



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)


La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)
Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de: 

Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:

 **Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciente (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).

 **No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Economía Colaborativa:
¿Crecimiento Económico o Cortina de Humo para Ganancia de Grandes
Multinacionales?

Cesar Augusto Amaya Barrero

Carlos Alberto Cano Parra

Universidad Católica de Colombia

Facultad de Ciencias Economicas y Administrativas

Especialización en Administración Financiera

Bogotá

25 de Mayo de 2020

UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia

Nota

Sintesis Aplicada, Profesor: Wilson Andres Paz Ortega, Especialización en Administración Financiera, Universidad Católica de Colombia.

La correspondencia relacionada con Este documento deberá ser enviada a

cacano78@ucatolica.edu.co y caamaya82@ucatolica.edu.co

RESUMEN

El presente artículo se basa en analizar los cambios generados con el pasar de los años y el incremento por parte de la población en el uso de nuevas tecnologías, conllevando a la creación e implementación de nuevas estrategias de comercio, dando un giro en la economía tradicional, lo que implica que el consumidor final tenga acceso al producto o servicio de una manera rápida, confiable y económica, sin tener que desplazarse de su lugar de residencia o trabajo, ahorrando tiempo y dinero, por ese motivo se dará enfoque a lo que se conoce como economía colaborativa.

Palabras clave: tecnología, economía, comercio, bienes y servicios.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia

INTRODUCCIÓN

La globalización y el continuo avance de la tecnología, han llevado a la sociedad a evolucionar en la mayoría de los aspectos de su cotidianidad; hasta hace unas décadas era impensable contar con un teléfono móvil que permitiera la comunicación desde cualquier lugar, hoy en día los smartphones son dispositivos que no solo responden a la necesidad fundamental de comunicación telefónica entre dos individuos, sino que son dispositivos que permiten al usuario una completa interacción con su entorno familiar, laboral, profesional y comercial, sin mayores dificultades, convirtiéndose incluso en una herramienta de trabajo clave para el desarrollo de la economía del siglo XXI.

La economía ha sido definida como la ciencia que estudia el comportamiento humano como una relación entre fines y medios escasos que tiene usos alternativos. (Schettino, 2003) y es este comportamiento el que ha venido cambiando y abriendo el camino hacia una nueva revolución que integra los métodos de producción, las tecnologías y la comunicación, siendo esta simbiosis la que permite el nacimiento de las economías colaborativas como parte de las nuevas industrias 4.0. (Garrell, 2019).

Son muchos los autores que hablan acerca de lo que es la economía colaborativa, Algar en 2007 se refirió al consumo colaborativo en un artículo publicado en el Leisure Report, más adelante Rachel Botsman en su libro “What’s mine is yours: the rise of collaborative consumption” también expuso su opinión frente al tema; sin embargo, para entender mejor el asunto, usaremos el concepto de Benita Matofska, fundadora de Compare

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

and Share quien la define como un ecosistema socio económico construido alrededor de compartir recursos humanos, físicos e intelectuales, lo que incluye la creación, producción, distribución, comercio y consumo compartido de bienes y servicios por diferentes personas y organizaciones a través de la tecnología peer to peer (P2P) y referido más al acceso y uso de recursos y activos físicos y humanos, antes que el hecho de que no haya intercambio monetario. (Matofska, 2015).

Partiendo de la anterior definición ¿Puede considerarse que la economía colaborativa promueve y facilita el crecimiento económico o son solo multinacionales que basadas en el uso de plataformas tecnológicas buscan su propio beneficio?

A lo largo del ensayo presentaremos nuestra posición argumentada con los conceptos de autores expertos en el tema y desde la percepción real recogida en testimonios de usuarios, socios conductores y repartidores de estas plataformas.

**ECONOMIA COLABORATIVA:
¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO PARA GANANCIA DE
GRANDES MULTINACIONALES?**

En el año 2013 ingresó la plataforma Uber a Colombia, a partir de ese momento y hasta la fecha ha generado un impacto innegable en la sociedad y economía del país; con adeptos y detractores para el año 2018 este modelo de “movilidad compartida”, ya contaba con alrededor de 86 mil socios conductores, según lo manifestado por Humberto Pacheco, entonces gerente general de Uber para la Región Andina, América Central y del Caribe. (Patiño, 2018).

Rappi por su parte nace como un emprendimiento en el año 2015 y ya para 2018 se acercaba a los 20 mil repartidores facturando alrededor de 77 mil millones de pesos; tanto Uber como Rappi son empresas multinacionales que basan su operación en el uso de la tecnología y el concepto de “compartir y obtener ingresos extra”; no obstante, en numerosas ocasiones al analizar con más detalle la realidad que enfrentan los socios conductores y repartidores, esta afirmación queda en entredicho, al igual que el hecho de poderse considerar como economía colaborativa.

Un principio necesario que debe cumplir toda actividad del campo de la economía colaborativa es que el recurso que se utilice para ofrecer el servicio esté temporalmente en desuso. (Gil, 2018).

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

Para el caso Uber y Rappi empezamos con el bien ocioso, se esperaría que los medios de transporte usado (automóvil, motocicleta, bicicleta) para desarrollar la actividad fuesen propiedad del socio conductor, quizás de índole familiares, pero en condición de subutilización; no obstante, aunque en muchos casos es así, es evidente el creciente número de vehículos que son ingresados a las plataformas a modo de inversión, lo que de entrada desvirtúa la idea de aprovechar un bien ocioso; y por el contrario, se trata de bienes adquiridos con el objetivo de producir valor, incluso es de público conocimiento que muchos de estos bienes son arrendados a quien desarrolla la actividad, y algunos de estos arrendadores tienen más de un bien operando bajo esta modalidad.

En cuanto a los conductores y/o repartidores en quienes recae la ejecución de la actividad y que son actores principales en este tipo de economías, a las cuales ingresan con el propósito de mejorar sus condiciones socio económicas o en la búsqueda de una forma digna y responsable de obtener un sustento con los recursos que tienen a su disposición, se observa que son quienes en últimas resultan menos favorecidos, mientras que los dueños de las aplicaciones incrementan exponencialmente sus ganancias día a día.

Para el caso concreto de Uber, actualmente, esta plataforma retiene entre el 35 y 40% de cada servicio prestado, y el valor restante percibido por el conductor debe distribuirse entre los costos de operación, tales como combustible, mantenimiento, seguros, alimentación y en muchos casos el arriendo del vehículo, dejando un porcentaje cada vez menor de ganancia.

A esto se suma, que con el auge de este tipo de plataformas, la competencia entre ellas se ha enfocado en ofrecer tarifas atractivas al usuario sin considerar el impacto en los

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

costos de la operación, ni las graves implicaciones para la salud y seguridad de quien desarrolla la actividad y que curiosamente es conocido como “socio conductor”

De otra parte, no menos importante están los usuarios quienes además de generar la demanda y referir la plataforma a su círculo de contacto cercano como una publicidad voz a voz gratuita para la empresa, actúan como evaluadores de la calidad del servicio, calificando su percepción acerca de la movilidad, como un todo que incluye entre otros: calidad del vehículo, desempeño, oportunidad del conductor e incluso tarifa cobrada.

Otra característica esencial de las economías colaborativas es que se trata de relaciones mutuamente beneficiosas para las partes, en contraste con ello, se observa que aunque el crecimiento de las plataformas es cada vez más rápido y sus utilidades se multiplican de forma exponencial, las ganancias para los conductores van en descenso y el esfuerzo físico y psicológico que requieren para alcanzar un punto de equilibrio es cada vez mayor, poniendo en riesgo no solo su bienestar sino también el del usuario que accede a este servicio de “movilidad compartida”.

Esto se debe a que la relación oferta – demanda no crece de forma paralela, sino que factores como el desempleo han hecho que el número de conductores se incremente rápidamente, mientras que la demanda generalmente mantiene un crecimiento sostenido pero en menor proporción, asegurándose los ingresos de la plataforma, la prestación del servicio al usuario, pero para el conductor o repartidos representa una disminución en la probabilidad de alcanzar el número de servicios necesarios para ser sostenibles.

El modelo de negocios ha sido exitoso debido a una combinación de diferentes elementos, como factores geográficos (altos niveles de urbanización y demanda creciente

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

de un transporte eficiente); características regionales del transporte público y condiciones del mercado laboral, caracterizada por los altos niveles de informalidad. (Azuara, González, & Keller, 2019)

El gobierno también juega un papel importante en el desarrollo de las economías colaborativas, y en Colombia ha sido el desconocimiento o la falta de regulación para los nuevos modelos de negocio que surgen con base en las tecnologías, lo que además de generar malestar en diferentes segmentos de la sociedad, retrasa el desarrollo, toda vez que no proporciona reglas claras y acordes a cada actividad, que consideren las necesidades y responsabilidades de cada uno de los actores del sistema.

Esto trae como consecuencia un mayor lucro por parte de las plataformas quienes aprovechan los vacíos legales y zonas grises en la regulación, tales como la falta de reconocimiento de la seguridad social de los conductores, seguros para la prestación del servicio y carga impositiva, para continuar creciendo de forma unilateral y sin mayores restricciones.

No obstante las dificultades mencionadas, y los casos analizados, es una realidad que la economía colaborativa ha sido una gran ayuda frente a la calamidad de salud pública que se vive a nivel mundial, haciendo referencia a la pandemia desatada en noviembre de 2019 en Wuhan conocida como COVID-19, la cual desde el momento en que apareció generó una gran incertidumbre y que cambió de forma drástica los hábitos de consumo y adquisición de bienes y servicios por parte de las personas.

Es en estos momentos donde ante la inminente recesión que enfrenta el país, los ciudadanos han tenido que migrar a diferentes versiones de la economía colaborativa,

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

ofreciendo aquellos productos, bienes o servicios en desuso a través de la tecnología, como medida para mitigar la disminución de sus ingresos por tiempo indefinido.

En contraste con ello, plataformas como Rappi, Uber Eats han repuntado sus ventas, puesto que desde el momento en que se decretó el aislamiento preventivo por parte de los gobiernos, se convirtieron en la opción más usada para la compra de alimentos y artículos de primera necesidad, sin que ello signifique un aporte de tipo “colaborativo” solo de disponibilidad, ya que incluso las tarifas de los servicios han aumentado en cerca del 70% debido al incremento de la demanda.

En este punto de la investigación frente a la economía colaborativa se puede evidenciar que las personas han tenido que ser resilientes, puesto que se han tenido que acoplar a los cambios que ha traído consigo el brote de Covid-19 a nivel mundial y reinventarse frente a la forma de adquirir sus artículos de primera necesidad.

Según la OECD los nuevos modelos de negocio y las aplicaciones digitales están cambiando el funcionamiento de la ciencia, los gobiernos, las ciudades y sectores como la salud y la agricultura. (OECD, 2018); generando en algunas ocasiones inconvenientes al momento de hacer uso de las mismas por personas mayores o de la tercera edad, personas del sector rural, a quienes se les hace más difícil o imposible adaptarse a este tipo de nuevos retos que generan las TIC'S no solo a nivel Colombia si no a nivel global.

Colombia ha introducido políticas encaminadas a fomentar una serie de empresas TIC con distintos niveles de sofisticación y facilitar la adopción de sus innovaciones. No obstante, las ayudas de las que disponen las empresas son complejas y se encuentran repartidas en diferentes programas cuyos objetivos se solapan. (OCDE, 2019)

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

Viéndolo desde el punto de vista de innovación dentro del país y de acuerdo a lo citado anteriormente, el gobierno nacional busca facilitar la creación de empresas dedicadas a la comercialización de bienes y servicios propios por medio de plataformas digitales propias o plataformas que brindan sus servicios de intermediarios en la comercialización de bienes y/o servicios, a cambio de beneficio económico, empresas como las que se mencionaron anteriormente Rappi y Uber Eats son un ejemplo para Colombia en la distribución de productos de primera necesidad.

CONCLUSIONES

De lo anterior se puede concluir que la economía colaborativa a pesar de las diferentes dificultades a las que se ha tenido que enfrentar en Colombia, por la falta de regulación frente a este tipo de empresas, han tenido una gran acogida por el público en general, porque les ha brindado la posibilidad de realizar muchas de sus actividades de adquisición por medios tecnológicos, sin presentar necesidad de desplazamiento a tiendas, restaurantes, entidades bancarias, que se encuentran en convenios o aliadas a plataformas digitales.

Colombia es un país en proceso de desarrollo y se encuentra en la ampliación y mejora continua frente a las Tics, ha brindado la posibilidad de que por medio de estas empresas se generen ingresos, los cuales a pesar de sus falencias en cuanto a la parte prestacional ha ayudado a que personas que carecían de una forma digna de obtener su sustento diario, puedan optar por este tipo de actividades.

El uso de las diferentes plataformas tecnológicas frente a la pandemia ha sido un alivio para muchos sectores de la economía que han incursionado en este tipo de negocio,

ECONOMIA COLABORATIVA ¿CRECIMIENTO ECONÓMICO O CORTINA DE HUMO?

logrando por medio de ellas comercializar libremente sus artículos, lo cual ha generado que las empresas no tengan una disminución tan drástica en sus ingresos como se esperaba al inicio de los aislamientos preventivos estipulados por el gobierno nacional, de igual manera ha ayudado en la protección de muchos empleos que se veían amenazados con la decisión del cierre preventivo de los comercios presenciales.

Aún así, con la sustentación anterior, es evidente en gran porcentaje, que estas plataformas no pertenecen a economía colaborativa, debido a que estas multinacionales han buscado fortalecer su beneficio económico propio desde el inicio sin importar los demás participantes de la economía.

Lo anterior obedece al evidente valor de cada una de las empresas mencionadas, las cuales llegan a costar miles de millones de dólares, pero el crecimiento de sus colaboradores es mínimo y en algunos casos inexistente, no existe el beneficio mutuo que es esencial para que pertenezcan a la economía colaborativa

Estas multinacionales más que economía colaborativa, pertenecen a una economía que surge en este momento y la cual algunos autores nombran economía de plataforma.

Referencias

Algar, R. (2007). Collaborative Consumption. *Leisure Report*.

Azuara, O., González, S., & Keller, L. (2019). *¿Quiénes son los conductores que utilizan las plataformas de transporte en América Latina?* Nota Técnica del Banco Interamericano de Desarrollo, División de Mercados Laborales; 1779.

Gil, J. (2018). ¿Qué son las economías colaborativas? *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 49-62.

Matofska, B. (2015). *What we know about the Global Sharing Economy Report*. Compare and Share.

OCDE, E. d. (OCTUBRE de 2019). *www.oecd.org*. Obtenido de www.oecd.org: <https://www.oecd.org/going-digital/going-digital-en-colombia-resumen-ejecutivo.pdf>

OECD. (6 de Junio de 2018). <https://www.oecd-ilibrary.org/>. Obtenido de <https://www.oecd-ilibrary.org/>: <https://www.oecd.org/publications/perspectivas-de-la-ocde-sobre-la-economia-digital-2017-9789264302211-es.htm>

Patiño, L. (16 de marzo de 2018). 'Estamos abiertos a regulación': Uber. *El Tiempo*.

Torrent Sellens, J. (2019). ¿Economía colaborativa o economía de plataforma? más allá de un debate inacabable. *Harvard Deusto Business Review*, (289) 58-69.



La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia