

Área científica: Dirección Estratégica

ECONOMÍA DIGITAL, CONSUMO COLABORATIVO Y MODELOS DE NEGOCIO. ESTUDIO EXPLORATORIO EN EUROPA.

Ana Rosa del-Águila Obra. Correo electrónico: anarosa@uma.es. Universidad de Málaga

Antonio Padilla-Meléndez. Correo electrónico: apm@uma.es. Universidad de Málaga

RESUMEN

En las últimas décadas se ha desarrollado la economía digital y, más recientemente, la economía colaborativa. En este trabajo se describe, basándose en la literatura, la evolución de la economía digital en los últimos años y el reciente desarrollo de la economía colaborativa, aportando un análisis exploratorio de algunos casos relevantes (*Airbnb*, *Amovens*, *Crosslend*, *Jobmapp*, *Koiki*, *Suop* y *Glovo*). Además, a partir del análisis de los últimos datos estadísticos disponibles a nivel europeo, se describe la situación por países, planteando las diferencias. Como conclusiones, la economía digital está generando amenazas y oportunidades para las empresas, siendo el consumo colaborativo un fenómeno aún incipiente y desigual en Europa. Además, los modelos de negocio de la economía colaborativa en Europa se caracterizan por desarrollar un emprendimiento colaborativo, en ocasiones de carácter social, están centrados en el sector servicios, y se centran en la identificación de una ineficiencia en la relación proveedor-cliente.

PALABRAS CLAVE: economía digital, consumo colaborativo, modelos de negocio.

ABSTRACT

In the last decades the digital economy has developed and, more recently, the collaborative economy. Based on the literature, in this paper it is described the evolution of the digital economy and the recent development of the collaborative economy, providing an exploratory analysis of some relevant cases (*Airbnb*, *Amovens*, *Crosslend*, *Jobmapp*, *Koiki*, *Suop*, and *Glovo*). In addition, based on the analysis of the latest statistical data available at European level, the country situation is described, raising the differences. As conclusions, the digital economy is generating threats and opportunities for companies, with collaborative consumption being a still incipient and unequal phenomenon in Europe. In addition, the business models of the collaborative economy in Europe are characterized by developing a collaborative enterprise, sometimes of a social nature, are concentrated on the services sector, and focus on identifying an inefficiency in the supplier-client relationship.

KEY WORDS: digital economy, collaborative consumption, business models.

Comunicación presentada en el Congreso XXVII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica "Localización y dinámicas competitivas en un entorno global". Benidorm. 2-3 Febrero de 2017.

Esta comunicación ha recibido financiación de la Universidad de Málaga. Campus de Excelencia Internacional Andalucía Tech.