

## Economía Digital

# Tecnología y confianza: cómo la economía colaborativa está cambiando el comportamiento de los consumidores

Anthony Quinones / Amanda Augustine

- **La economía colaborativa ha pasado a ser una corriente dominante a medida que la tecnología ha permitido a las personas superar la brecha de confianza**
- **La colaboración en transporte y alojamiento son las áreas más maduras, pero otros sectores crecen con rapidez**
- **El sector bancario debe aprender y adaptarse al comportamiento cambiante de los consumidores**

## Introducción

La economía colaborativa ha crecido enormemente en los últimos años y ya no se limita a los pioneros, sino que empieza a convertirse en una característica cotidiana de la sociedad moderna. En la actualidad, el 44% de los consumidores de Estados Unidos están familiarizados con la economía colaborativa y el 19% de los consumidores han participado en alguna transacción de economía colaborativa, y las cifras siguen creciendo.<sup>1</sup> El modelo se caracteriza normalmente por una transacción entre dos partes que les permite compartir el uso de un activo o de un servicio de modo que se genere un beneficio mutuo. La diferencia entre la economía colaborativa y la economía de alquiler tradicional es que en esta última está involucrada una empresa que es propietaria de un activo que se alquila. En la versión moderna de la economía colaborativa, una aplicación o un servicio conecta al propietario de un activo que se utiliza por debajo de su capacidad con alguien al que le gustaría utilizarlo. La base de la economía colaborativa siempre ha existido, pues los propietarios de activos infrautilizados como un vehículo, una herramienta motorizada o una habitación vacía buscaban a aquellos que deseaban el uso temporal de dichos activos en su comunidad a través de anuncios o de boletines informativos. Lo que ha cambiado es la aparición de plataformas de *software* móviles que permiten a estas dos partes reunirse fácilmente cuando quieran y desde donde quieran. Esta importante reducción de la búsqueda y de las fricciones de las transacciones, así como la flexibilidad para llevar a cabo una negociación en cualquier momento y lugar a través de un teléfono inteligente, ha propiciado que la economía colaborativa entre en la vida cotidiana de muchas personas, cambiando los patrones de comportamiento de los consumidores. La economía colaborativa moderna permite a los participantes tener una experiencia única que va más allá de las transacciones comerciales tradicionales. Este modelo es un buen ejemplo de los ideales de la generación del milenio de romper con la forma tradicional de hacer las cosas, de ser flexible y de aprovechar las ventajas de la tecnología móvil y digital. Por consiguiente, merece la pena entender el impacto de este nuevo modelo y sus repercusiones en el sector de la banca.

## Panorama general y crecimiento del sector

El sector colaborativo en su conjunto obtuvo un total de ingresos estimado de 15 mil millones de dólares (mmd) el año pasado, y se prevé que seguirá creciendo a un ritmo exponencial.<sup>2</sup> Uber y Airbnb son las dos empresas más destacadas de la economía colaborativa, y representan las áreas más desarrolladas de este movimiento: el transporte

<sup>1</sup> Fuente: PWC

<sup>2</sup> Fuente: PWC

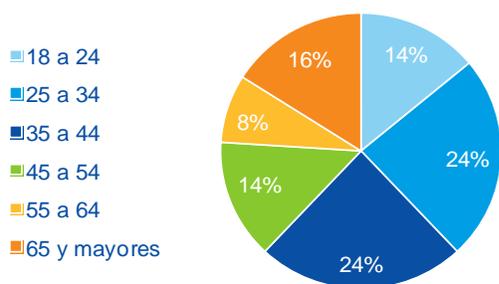
y el alojamiento colaborativos. Estos sectores han crecido rápidamente y se han desarrollado tanto que ahora son una amenaza para los modelos de negocio tradicionales de los sectores del taxi y la hotelería.

Por ejemplo, siete años después de su fundación, Airbnb se ha expandido en más de 190 países y 34 mil ciudades, con un catálogo de más de 1.5 millones de registros.<sup>3</sup> Este año esperan incrementar sus reservas a más de 80 millones, en comparación con 37 millones en 2014. La impresionante evolución de Airbnb en esta métrica se está acercando a las del líder del sector, InterContinental Hotels Group, con 177 millones de reservas y a la del sitio web de Expedia, que tuvo 150 millones de reservas de hoteles el año pasado. De modo similar, Uber le ha quitado 55% del mercado de los recorridos pagados a los taxis en el mercado de viajes de negocios de EEUU.<sup>4</sup> Además, las aplicaciones para compartir viajes han tenido éxito no solo en quitar cuota de mercado a los taxis, sino también en incrementar la demanda general de viajes.<sup>5</sup>

Sin embargo, la economía colaborativa no existe únicamente en los sectores del transporte y el alojamiento, hay otras muchas áreas que se muestran prometedoras, como las aplicaciones colaborativas para bienes del hogar, que establecen una red local de usuarios que desean compartir sus herramientas infrautilizadas, como un martillo o una escalera, por un precio. Otras plataformas conectan a personas que pueden hacer diversas tareas domésticas y están dispuestas a hacerlas con aquellos que carecen de tiempo o de habilidades para realizar dichas tareas por sí mismos.

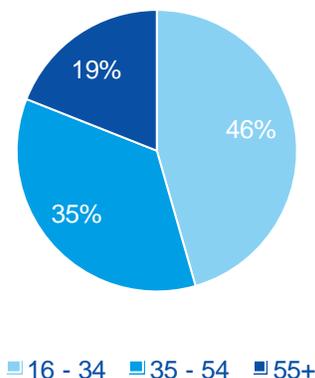
Una de las razones por las que estas empresas han podido crecer con tanta rapidez es que su modelo de negocio, que se basa en el uso de *software* especializado, les permite ampliarse, obtener reconocimiento y generar fuertes efectos de red sin tener que invertir en activos subyacentes costosos, como coches o edificios. Además, estas empresas se centran en la experiencia exclusiva de la transacción, en vez de centrarse únicamente en el precio. Sus principios, en lo que se refiere al diseño de la experiencia transaccional, hacen hincapié en la flexibilidad, en la facilidad de uso y en la transparencia, lo que les ha permitido seguir creciendo incluso cuando la economía ha mejorado y los consumidores pueden permitirse opciones más tradicionales.

Gráfica 1  
**Proveedores en EEUU que participan en la economía colaborativa por edad**



Fuente: PWC

Gráfica 2  
**Usuarios en EEUU que participan en la economía colaborativa por edad**



Fuente: Havas

<sup>3</sup> Fuente: Reuters

<sup>4</sup> Fuente: Certify

<sup>5</sup> Fuente: Portland Bureau of Transportation

La capacidad del *software* y la tecnología móvil para integrar la economía colaborativa a la perfección en la vida de las personas ha permitido al sector crecer rápidamente y conseguir un uso generalizado. Con la tecnología de los teléfonos inteligentes y la tecnología GPS, los usuarios pueden utilizar software de aplicaciones para interactuar de forma flexible y a demanda con otras personas. Lo que es aún más significativo es la capacidad de la economía colaborativa moderna de que los usuarios superen cualquier brecha de confianza entre ellos y un desconocido gracias al establecimiento de la confianza en el propio proceso de la conexión. Mientras que antes quienes viajaban a una ciudad nueva hubieran optado por buscar alojamiento en una marca de hotel bien conocida, ahora se sienten cómodos sacando su teléfono inteligente y seleccionando la habitación de un extraño para quedarse por la noche. Desde el otro lado de la transacción, las personas están dispuestas a alquilar una habitación o incluso la casa entera a desconocidos por un precio. Al analizar el comportamiento de los consumidores de cara al futuro, es muy importante tener en cuenta la confianza cada vez mayor que los consumidores tienen en las reseñas que leen en línea y en la atmósfera de comunidad que estas aplicaciones colaborativas crean. El impacto que ha tenido la tecnología no consiste solo en reducir las búsquedas y los roces en las transacciones, sino que también ha contribuido a salvar la brecha de confianza entre los usuarios.

## Impacto económico

**Proveedores:** la capacidad de rentabilizar algo que ya se posee ha impulsado el crecimiento de los proveedores en la economía colaborativa, pero entre los proveedores no solo se incluyen los que tratan de utilizar un activo infrautilizado a tiempo parcial. Por ejemplo, las listas de las plataformas de colaboración de alojamiento cada vez están más llenas de propietarios e inversores comerciales a tiempo completo que pueden destacar la exclusividad de sus propiedades y ganar mucho más de lo que ganarían alquilando sus habitaciones a inquilinos a tiempo completo, evitando a la vez las regulaciones y los costos que conlleva ser un hotel. En la ciudad de Nueva York, una investigación de la Oficina Estatal del Fiscal General mostró que los operadores comerciales habían aceptado el 36% de sus reservas y habían obtenido el 37% de los ingresos totales en Airbnb, aunque solo representan el 6% del número total de proveedores.<sup>6</sup> En L.A., una investigación similar mostró que aunque solo el 6% de los proveedores estaban clasificados como operadores comerciales, generaban más del 35% del total de ingresos de Airbnb en la ciudad.<sup>7</sup>

**Regulación:** esta migración de los operadores comerciales a la economía colaborativa para participar en el puro arbitraje regulador ya ha empezado a dar lugar a que reguladores y autoridades tomen medidas. Por ejemplo, la ciudad de Nueva York ha reforzado el cumplimiento de una ley de 2010 que prohíbe que un apartamento se alquile durante menos de 30 días a no ser que el anfitrión esté presente. La ciudad también se está planteando aumentar la multa máxima de 25 mil a 50 mil dólares. La regulación parece ser un riesgo importante para que siga creciendo la economía colaborativa, ya que las autoridades tratan de entender y regular adecuadamente este nuevo modelo de negocio. Un efecto colateral puede ser que los servicios de la economía colaborativa tengan que contratar a sus proveedores como empleados, no como contratistas externos. Esto conllevaría un aumento de los costos del modelo.

**Competencia:** a medida que la economía colaborativa ha evolucionado y ha pasado de ser una forma barata de tomar un taxi o de alquilar una habitación a convertirse en una experiencia única para el usuario, también ha evolucionado y ha pasado de ser un dinero extra a convertirse en un trabajo a tiempo completo para algunos proveedores. Sin embargo, a medida que más personas provean servicios en la economía colaborativa y aumente la competencia, se reducirá el dinero que puedan ganar. En Houston, la tarifa que un conductor de Uber podía ganar ha caído de 2.50 dólares por milla al precio actual de 1.10 dólares por milla.<sup>8</sup> Las barreras de entrada también son bajas en la economía colaborativa, y las empresas y servicios rivales pueden entrar fácilmente en el mercado, lo que mina la rentabilidad. Además, los participantes tradicionales del sector no se quedan quietos mientras la economía colaborativa sigue creciendo. El sitio web de reservas de hotel Expedia compró recientemente el sitio de alquiler

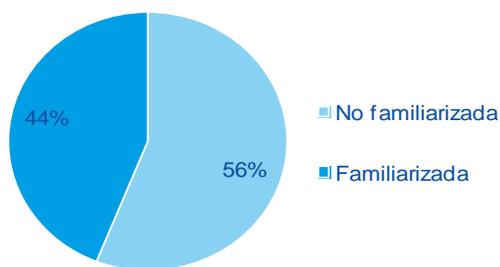
<sup>6</sup> Fuente: Oficina Estatal del Fiscal General de Nueva York

<sup>7</sup> Fuente: Los Angeles Alliance for a New Economy

<sup>8</sup> Fuente: Al Jazeera America

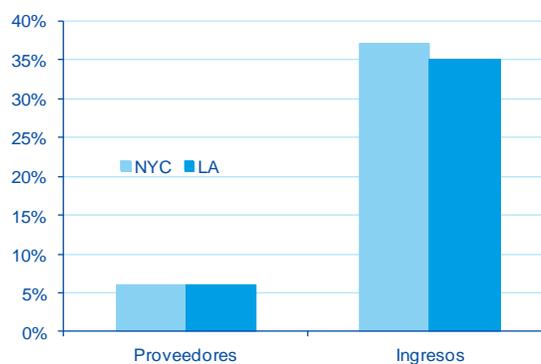
vacacional HomeAway, un competidor de Airbnb por 3.9 mmd para introducirse en la economía colaborativa. Marriot International se ha asociado con la empresa LiquidSpace, especializada en espacio de oficina compartido, para ofrecer los espacios de conferencia y reunión que no utilizan a aquellos que puedan necesitar espacio de oficina a corto plazo o en el último momento para una reunión de equipo o para una conferencia. Los sectores tradicionales pueden empezar a hacer frente a las presiones sobre los precios a medida que un mayor número de proveedores de economía colaborativa entran en el mercado y arrastran los precios a la baja durante periodos de alta demanda, obstaculizando, por tanto, la capacidad que tienen los proveedores con precios más rígidos de cambiar los precios fácilmente para responder a la demanda.

Gráfica 3  
**Población estadounidense familiarizada con la economía colaborativa**



Fuente: PWC

Gráfica 4  
**% del total de proveedores de Airbnb e ingresos de los operadores comerciales en LA y NYC**



Fuente: Oficina Estatal del Fiscal General de Nueva York, LAANE

**Comportamiento de los consumidores:** mientras que los sectores tradicionales aprenden y se adaptan para competir con la economía colaborativa, el propio patrón de comportamiento de los consumidores puede estar cambiando al reevaluarse la necesidad de comprar artículos como coches, casas y otros bienes de consumo. Si a través de la participación en la economía colaborativa los consumidores pueden obtener acceso a demanda a un precio razonable, la compra de un activo como un coche que no se va a usar a plena capacidad empezará a ser menos atractiva. Al igual que debido al giro que ha dado el consumidor hacia el *streaming* y la compra de música en Internet han reducido los ingresos de los sellos discográficos, un cambio en la forma en que los consumidores se plantean comprar un coche frente a usar uno a demanda podría dañar las ventas de automóviles en el futuro.

Por otro lado, la capacidad de obtener un ingreso al comprar un activo podría incitar a los consumidores a comprarlo que de otro modo no hubieran comprado. El incentivo de obtener un ingreso extra alquilando una habitación libre los fines de semana podría llevar a un mayor número de consumidores a comprar una casa más grande o a alquilar un apartamento de mayor tamaño. La oportunidad de compartir activos como herramientas motorizadas o artículos de mejora del hogar también podría llevar a los posibles proveedores a comprar activos de mayor calidad, ya que la capacidad de atraer usuarios en la economía colaborativa dependerá en parte de la calidad del activo que se va a compartir.

La forma en que interactúen estos efectos tendrá un impacto considerable en la rentabilidad y el crecimiento de sectores como la vivienda, los automóviles o los bienes de consumo. Estos sectores normalmente requieren un importante gasto de capital e inversión en activos físicos como fábricas y maquinaria. Podrían producirse efectos generalizados si los consumidores optaran por reducir el gasto en activos físicos y utilizar en su lugar la economía colaborativa. Esta tendencia podría provocar una caída a largo plazo del gasto privado y de las cantidades de inversión de capital por parte de las empresas, lo que ejercería presiones a la baja sobre el crecimiento del PIB y la inflación.

Sin embargo, a corto plazo, la economía colaborativa podría dar como resultado un traspaso de riqueza entre los usuarios y otros sectores. La capacidad de los consumidores de rentabilizar los activos que ya poseen con un plan flexible podría aumentar su capacidad de obtener ingresos a expensas de los trabajadores de los sectores afectados. Esto explica la feroz oposición que ha habido por parte de los involucrados.

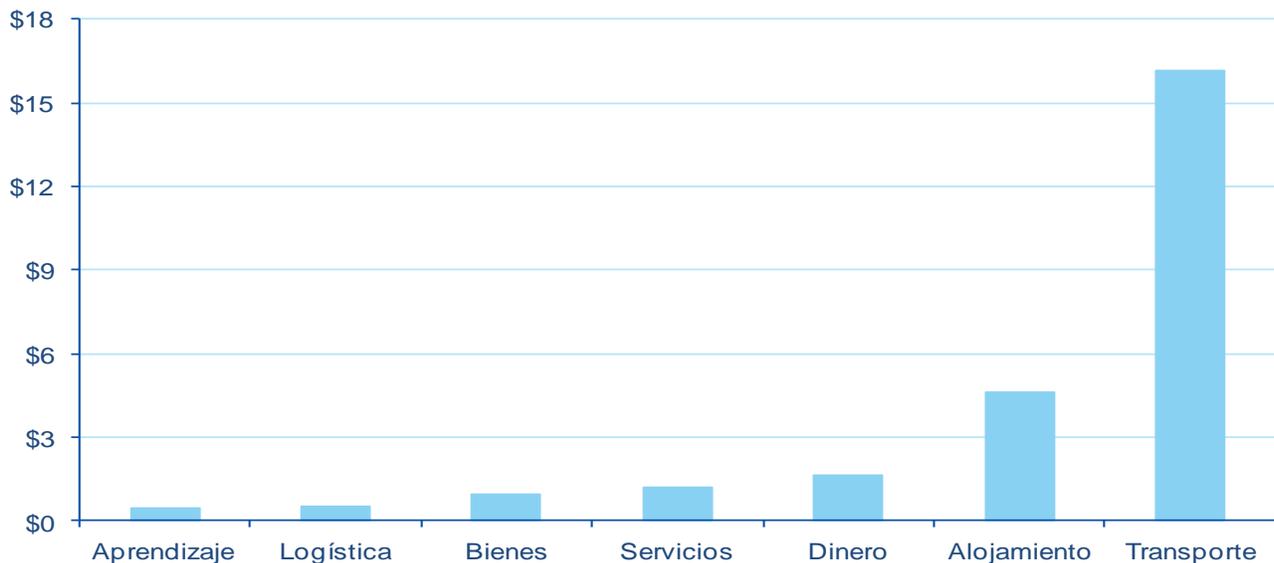
## Repercusiones para los bancos

En la economía colaborativa hay amenazas y oportunidades para la banca, ya que el patrón tradicional de comportamiento de los consumidores con respecto a la compra y al uso de activos está cambiando. Un coche ya no es simplemente un medio de transporte, sino que puede utilizarse como fuente de ingresos en el tiempo libre del propietario, al igual que uno puede alquilar una habitación libre unas cuantas noches al mes o prestar un taladro eléctrico. Estos factores significan que los bancos podrían plantearse ajustar sus modelos de financiamiento tradicionales para tener en cuenta que un consumidor que solicita un préstamo para un automóvil o una hipoteca pueden obtener ingresos adicionales del activo. De hecho, ya hay bancos que han suscrito préstamos y arrendamientos de automóviles para aquellos que desean conducir para Uber basados en el flujo de ingresos adicional del deudor. Uber también ofrece una forma directa para que los bancos reciban los pagos de estos préstamos, ya que el dinero se puede deducir directamente de los ingresos semanales del conductor a cambio de que el banco conceda condiciones de financiamiento especiales.

**Amenazas:** un primer ejemplo de la forma en que los bancos pueden verse amenazados por la economía colaborativa es el préstamo entre pares. El espacio relacionado con el dinero de la economía colaborativa ha recibido el 3º mayor fondo de capital de riesgo después del transporte y el alojamiento. Conectando directamente a deudores con ahorradores a través de una plataforma en línea, como Lending Club o Prosper, el préstamo entre pares afecta al negocio principal del sector de la banca, el de transformar un activo no utilizado (ahorros) en préstamos usando tecnología y datos en línea para tomar decisiones crediticias rápidas. A los deudores les atrae este modelo debido a la facilidad de uso de la plataforma y a la capacidad de obtener acceso rápido a un préstamo. A los inversores les atraen los mayores rendimientos que pueden obtener, aunque estas inversiones no están aseguradas como las de una cuenta bancaria.

Gráfica 5

### Financiamiento de la economía colaborativa por sector, miles de millones



Fuente: Crowd Company Council

**Oportunidades:** un ejemplo de cómo el sector bancario puede participar en la economía colaborativa conlleva el uso de un activo físico que los bancos tienen en abundancia y que actualmente está infrautilizado: las sucursales. Los bancos podrían compartir su espacio con aquellos que lo necesiten para reuniones, colaboraciones o simplemente como espacio de trabajo. De modo muy similar al que cadenas de cafeterías como Starbucks se han convertido en algo más que un lugar para tomar un café y marcharse, las sucursales de los bancos podrían convertirse en áreas de colaboración. Los bancos podrían incluso crear espacios que ayuden a promover empresas de nueva creación y pequeñas empresas, casi como una incubadora. Igual que muchos de los que estudian o trabajan en Starbucks en algún momento compran un café o un pan, los bancos podrían obtener negocios futuros y generar fondos de comercio. Esto ayudaría a los bancos a crear una imagen y una atmósfera personalizada, centrada en la comunidad y más en línea con las preferencias de los consumidores, a diferencia de representar una transacción comercial totalmente impersonal.

Los bancos también podrían asociarse con empresas del ámbito de la economía colaborativa para conectar con clientes de edades comprendidas entre los 18 y los 34 años, que son los que constituyen la mayor parte de la población estadounidense que participa en la economía colaborativa. Este es el segmento que cada vez se aleja más de los grandes bancos nacionales y regionales. Según un informe de Accenture, los grandes bancos nacionales y regionales perdieron el 16% de sus clientes de 18 a 34 años de edad el año pasado.<sup>9</sup> Para que un banco pueda crecer y tener éxito, tiene que atraer y mantener a esta generación de ahorradores y deudores y navegar al mismo tiempo en el campo emergente de las nuevas empresas de tecnología financiera cuya reputación no ha quedado empañada por la crisis financiera en la mente de muchos consumidores. Además, los bancos no deben asociarse simplemente con las empresas de economía colaborativa para llegar a los clientes; también deben aprender de ellas la forma en que interactúan y crean una experiencia de cliente que desarrolla una relación más profunda y atrae y conserva a los clientes. La flexibilidad, la transparencia, la individualización y la facilidad de uso que caracterizan la economía colaborativa deben guiar a los bancos mientras siguen mejorando los servicios que ofrecen a sus clientes.

## Conclusión

La economía colaborativa ha existido siempre en alguna forma, pero la confluencia de las tecnologías ha reducido considerablemente los altos costos de búsqueda y transacciones tradicionales y ha hecho posible que este modelo crezca rápidamente en muchos sectores. Combinada con la creciente confianza que los consumidores ponen en sistemas en línea como las reseñas de sus pares, las clasificaciones y la verificación en redes sociales, la economía colaborativa ha entrado en la corriente dominante. La forma en que los consumidores compran y utilizan los activos cambiará a medida que interactúen con la economía colaborativa, lo que afectará a sus hábitos y necesidades de consumo. Este cambio ya se puede ver en los sectores del automóvil y la hotelería, pero otros sectores no pueden dormirse en sus laureles, incluido el sector de la banca. Los bancos pueden aprender y beneficiarse de la economía colaborativa. La adopción de algunos de sus principios, como la flexibilidad, la transparencia, la tecnología y la confianza permitirá a los bancos relacionarse con una nueva generación de clientes que han incorporado la economía colaborativa a sus vidas.

---

<sup>9</sup> Fuente: Accenture

## Referencias

Accenture. 2015. "Banking Shaped by the Customer." 2015 North American Consumer Digital Banking Survey. Consultado en noviembre 2015. <https://www.accenture.com/us-en/~media/Accenture/Conversion-Assets/Microsites/Documents17/Accenture-2015-North-America-Consumer-Banking-Survey.pdf>

Certify. 2015. "Q2 2015 Report on Business Expense Trends." Consultado en noviembre 2015. <https://www.certify.com/PR-2015-07-16-Certify-Releases-Q2-2015-Report-on-Business-Expense-Trends>

Havas Worldwide. 2014. "The New Consumer and the Sharing Economy." Prosumers Reports. Consultado en noviembre 2015. <http://prosumer-report.com/sharing-economy/>

NY State Office of the Attorney General. 2014. "Airbnb in the City." Consultado en noviembre 2015. <http://www.ag.ny.gov/pdfs/Airbnb%20report.pdf>

Owyang, Jeremiah. 2015. "Collaborative Economy Funding (2002- Present)." Crowd Companies Council. Consultado en noviembre 2015. <http://www.web-strategist.com/blog/2015/08/21/get-data-and-stats-on-the-collaborative-economy/>

Portland Bureau of Transportation. 2015. "Portland's Private for-hire Transportation Market: Summary Report of the PFHT Innovation Pilot Program." Consultado en noviembre 2015. <https://www.portlandoregon.gov/transportation/article/549210>

PWC. 2015. "The Sharing Economy." Consumer Intelligence Series. Consultado en noviembre 2015. <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>

PWC. 2015. "The Sharing Economy- Sizing the Revenue Opportunity." 2015 Megatrends Report. Consultado en noviembre 2015. <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.html>

Samaan, Roy. 2015. "Airbnb, Rising Rent, and the Housing Crisis in Los Angeles." Los Angeles Alliance for a New Economy. Consultado en noviembre 2015. <http://www.laane.org/wp-content/uploads/2015/03/AirBnB-Final.pdf>

Somerville, Heather. 2015. "Airbnb to Double Bookings to 80 Million This Year." Reuters. Consultado en noviembre 2015. <http://www.reuters.com/article/2015/09/28/us-airbnb-growth-idUSKCN0RS2QK20150928>

Tammy Kim, E. 2015. "The Taxi Wars: Full-time with Uber, But Running on Fumes." Al Jazeera America. Consultado en noviembre 2015. <http://america.aljazeera.com/articles/2015/9/15/taxi-wars-full-time-with-uber-but-running-on-fumes.html>

## AVISO LEGAL

Este documento ha sido preparado por el Servicio de Estudios Económicos del BBVA de EEUU del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) en su propio nombre y en nombre de sus filiales (cada una de ellas una compañía del Grupo BBVA) para su distribución en los Estados Unidos y en el resto del mundo, y se facilita exclusivamente a efectos informativos. En EEUU, BBVA desarrolla su actividad principalmente a través de su filial Compass Bank. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento hacen referencia a su fecha específica y están sujetas a cambios que pueden producirse sin previo aviso en función de las fluctuaciones del mercado. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento han sido recopiladas u obtenidas de fuentes públicas que la Compañía estima exactas, completas y/o correctas. Este documento no constituye una oferta de venta ni una incitación a adquirir o disponer de interés alguno en valores.