

Tirada: 29.227	elEconomista.es	Superficie: 81 cm²
Difusión: 18.602		
(O.J.D)	Nacional	Diaria
Audiencia: 65.107	Economía	Valor: 8.213,16 €
Ref: 5791639	2ª Edición	17/12/2014
		Página: 12



Empresas & Finanzas

El 'fenómeno Uber' se extiende a decenas de sectores, cambiando las reglas del juego

La 'economía colaborativa' crece en 2014 de forma global para convertirse en una tendencia de masas

Carlos Bueno MADRID.

¿Cuánto tiempo uso mi coche al día? ¿Podría sacarle partido a la plaza de aparcamiento de casa mientras estoy en el trabajo? ¿Cuántos meses se tira muerto de risa el apartamento de la playa? Cada una de estas preguntas pasó en algún momento por la mente de un emprendedor ocasional. Y, en la actualidad, sus respuestas se concretan en proyectos de economía colaborativa perfectamente consolidados como Uber, Wesmartpark, Airbnb... El fenómeno, conocido como *uberización*, ni conoce límites ni es una moda pasajera. La economía colaborativa, que tiene su raíz en las posibilidades que ofrece Internet y en las nuevas tecnologías -quizá también parte de culpa la tenga la crisis-, está cada vez más fuerte. A raíz de las medidas cautelares tomadas por un juzgado de Madrid contra Uber en España, *elEconomista* Tecnología ha querido fomentar un debate entre economistas, sociólogos y empresarios sobre el tema. Todos los expertos consultados, con independencia de su posición, reconocen que este fenómeno ha llegado para quedarse entre nosotros.

Los tribunales ya han metido mano en el asunto, como es el caso de Uber, ahora prohibido en España para alegría del colectivo profesional del taxi. Al margen de las aristas legales del sistema, la economía colaborativa parece que tiene todo el cielo para crecer.

Desde que existe el capitalismo, se nos invita a que cada ciudadano tenga un bien para su uso privado: una casa, un coche, una moto, una bici... Sin embargo, desde su aparición, Internet nos permite de forma muy flexible y rápida entrar en contacto con otros consumidores dispuestos a cedernos esos bienes una parte del tiempo que pasan en barbecho. Esto significa que nos saltamos a los intermediarios, y como es lógico, muchos sectores se echan a temblar.

"En la economía convencional encontramos una curva típica de oferta y demanda: existen proveedores que ofrecen unos productos y unos servicios y una demanda que los requiere y que paga por ellos. Esa norma básica delimita los equilibrios del mercado", explica Enrique Dans, profesor de Sistemas y Tecnologías de la Información de IE Business School. "La economía colaborativa permite que se puedan ofrecer unos productos y servicios que no estaban antes en el mercado. Para llevar a alguien de



ISTOCK

contacto, de mantener esas relaciones personales... Lo que quizás muchos no se esperaban era que pasáramos de compartir en las redes sociales cosas intangibles -como una frase, una emoción, un momento, una idea, una canción o una fotografía- a cosas materiales como la casa, el coche... En ese proceso, podríamos hablar incluso de un eslabón intermedio: los bancos del tiempo. Estos nos permiten canjear destrezas con los demás -yo te ayudo a colgar unos cuadros y otro me ayuda a hacer la declaración de la renta o me enseña a tocar el saxofón, por poner simples ejemplos-. Hasta ahora, todas esas relaciones estaban basadas en la confianza. Sin embargo, no nos engañemos: hay mucho más que ese *buenrollismo* cuando no se trata solo de compartir, sino de sacarle un beneficio económico

"Si hace años nos dicen del interés por alojarse en casa de desconocidos, no lo hubiéramos creído"

a esos bienes infrutilizados. "La confianza es clave en las transacciones económicas", explica José Antonio Ruiz San Román, profesor de Sociología de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid. "En la economía colaborativa, esa confianza es mucho más importante", añade.

Garicano, de la London School, echa la vista a atrás: "Si nos hubieran dicho hace diez años que íbamos a viajar al extranjero unos días y nos íbamos a quedar en casa de unos desconocidos, hubiéramos dicho: ¡qué horror!". Pero hoy todo es distinto. Y las nuevas plataformas velan por que la confianza no sea la única bandera o garantía.

¿Qué pasa en la economía colaborativa? ¿Quién garantiza a homólogo ese producto o servicio? Pues los propios usuarios. Están sometidos a lo que se conoce como el *peer review system*. Es muy sencillo: después de cada uso, el cliente introduce una valoración en la aplicación y eso permite a los gestores de la plataforma ir haciendo la criba necesaria.

un sitio a otro hasta ahora hacía falta que alguien concediera una licencia carísima, homologar el vehículo, equiparlo... De repente, Internet favorece que personas puedan ponerse de acuerdo para moverse de un sitio a otro. Todo aquel que tiene un coche se convierte de la noche a la mañana en oferta disponible", añade Dans.

Luis Garicano, profesor de la London School of Economics, añade otro punto de vista: "Si pensamos en un coche y en lo que cuesta y en que se utiliza media hora al día... es para pensárselo. Lo que ha sucedido es que siempre ha existido una serie de problemas informacionales que impedían que estos coches -y otros bienes como las casas...- se pudieran compartir. Ahora, Internet resuelve todos esos problemas informacionales".

No cabe duda de que Internet ha cambiado nuestra manera de relacionarnos con los demás, introduciendo nuevas formas de estar en



REVISTA GRATUITA DE TECNOLOGÍA.

A partir de hoy se puede descargar de forma gratuita la revista digital *elEconomista* Tecnología, cuyo reportaje de portada trata sobre el fenómeno de la economía colaborativa y el *crowdfunding*. La publicación está disponible en www.eleconomista.es/kiosco/tecnologia o a través del código *bidí* de la derecha.



Para leer más www.eleconomista.es/kiosco/

