumidores; además la publicidad les resulta mucho más económica y acertada, dado a que facilita la captación de un gran número de clientes; puesto que una considerable parte de la sociedad se ha puesto a la vanguardia del uso del internet y redes sociales como actividad cotidiana. Pues el mundo globalizado, en el cual la era digital predomina, las redes sociales ofrecen la posibilidad a dichas marcas de ser más competitivas.

3.4. Recomendaciones Respecto a la Regulación de la EC.

Dado a todas las barreras regulatorias de la EC, y a que estos nuevos tipos de negocios que funcionan mediante plataformas digitales, han generado incertidumbres respecto a la regulación, es menester dar respuestas a interrogantes que surgen con relación a la manera en que estas deben ser afrontadas, (Buenadicha et al., 2017) en el documento sobre el que se reflexiona, refieren que una primera práctica que debe contemplarse es que las plataformas de la EC no dependan de credenciales y permisos si solo operan como intermediarias entre los usuarios; contrario a ello, los distribuidores sí podrían estar sujetos a autorizaciones y permisos legales; no obstante, aun cuando dichas plataformas gestionan y organizan la selección de los distribuidores de los servicios subyacentes, y la forma en que estos son prestados, sigue resultando evidente la posibilidad de considerar a estas plataformas como prestadoras y proveedoras de los servicios.

Como se ha mencionado con antelación Uber ha tenido problemas de regulación no solo en Colombia sino también en países como España y Holanda. Así mismo, la regulación de Uber en California, con el surgimiento de Transportation Network Company” (TNC), resulta ser un claro ejemplo de aquel camino intermedio que forma una licencia ligera; en este caso, aquellos automóviles que quieran usarse para dicha figura, deben contar con un identificador, pero no es necesario que tengan que estar pintados de cierta forma o que deban incorporar un taxímetro (Buenadicha et al., 2017).

En cuanto a opciones y niveles de regulación, es preciso resaltar el caso de las normativas de regulación de las plataformas colaborativas de financiamiento en diversos países; por ejemplo, en “España o Reino Unido regulan el financiamiento colaborativo de capital (equity crowdfunding) y los préstamos P2P” (Buenadicha et al., 2017, p.42). En España el principal compromiso y obligación de estas plataformas es conseguir la autorización de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), que es quien supervisa dichas plataformas; así mismo, la ley establece salvaguardas

relevantes para la protección del inversionista; exigiendo como requisito además total transparencia y limitaciones para evitar conflictos de interés (Buenadicha et al., 2017, p.42). Al respecto, Salas (2019) sustenta que España expide la Ley 5 de 2015, por la cual se establecen reglas concisas referentes al uso de las plataformas de financiamiento colaborativo, designando algunos requerimientos mínimos de funcionamiento como lo es la autorización para operar, el registro, control de la información y verificación y validación de condiciones financieras.

Pero no hay que dejar de lado el caso de Colombia, quien se ha encontrado aún en etapa de análisis y de regulación respecto al uso de las plataformas de financiación colaborativa, pues hasta el 31 de julio de 2018, el Ministerio de Hacienda y Crédito reveló el Decreto 1357, con el cual se busca regular dicha actividad, sus estándares operativos, el funcionamiento de infraestructura requerido y la revelación de información (Salas, 2019). De lo anterior surge el interrogante, ¿Colombia en efecto tiene la posibilidad de conseguir el equilibrio necesario para ofrecer seguridad a los actores que participarían en el proceso de financiación colaborativa?, Con relación a ello, cabe resaltar que el gobierno colombiano se percató y comprendió que mediante las nuevas tecnologías en las que se enmarcan las plataformas de financiación colaborativa, se logra también el desarrollo económico e industrial de la nación; razón por la cual requieren de una reglamentación (Salas, 2019).

En este sentido, Salas (2019) revela que Colombia optó por regular crowdfunding que tiene como propósito la rentabilidad económica que surge de actividades empresariales, agropecuarias, industriales comerciales o de servicios; y no incluye en su regulación a crowdfunding social. Así las cosas, y tal como lo expone Salas (2019) el Decreto 1357 de 2018 regula básicamente los siguientes aspectos:

- Entidades autorizadas
- Requisitos y autorizaciones
- Funciones de las sociedades de financiamiento colaborativo y obligaciones
- Información mínima
- Reportes
- Montos máximos de financiación
- Reglas sobre los aportantes
- Requisitos de emisión
- Procesos de circulación.

Además de los casos antes mencionado, se hace necesario incluir aquí el del alojamiento referente a su participación en la economía colaborativa, especialmente en lo que respecta a Colombia; puesto que el sector del turismo y hotelero se ha enfrentado en los últimos años a una gran transformación forjada por la revolución tecnológica, básicamente por el surgimiento de la economía colaborativa. Según (Tussyadiah y Pesonen, 2015), este modelo de consumo está siendo el más afectado por la economía compartida, básicamente en lo que se basa a las decisiones sobre el destino de viaje, el aumento en la frecuencia de los viajes, el tiempo de duración de las estadías y los productos y servicios consumidos durante el viaje. Por su parte, Rodríguez, et al. (2016), afirma que “el sector turismo está ganado un gran protagonismo en este ámbito, especialmente en aspectos relacionados con transporte y el alojamiento turístico” (p.279). El alojamiento colaborativo logra plantear diferentes cuestiones y percepciones al usuario, relacionadas con la experiencia que viven por el contacto directo con los dueños de las viviendas, mayor comodidad y flexibilidad y una comunidad de usuarios casados con las plataformas tipo AirBnB que inicialmente garantizan la buena calidad de la vivienda; lo cual conlleva a que los huéspedes tengan la oportunidad de vivir una experiencia auténtica y no sean tratados como comunes turistas (Stors y Kagermier, 2015).

Sin embargo, no existe en Colombia una normativa que regule y/o defina la legalidad o prohibición de plataformas tipo Airbnb, lo cual se traduce en un vacío normativo que permita que se considere que en Colombia Airbnb compite de manera desleal frente a las empresas tradicionales de este sector que están reguladas por la ley del país (Corrales, 2018). Este servicio, propio de la economía colaborativa afecta al sector turístico y hotelero en cuanto a la generación de empleo y contribución fiscal; así mismo, la no reglamentación “permite que se extiendan externalidades negativas causadas por el arrendamiento de inmuebles destinados a vivienda como lo son: problemas de salubridad y seguridad, la desvalorización de los inmuebles y la evasión de impuestos” (Corrales, 2018, p.8). Además de lo anterior, vale hacer una pequeña digresión sobre el interrogante que surge relacionado con el giro que pueda tomar el sector turístico hotelero en caso de que se regule esta modalidad y los consumidores deban pagar gravámenes y tasas turísticas por el servicio, lo que posiblemente acrecentará las tarifas actuales. En este sentido, Corrales (2018) sugiere que es menester crear en la legislación colombiana una regulación efectiva y concisa de Airbnb y demás plataformas de hospedaje, que tengan como propósito primordial favorecer tanto a los consumidores como a la economía en su conjunto. Además de lo antes mencionado, es preciso resaltar que a nivel internacional se revela una categoría jurídica que lleva como nombre dirección estatal de la economía, la cual se ostenta primordialmente en regulación cuando el contexto y los hechos así lo requieren, esto quiere decir por ejemplo que cuando se necesita corregir fallas de mercado mediante la intervención limitada a la solución de esas fallas; así, la intervención estatal posee también límites, puesto que dicha intervención está sometida al principio de legalidad, en el sentido que la actividad y operación del poder del estado es regulado por la ley, la cual avala y propende por el respeto a los derechos individuales. Por otra parte Cavelier (2019) manifiesta que el funcionario público no tiene la autorización legal de actuar, salvo que una norma se lo permita, esto quiere decir que es la ley la que dictamina y consiente que el estado intervenga, así las cosas, esto repercute en que el ejercicio del estado de regulación de la economía se ejerza con algunas condiciones; tales como:

- (i) La regulación debe proceder de una entidad administrativa; (ii) su objetivo es de interés general según la ley que lo autoriza; (iii) incide en las actividades económicas inherentemente libres según la Constitución, para racionalizar su ejercicio o controlar su actividad; (iv) razonabilidad, proporcionalidad y con restricción, es decir, con el mínimo grado posible de injerencia; (v) se debe usar solamente cuando existe una falla de mercado para corregirla (Cavelier, 2019, p.179).

Al respecto se puede decir que el ejercicio regulador de los estados necesita ser bastante ágil, técnicamente orientado y sensatamente dirigido, así, el estado no puede comportarse ostensiblemente irrazonable o desmedido; toda vez que se expone a que su actuar sea señalado como inconstitucional Cavelier (2019)

Con relación a todo lo anterior, es preciso referir que el estado Colombiano, se ha enfrentado convenientemente a una sobre regulación que de cierto modo ha repercutido sobre aquellos sectores económicos que suelen ser más protegidos y que de alguna manera han conllevado a inoperancias en valor del amparo de los usuarios, que en muchísimas ocasiones y más en la actualidad, han sido sustituidas por aquellos aspectos de autorregulación que brindan las actividades colaborativas mediante las plataformas digitales.

Buenadicha et al., (2017) reconocen que la Comisión Europea sugiere regular según el grado de producción y profesionalización de la actividad económica, sin embargo, se cuestionan sobre ¿dónde serán puestos los límites entre los variados niveles y qué métricas usar?; a lo cual responde que será diferente según el sector. Esta apreciación resulta ser apropiada en cuanto a las divergencias de la regulación de la EC, puesto que facilita la comprensión de la situación actual y la forma en la que debe ser afrontado todo este tema de regulación, además cómo países desarrollados lo han manejado. En la Unión Europea por ejemplo se reguló el acceso al mercado por parte de las plataformas digitales y de los distribuidores inscritos a las mismas; así, las autoridades establecen condiciones para que los sujetos presten los servicios remunerados en mercados específicos, como por ejemplo el

transporte de personas; esto puede referirse a licencias para la ejecución de actividades empresariales, y la concesión de permisos de mínima calidad, como por ejemplo en el sector de alojamiento, puede exigirse un requisito menor como que el edificio tenga un seguro o que las habitaciones tengan alguna característica especial (Cavelier, 2019).

Buenadicha et al., (2017) en su documento sugieren para la EC lo siguiente:

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 (p.43).

Al respecto cabe decir que es de suma relevancia que todas aquellas autoridades pertinentes sostengan una relación y cooperación, en pro de una mejor pureza y transparencia de la información, reglamentando la información que se pretende recabar de los usuarios y de aquellos aspectos que influyen en la definición de precios. Además, es menester soportar la regulación para aquellas actividades de la EC por la presencia de anomalías del mercado, como lo es la irregularidad en la información suministrada; por tanto, la Superintendencia de Industria y Comercio (2018) refiere que la intervención de regulación debe basarse en los principios básicos de cualquier reglamentación económica eficaz; tales como:

- Principio de Necesidad
- Principio de Causalidad
- Principio de Racionalidad Social
- Principio de Eficiencia Competitiva
- Principio de Información Idónea
- Principio de compatibilidad de incentivos de competencia
- Principio de Regulación con visión Dinámica (Superintendencia de Industria y Comercio, 2018).

Pero este problema de regulación no sólo se presenta a nivel internacional, en Colombia es quizás aún más prominente, pues como se ha mencionado con antelación, y según Yanitza (2019) el acceso al trabajo por medio de las plataforma colaborativas no tiene control del estado Colombiano, pues no hay una regulación por la cual se proteja a los trabajadores prestadores de servicios, logrando que se propague la informalidad y precariedad; además, la forma de acceder a los trabajos es el resultado de aquellos cambios en la economía y las posteriores demandas presentadas con la falta de regulación.

Además, y tal como refiere Yanitza (2019) la normativa que existe en la actualidad en Colombia no da respuesta a aquellas necesidades de los trabajadores que operan bajo este modelo; pues el acceso a las plataformas digitales colaborativas es abierto, pudiendo ser usado por cualquier individuo de conformidad con la Ley de TIC 1341 de 2009; donde se establece en el art. 15“Promover, en coordinación con las autoridades competentes, la regulación del trabajo virtual remunerado, como alternativa de empleo para las empresas y oportunidad de generación de ingresos de los ciudadanos de todos los estratos sociales” (Yanitza, 2019, p, 159). No obstante, no existe una normativa que proteja a los trabajadores que prestan servicios mediante plataformas digitales; lo que existe hasta el momento es un proyecto de Ley para la regulación del trabajo digital en Colombia, el cual fue presentado en el año 2018.

Ahora bien, “¿quién debe ser objeto de regulación?” (Buenadicha et al., 2017, p.43). A este respecto Buenadicha et al., (2017) en el documento sobre el que se reflexiona manifiestan que más que determinar aquello que se debe regular, resulta ser más interesante determinar a quién debe regularse. Para ello es menester distinguir a aquellos proveedores que funcionan como profesionales dentro de las plataformas digitales, de aquellos individuos que ofrecen sus servicios ocasionalmente; sin embargo, poder identificar esta situación es un proceso que aún no está normalizado adecuadamente y quienes lo están haciendo lo ejecutan de una manera no consiente; por tanto, la comisión europea ha definido y establecido tres mecanismos que conllevan a diferenciar entre aquella conducta profesional que está sujeta a requisitos especiales, de una que no es profesional, tales como la frecuencia de la actividad en la plataforma por parte del proveedor, el volumen de negocio generado y el ánimo de lucro en la actividad.

Así las cosas, la Ec en Colombia tiene un gran desafío respecto a la aplicación de normatividad que existe; toda vez que no es coherente con la realidad que vive el ámbito laboral del país, ni mucho menos se han presentado opciones necesarias que faciliten la comprensión de este fenómeno; puesto que con la regulación de hoy, es bastante difícil distinguir entre un trabajador independiente a un empleado que trabaje por cuenta de otro.

En suma, y con base a todo lo anterior, se sostiene que con la irrupción de la EC, mediante la cual se establecen relaciones de consumo bidireccionales mediante el intercambio y colaboración entre las partes, se ha establecido una forma de negocio a través de la cual cualquier persona tiene la posibilidad de acceder al mercado mediante las plataformas digitales. Algunos operadores son profesionales y otros son sólo personas que deciden en un momento dado ofrecer un bien o servicio. Esta modalidad, aunque ha sido bastante aceptada por los consumidores en Colombia, y especialmente por los nativos digitales, quienes son aquellos individuos de las últimas generaciones, está sujeta a que se cometan irregularidades, deslealtad, fraude e incumplimiento en las operaciones por parte de aquellos operadores no profesionales; por tal motivo es menester que se regulen todas aquellas actividades propias de la EC, a razón de aspectos importantes como el uso de espacio público, aspectos laborales, comerciales, y el tipo de contrato para las diferentes actividades de este modelo. Además, aun cuando en gran medida estas aplicaciones se nutren de la confianza y la reputación en el mercado, surge la necesidad por parte de los gobiernos de regular dichas formas de comercio, a raíz del desconocimiento que generalmente produce el internet. Por otro lado se concluye que todo este auge del modelo de consumo colaborativo se está convirtiendo en una cultura a nivel nacional e internacional.

Buenadicha et al., (2017) supone como gran reto de la regulación y evolución de la Ec a la Gestión del Cambio; pues ante que retrasar el cambio, es primordial instaurar mecanismos que conlleven a mitigar y disminuir el conflicto producto de la disrupción, con el propósito de diligenciar aquellos cambios relacionados con la mayor rapidez posible. Según Buenadicha et al., dichos mecanismos podrían contemplar 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).

Sin embargo, este tipo de mecanismos no han logrado ser aplicados. En Colombia, la Ec se encuentra en estado embrionario en cuanto a leyes se refiere, puesto que aún no posee un marco legal estructurado.

4. Conclusiones

A raíz de la globalización se está en constante avance tecnológico, en el cual la era digital permite que se crucen fronteras y que se establezcan relaciones con personas de todo el mundo, dichas herramientas tecnológicas están cambiando los tipos de negocios comunes por aquellos que se centran más en la satisfacción de las necesidades de los consumidores. A partir de la revolución industrial y el surgimiento del modelo económico colaborativo se ha generado una transformación en la forma de consumo de bienes y servicios, especialmente en sectores como el transporte y el alojamiento, lo cual ha impactado fuertemente al sistema económico tradicional. Este modelo se fortalece en la confianza como punto clave para su operación, a raíz de la información compartida de los usuarios, que sirve como evidencia de la efectividad de las actividades. Sin embargo, no se puede negar que los clientes están sujetos a desprotección por tratarse de sistemas informales que no están regulados; en comparación con los trabajos tradicionales que ofrecen todas las garantías; incluyendo prestaciones sociales.

En cuanto al origen e importancia de la Ec actual, cabe resaltar que con su nacimiento, concurren factores determinantes y sumamente relevantes, que han conllevado a una gran evolución de la misma; tales como (i) los factores sociales, los cuales impulsan a la economía colaborativa en beneficio de la sociedad; (ii) los factores económicos, los cuales buscan mejorar las condiciones económicas de las personas; (iii) el factor tecnológico, puesto que esas herramientas son un instrumento relevante para el proceder de la Ec; dado a que son el medio principal de comunicación entre las partes. En este orden de ideas, la Ec tiene dentro de sus características, aspectos que aportan de manera significativa al desarrollo y bienestar de las personas, como lo son los factores antes mencionados. Así pues, la Economía colaborativa genera nuevos retos para las actividades de los diferentes sectores en los que se efectúa; como lo es el transporte, el turismo, el sector financiero, etc. Adicionalmente, es de notar que este modelo busca cimentar confianza en la sociedad y ha logrado potencializarla a causa de la información suministrada en las plataformas digitales. Dicha confianza se potencializó luego de la crisis financiera de 2008; lo cual permitió una mayor evolución de dicho modelo, dado a que se convirtió en una opción para las personas desempleadas, quienes además tenían la posibilidad de trabajar por su cuenta.

Si bien es cierto, la Ec posee muchos aspectos positivos, sin embargo, existen gremios que se ven afectados con la operación de este sistema, como lo son los taxistas con el funcionamiento de aplicaciones como Uber por ejemplo, el hospedaje colaborativo, etc.; lo cual ha sido bastante criticado y caracterizado como formas de competencia desleal. Pero más allá de la afectación a estos gremios, la Ec ofrece aspectos atractivos y favorables para los consumidores, como lo es la agilidad en los productos y prestación de servicios, los precios bajos, el peer to peer que se basa en el intercambio entre particulares con un beneficio mutuo, etc. Y resulta además una fuente de ingreso para muchas personas.

Los problemas regulatorios de la Ec han sido evidentes, pues este modelo comprende un extenso campo de normas jurídicas, dentro de lo cual cabe destacar a la protección de los usuarios, las competencias laborales y las relaciones laborales al interior de las plataformas. En efecto, los sectores que más han sido afectados por la falta de regulación de este sistema han sido aquellos antes mencionados como el transporte, automotriz y alojamiento; por tal motivo, las empresas relacionadas se han visto en la obligación de tomar acciones basadas en estrategias de mercadeo y posicionamiento para sus marcas, productos y servicios.

Por otro lado, se puede decir que dado a que este modelo ha hecho aportes significativos a la economía del país y a que los consumidores la han aceptado de una manera incalculable, se ha reconocido que

la regulación de esta es esencial para el establecimiento empresarial. Si bien es cierto, ante la carencia de regularización del modelo en mención, y ante el impacto que este ha tenido en la sociedad, surge la necesidad de que el estado tome acciones y establezca políticas públicas relacionadas; uno de esos retos podría ser la Gestión del Cambio. No obstante, este modelo posee características particulares que suponen un reto para el establecimiento de normas, por tanto requieren ser analizadas por el estado y la administración pública.

En suma, la economía colaborativa repercute notoriamente en diferentes sectores económicos y sociales y al mismo tiempo transforma la manera en la que se ofrecen y se contratan los servicios; lo cual se efectúa a través de plataformas digitales, indicando que las nuevas tecnologías son determinantes y necesarias para el funcionamiento de este modelo de consumo colaborativo.

Por otro lado, es preciso anotar que el modelo al que se hace mención guarda amplia relación con los negocios internacionales, dado a que este se basa específicamente en el intercambio de bienes y servicios, los cuales se pueden efectuar sea a nivel nacional o internacional. Esta economía abre las puertas a los mercados internacionales; puesto que a través de las plataformas digitales y demás características propias de la economía colaborativa se facilita dicho intercambio.

5. Referencias

Durán S, A., Álvarez G, J., Derl Rio R, M. D., & Maldonado E, C. P. (2016). Economía Colaborativa: Análisis De La Producción Científica. *Revista de Gestao e Secretariado*, 7 (3), 1-20. Recuperado de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/viewFile/617/pdf>

Sanchez, A. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (88) 230-225. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17449696008.pdf>

Antón, A, A., & Bilbao, E, I. (2016). El Consumo Colaborativo En La Era Digital: Un Nuevo Reto Para La Fiscalidad. *Instituto de Estudios Fiscales*, (26) 1-39. Recuperado de https://www.ief.es/docs/destacados/publicaciones/documentos trabajo/2016_26.pdf

Boerger, (2016). Economía neoclásica. Recuperado de <https://www.exploring-economics.org/es/orientacion/economia-neoclasica/>

Escuela Europea de Management, (2018). Teoría del comportamiento del consumidor: conceptos básicos. Recuperado de <http://www.escuelamanagement.eu/gestion-estrategica/teoria-del-comportamiento-del-consumidor-conceptos-basicos>

Petit, P y Gregorio, J. (2013). La teoría económica del desarrollo desde Keynes hasta el nuevo modelo neoclásico del crecimiento económico. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 19 (1)123-142. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/364/36428605012.pdf>

Salinas L, N. M. (2016). *La Economía Colaborativa: Factores desencadenantes y comparación con la economía de mercado* (Tesis de Pregrado). Recuperado el 12 de abril de 2019, de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5788/tfg-sal-eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Botsman, R., y Roger, R. (2010a). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Collins

Buenadicha, Cañigüeral y De León, (2017). Retos y Posibilidades de la Economía Colaborativa en América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*. 1-61. Recuperado el 20 de mayo de 2019, de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Retos-y-posibilidades-de-la-econom%C3%ADa-colaborativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>.

Cañigüeral, (2014). Consumo Colaborativo. *Leaners Magazine* (5) 18-22. Recuperado de <http://www.leanersmagazine.com/docs/publicaciones/05-sharing-value/consumo-colaborativo.pdf>

Cavelier, (2019). Ensayos y Doctrinas, Regulación de la Economía Colaborativa. *Revista de la Academia Colombiana de Jurisprudencia* 369, (1)-330. Recuperado de http://www.acj.org.co/images/Revista/Revista_369_2019.pdf#page=168

Ferrer & Mudén (2019). Un futuro para la economía colaborativa y los nuevos modelos de negocio en las plataformas digitales. *Cuadernos Económicos De Ice* (97), 155-185. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Maudes/publication/333138337_Un_futuro_para_la_economia_colaborativa_y_los_nuevos_modelos_de_negocio_en_las_plataformas_digitales/links/5cf964e4299bf13a384322a4/Un-futuro-para-la-economia-colaborativa-y-los-nuevos-modelos-de-negocio-en-las-plataformas-digitales.pdf

Gansky, L. (2010), *The mesh: Why the future of business is sharing*, Londres, Portfolio Trade. Recuperado de <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf>

García. (2018). *Junta de Anda Lucía*. Recuperado el 20 de mayo de 2019, de http://www.juntadeandalucia.es/defensacompetencia/sites/all/themes/competencia/files/ADCA_Trabajo%20Investigaci%C3%B3n_RETOS%20ECONOMIA%20COLABORATIVA.pdf
<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5788/tfg-sal-eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Méndez, P, M, T y Castaño, M, M, S. (2016). Claves De La Economía Colaborativa Y Políticas Públicas, *Mincotur*, (402) 11-17. Recuperado de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/402/MT%20MENDEZ%20y%20MS%20CASTA%C3%91O.pdf>

Moral, E, L y Fernández, G, M (2015). ¿Ha llegado para quedarse? Economía colaborativa, Ciudad Y Universidades Andaluzas. *Taraceas*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Lucia_Del_Moral_Espin/publication/273316405_Universidad_y_Economia_Colaborativa_Ha_llegado_para_quedarse/links/54fdb3e10cf20700c5ec0b85/Universidad-y-Economia-Colaborativa-Ha-llegado-para-quedarse.pdf

Moreno, Rodríguez & Such, (2016). Turismo colaborativo: ¿Está AirBnB transformando el sector del alojamiento? *En Portada*, 107-119. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73628/1/2016_Moreno-Izquierdo_etal_Economistas.pdf

Navio, J., Santella, J., Portilla, J. A., & Martín, J. (2016). *Informe sobre Economía Colaborativa*. Colegio oficial ingenieros de telecomunicación. Recuperado el 13 de Abril de 2019, de https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf

- Ortiz, C, A. (2016). El Impacto De La Economía Colaborativa En Sector Transporte De Pasajeros En Colombia. *Universidad Militar Nueva Granada*. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15529/Ortizcastroanayanira.pdf.pdf;jsessionid=6EA445D05EEEC6494C3DEB05BD87EB93?sequence=3>
- Petropoulos, (2017). *An economic review of the collaborative economy*. 5. Bruegel. Recuperado de: <http://bit.ly/2wJP4hu>
- Quintero Ramírez, M. I. (2018). Economías colaborativas, nuevas tendencias de consumo y retos para Latinoamérica y Colombia. *Revista Campos en Ciencias Sociales*, 6(2) 95-118. Doi: 10.15332/s2339-3688.2018.0002.03
- Rodríguez, A., Rubio y Celemín, (2016). La economía colaborativa, Una aproximación al turismo colaborativo en España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (88) 258-283. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696009.pdf>
- Stors, N. y Kagermeier, A. (2015), «Share Economy in Metropolitan Tourism. The role of authenticity-seeking», en Tózsá I. y Zátori A. (ed.) *Metropolitan Tourism Experience Development, Budapest, Hungría: Regional Studies Association, 90-104*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/308472513_The_sharing_economy_and_its_role_in_metropolitan_tourism
- Super Intendencia de Industria y Comercio, (2018). *Regularización y Competencia en Economías Colaborativa*. Recuperado de https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion_Competencia/Estudios_Economicos/Documentos_elaborados_Grupo_Estudios_Economicos/Economias_Colaborativas_GEE_final.pdf
- TUSSYADIAH, I.P. & PESONEN, J. (2015). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, doi: 10.1177/0047287515608505
- Vázquez, T. (2017). Economía Colaborativa Y El Transporte De Personas. *Revista Jurídica Ciriec*, (31) 1-31. Recuperado de <http://ciriec-revistajuridica.es/wp-content/uploads/comen31-11.pdf>
- Sánchez L., Avendaño, S., Coronel y Castellanos L. (2016). Uber: ¿un negocio innovador desregularizado o vulnerador de la libre competencia?. *Justicia y Derecho*, (2) 7-39. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2748888
- Heffes. (2013). Economía neoclásica: veridicción y justicia en el mercado. *Lex Humana*, 5 (2) 111-129. Recuperado de <http://seer.ucp.br/seer/index.php/LexHumana/article/view/396/265>
- Martínez, (1987). Teoría y Conceptos de la Innovación Tecnológica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. 3 (1) 7-15. Recuperado de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/938>
- Salas, (2019). *Análisis comparativo entre la regulación nacional y la regulación española acerca de la responsabilidad de las plataformas electrónicas de financiamiento colaborativo*. (Tesis de Poest Grado). Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/45655/Documento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stors, N. y Kagermeier, A. (2015). Share Economy in Metropolitan Tourism. The role of authenticity-seeking», en Tózsá I. y Zátori A. (ed.) *Metropolitan Tourism Experience Development, Budapest, Hungría. Regional Studies Association, 90-104*. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/308472513_The_sharing_economy_and_its_role_in_metropolitan_tourism

- Corrales, (2018). ¿Hay cama para tanta gente?: un análisis sobre la regulación De airbnb en colombia. *Pontificia Universidad Javeriana*. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/36479/CorralesAlcinaMarthaPatricia2018..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yanitza, (2019). La economía colaborativa en Colombia: una nueva vía de informalidad en las relaciones laborales. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 9 (3) 154-171. doi: 10.5102/rbpp.v9i3.6137.
- Sastre, J m e Inglada, E, (2018). La economía colaborativa: un nuevo modelo económico. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94,219-250. doi:10.7203/CIRIEC-E.94.12109
- Domínguez M José, (2017). La economía colaborativa: la sociedad ante un nuevo paradigma económico. *Extoikos*. (19) 3-17. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6108211>
- Bulchand J y Melian S, (2018). *La Revolución de la Economía Colaborativa*. LID Editorial. Mdríd, Barcelona, Bogotá, México Df, Monterrey, Buenos Aires, Londres Nueva York, San Francisco, Shanghai. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rdRLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=antecedentes+de+la+econom%C3%ADa+colaborativa&ots=yu2MwtaVBs&sig=U42FgdrJNLPN8-bCMTTrS7FtFjPQ#v=onepage&q=antecedentes%20de%20la%20econom%C3%ADa%20colaborativa&f=false>
- Ruiz, 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*, (70) 368-397. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/28421/1/Estudios-Europeos-2017-70-Econom%C3%ADa-colaborativa-y-supuestos-de-competencia-desleal...%28368-397%29.pdf>