

***V Workshop de la Sección de Función Empresarial y Creación de
Empresas de ACEDE***

**Economía colaborativa y *web startups*. Una
aproximación conceptual.**

Ana Rosa del Águila Obra
(anarosa@uma.es)

Antonio Padilla Meléndez
(apm@uma.es)

Universidad de Málaga

Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo
Complejo de Estudios Sociales y de Comercio
Avda. Francisco Trujillo Villanueva, nº 1
(Ampliación Campus de Teatinos)
Universidad de Málaga. CP: 29071. Málaga.

Propuesta Estructurada del Abstract

Título: Economía colaborativa y *web startups*. Una aproximación conceptual.

Autores: Ana Rosa del Águila Obra y Antonio Padilla Meléndez.

Universidad: Universidad de Málaga.

Objetivo y justificación:

La crisis global de carácter económico, que tuvo sus inicios en 2008, derivó en un incremento del desempleo a escala internacional, y también un rechazo en ciertos casos a las grandes empresas, debido a que se ha considerado en parte, por ejemplo a las entidades financieras, como responsables de esta crisis económica. Esta situación ha derivado en cambios, particularmente, en los hábitos de consumo, búsqueda de formas alternativas para realizar las transacciones económicas, lo que se ha venido en denominar economía colaborativa.

A pesar de su corto periodo de evolución, el valor económico de la economía colaborativa se estimaba en 2013 en los 26 billones de dólares. La economía colaborativa se encuentra en sus inicios, aunque se ha señalado que fenómenos como el consumo colaborativo puede ser tan importante como en su día fue la Revolución Industrial, sin duda esta nueva forma de consumo supone un nuevo paradigma para el ámbito de los negocios y para la economía. Muy pocas empresas están libres de verse afectadas por la economía colaborativa, incluso las actividades basadas en el conocimiento, la propia universidad, se está viendo afectada por esta nueva filosofía, tenemos el ejemplo de plataformas como *Researchgate*, que lo ponen de manifiesto.

Es en este entorno, en el que los modelos de negocio colaborativos, *web startups*, han encontrado unas condiciones favorables para su desarrollo. Se pueden encontrar ejemplos de estos modelos de negocio en el ámbito de los servicios turísticos, de los servicios financieros, los servicios de transporte, y otros servicios en general (*Uber*, *Airbnb*, entre otros). Las innovaciones disruptivas en las que se basan los modelos de negocio colaborativos han venido a modificar las relaciones entre los productores/prestadores de bienes y servicios y los consumidores, ofreciendo nuevas oportunidades emprendedoras. Estas empresas han aprovechado las deficiencias de estos sectores, en la relación empresa-cliente, para crear valor añadido al usuario, a través del uso de la tecnología. Estos nuevos actores son nuevas iniciativas empresariales, normalmente, con las implicaciones que esto tiene para la creación de empleo y la actividad emprendedora.

Los objetivos que nos planteamos en este trabajo se refieren a: conceptualizar la economía colaborativa, describir los modelos de negocio colaborativos se están desarrollando en el contexto de esta economía colaborativa como nuevas empresas (*web startups*), y conceptualizar y analizar las consecuencias de este emprendimiento colaborativo.

Metodología: Se realiza una revisión de la literatura sobre economía colaborativa y *web startups*. A partir de la revisión, se propone la conceptualización señalada y se analizan varios casos de estudio de *web startups* incluidos en la española *Sharing Economy* (<http://www.sharingespana.es/>).

Resultados provisionales y principal aportación del trabajo:

Los escasos trabajos en esta línea de investigación ponen de manifiesto que se trata de un frente de investigación emergente que requiere de la atención académica tanto para conocer cuáles son los modelos de negocio colaborativos que están surgiendo en el contexto de la economía colaborativa, como por otra parte para determinar cuáles son los efectos que estos nuevos actores, *web startups*, tienen en los sectores empresariales, y cómo las empresas tradicionales pueden adaptarse a esta nueva situación.

En este sentido, existe escasa investigación sobre esta temática, se han realizado trabajos de carácter descriptivo, y otros de carácter empírico, por ejemplo, relacionados con la satisfacción de los consumidores en Alemania, relacionados con *Airbnb* y *car2go* donde participaron estudiantes universitarios, que persiguen profundizar en el fenómeno del consumo colaborativo. Otros autores se han adentrado en plantear como empresas tradicionales como *Ikea* ya están desarrollando estrategias para adaptarse a la economía colaborativa, igualmente de forma descriptiva, y sin realizar aún análisis de empíricos. En definitiva, los estudios analizados coinciden en que es un tema de investigación emergente, en rápida expansión y que es preciso desarrollar trabajos encaminados a conocer este fenómeno y entender sus implicaciones sobre el mercado y para el fenómeno emprendedor.

Keywords: Economía colaborativa, modelos de negocio colaborativo, *web startups*, emprendimiento colaborativo.