

RESUMEN/ABSTRACT

**María Teresa Méndez Picazo y
María Soledad Castaño Martínez**

CLAVES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y POLÍTICAS PÚBLICAS

El actual entorno económico es el escenario en el que se está desarrollando el fenómeno conocido como economía colaborativa, impulsado por un cambio en los valores de la sociedad y por la disminución de la renta de los individuos como consecuencia de la crisis. Los avances en las tecnologías de la información y la comunicación y la creación de redes sociales, ha permitido la aparición de nuevos modos de satisfacer las necesidades de los individuos. En este artículo se plantean las diferentes claves de las empresas de economía colaborativa, así como las políticas económicas que podrían fomentar su creación y expansión.

Palabras clave: economía colaborativa, consumo colaborativo, políticas públicas

The current economic environment is the scenario that is developing the phenomenon known as collaborative economy, driven by a change in the values of society and by lower personal income as a result of the crisis. Advances in information and communication technologies and social networks have allowed the emergence of new ways to meet the needs of individuals. This article raises the different keys of collaborative economy firms and economic policies that could encourage creation and expansion.

Keywords: collaborative economy, collaborative consumption, public policies.

**Marta Peris-Ortiz, Sofía Estellés-Miguel y
Carlos Rueda-Armengot**

MERCADO Y ECONOMÍA COLABORATIVA. CONCEPTO Y CASO WALLAPOP

Este artículo aborda las cuestiones conceptuales básicas de la economía colaborativa, y una parte de su dimensión práctica mediante el caso Wallapop. La revisión de la literatura muestra que la colaboración, para tener sentido y ser explicable, tiene que cumplir una función o ser necesaria. Este es el modo en el que la colaboración añade valor. El artículo concluye que tanto la colaboración estudiada como los atributos sociales que le son inherentes, son de perfil bajo, porque las transacciones de mercado en las que intervienen, en el marco de Internet, tienen en general el carácter de mercado instantáneo o *spot*.

Palabras clave: economía colaborativa, transacciones de mercado, Wallapop

This paper explores the basic conceptual issues of collaborative economy and one part of its practical dimension by means of the Wallapop case. The review of the literature shows that collaboration, in order to make sense and be explicable, must fulfill a function or be necessary. This is the way in which collaboration adds value. The article concludes that both the studied collaboration and its inherent social attributes are low profile, because the market transactions in which they intervene, in an Internet framework, generally possess an instantaneous market or "spot" nature.

Keywords: collaborative economy, market transactions, Wallapop.

Millán Díaz-Foncea, Carmen Marcuello y Manuel Monreal

ECONOMÍA SOCIAL Y ECONOMÍA COLABORATIVA: ENCAJE Y POTENCIALIDADES

La economía social y la economía colaborativa son dos términos que están ganando gran interés en la actualidad, especialmente como mecanismos para enfrentar la situación de crisis social y económica existente. Aunque cada una tiene unos antecedentes y unas características específicas que las diferencian, existen lugares comunes que economía social y economía colaborativa pueden compartir. En este artículo busca estas coincidencias con el fin de tender puentes entre ambos espacios y aprovechar las oportunidades y mantener las fortalezas que cada una de ellas presenta. Anteriormente, se describen los aspectos principales de sus definiciones y se postulan los debates existentes en su seno.

Palabras clave: economía colaborativa, economía social, consumo colaborativo, empresa social.

Social economy and collaborative economy are two terms that are currently gaining great interest, especially as mechanisms facing the existing situation of social and economic crisis. Although each has a background and specific characteristics, there are platitudes that social economy and collaborative economy can share. This article looks for these matches to build bridges between the two fields in order to take advantage of opportunities and to maintain the strengths that each presents. Previously, we describe the main aspects of their definitions and existing debates posit within it.

Keywords: collaborative economy, sharing economy, collaborative consumption, social economy, social enterprise.

Nuria Fernández Pérez

PROBLEMÁTICA JURÍDICA DERIVADA DE LA ECONOMÍA COMPARTIDA

Prácticamente todos los sectores de la industria turística se han visto ya afectados por la llamada «economía compartida», especialmente el sector del alojamiento y del transporte terrestre. Las webs p2p se han convertido en pocos años en un amenazante competidor para el sector hotelero y de apartamentos turísticos reglados y para el del transporte reglado. Desde estos sectores se denuncia que operan con reglas del juego diferentes lo que les deja en una situación de indefensión, tanto a ellos, como a los turistas. El objetivo de este trabajo es por tanto identificar el régimen aplicable, considerando que son de aplicación diferentes normativas.

Palabras Clave: turismo colaborativo, economía compartida, plataformas p2p, protección turistas

Virtually all sectors of the tourism industry have been already affected by the so-called «shared economy», in particular, the accommodation sector and the transport sector. P2P websites have becoming in a few years in a threatening competitor for the hotel sector and regulated

apartments and for the registered transport. They say that this new intermediary do not operate with the same rules which leaves them in worse conditions, just as the tourists. The aim of this paper is therefore to identify the regulation, considering that is applicable several regulations.

Keywords: «peer to peer» tourism, shared economy, p2p website, tourist protection.

Salvador Montesinos Oltra

LOS ACTORES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL DERECHO TRIBUTARIO

Entre las cuestiones problemáticas que plantea la innovadora y disruptiva «economía colaborativa» o «economía de plataforma» una de los más relevantes es, quizás, el tratamiento fiscal aplicable a sus múltiples variantes. Este artículo trata de ofrecer una caracterización general de los actores de la economía colaborativa bien como simples particulares consumidores o, en su caso, como empresarios o profesionales, desde la perspectiva tributaria. El análisis realizado muestra que este heterogéneo fenómeno socioeconómico no admite un régimen fiscal único, sino un tratamiento casuístico.

Palabras clave: economía colaborativa, derecho tributario, entidades sin ánimo de lucro, sectores formales e informales, empresas cooperativas.

Among the problematic issues arising from the innovative and disruptive «sharing economy» or «platform economy» one of the most important is maybe the tax treatment that should be applied to it in its multiple variants. This article tries to offer a general characterization of the actors of sharing economy as individual consumers or business from the tax law perspective. The analysis shows that this heterogeneous socioeconomic phenomenon doesn't admit a unique tax regime, but a case-by-case treatment.

Keywords: sharing economy, tax law, non-profit institutions, formal and informal sectors, cooperative enterprises.

María Pilar Alguacil Marí

PERFILES TRIBUTARIOS DE LAS COOPERATIVAS DE FREELANCE: EL EJEMPLO FACTOOV.E.S

En el marco de las plataformas de consumo colaborativo, en España se han comenzado a implantar las cooperativas de facturación, que ofrecen a los *freelance* la posibilidad de desarrollar su labor sin ser considerados autónomos a efectos fiscales y de seguridad social. En este trabajo se analizan los elementos más relevantes de la tributación de este tipo de cooperativas en España, tomando como ejemplo la cooperativa Factoo, que es un paradigma del modelo.

Palabras clave: economía colaborativa, cooperativas, trabajo autónomo, profesionales, tributación

Within collaborative consumption platforms trend, it has started to be developed in Spain some "billing cooperatives", which offer the possibility of developing freelance their work without being considered self-employed for taxation and social security purposes. In this paper we analyze the most important elements of taxation of such cooperatives in Spain, taking as an example the Factoo cooperative, which is a paradigm of the model.

Keywords: shared economy, co-operatives, self-employment, professionals, taxation.

Alberto Martínez Corral, Miguel Palacios y Mercedes Grijalvo

MODELOS ORGANIZATIVOS PARA INICIATIVAS DE CROWDSOURCING

La economía colaborativa y el *crowdsourcing* se han convertido en formas innovadoras de competir. En el sector bancario hay instituciones, como el BBVA, que tienen experiencia en este campo. La literatura académica ha ido explicando los distintos casos de éxito de *crowdsourcing* y proponiendo esquemas explicativos y dimensiones de análisis. En el presente artículo se recogen esos esquemas y dimensiones dentro de un modelo que analiza el impacto sobre las organizaciones a tres niveles: micro, meso y macro. Se revisan actividades de *crowdsourcing* del BBVA identificando las dimensiones que permiten analizar esas iniciativas, como puesta en práctica del modelo de análisis propuesto.

Palabras clave: *crowdsourcing*, modelos organizativos, dimensiones, impacto organizacional, economía colaborativa, innovación

Collaborative economy and crowdsourcing are a innovative forms of competition in different industries. Banking is one of them and some institutions, such as BBVA, already accumulate some experience working in this field. Academic literature has provided explanation to different crowdsourcing success stories and is proposing some explanatory schemes and dimensions for analysis. The current article collects those schemes and dimensions within a model that analyses the impact on organizations at three levels: micro, meso and macro. Crowdsourcing activities from BBVA are analysed with that scheme, identifying the dimensions that allow the analysis of such initiatives when applying the model.

Keywords: *crowdsourcing*, organizational models, dimensions, organizational impact, collaborative economy, innovation.

F. Xavier Molina Morales, Luis Martínez Chafer y Víctor del Corte Lora

ANÁLISIS DEL FENÓMENO DEL CROWDFUNDING: EL CASO DE LA PLATAFORMA VERKAMI

El artículo analiza el fenómeno del *crowdfunding* a partir de un caso ilustrativo como es el de la empresa Verkami. Este estudio pretende contribuir a través de un caso de éxito que permita sugerir: qué procedimientos, tipos de comunicación o estrategias constituyen la base de su éxito, y poder generalizar algunos de los resultados del estudio. Se revisa la literatura sobre *crowdfunding* y se presenta el caso de estudio, su descripción, características y claves de su éxito. Para finalizar se presentan una serie de resultados y las conclusiones que se derivan de ellos.

Palabras clave: *crowdfunding*, financiación, industria creativa, Verkami

The paper analyzes the phenomenon of the Crowdfunding based on the Verkami case. This study aims to contribute to the understanding of the crowdfunding through a success example that allows suggest: what procedures, types of communications or strategies constitute the basis of its success, and be able to generalize some of the results of the study. We have reviewed the literature about Crowdfunding and we have presented the case study, its description, features and key to its success. Finally we have presented a number of findings and conclusions derived from them.

Keywords: *crowdfunding*, financing, creative industry, Verkami.

Ana Galeano Revert y José P. García Sabater

MODELO DE NEGOCIO DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA VENTA AL POR MENOR. CASO DE ESTUDIO EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar e identificar un modelo de negocio de venta de alimentos minorista, con un carácter de economía colaborativa. El caso de estudio muestra un modelo de negocio sostenible, replicable y no escalable, que surge de una estrategia basada en el intercambio de productos de especialización artesana entre diferentes micro-empresas. Utilizando capacidad productiva que permanecía infrautilizada en ambas, a cambio de un reparto de ingresos pactado, se modifica el modelo tradicional de poseer hacia un modelo basado en el compartir, que mejora la rentabilidad además de ser más sostenible socialmente.

Palabras clave: economía colaborativa, modelos de negocio, redes colaborativas, consumo colaborativo, capacidad de pares y economía de pares

This paper aims to analyse and identify a food retailing business model, with a sharing economy character. The case study shows a sustainable, replicable and non-scalable business model arising from a strategy based on the craft specialization product exchange among different micro-enterprises. Using underutilized production capacity in both, in exchange for a revenue sharing agreement, the traditional model of owning changes towards a model based on sharing, improving profitability as well as being more socially sustainable.

Keywords: sharing economy, business models, collaborative economy, collaborative network, collaborative consumption, peer-to-peer capacity, peer economy.

María Elena García Ruíz y Francisco Javier Lena Acebo

CARTOGRAFÍA DE LAS ECOLOGÍAS COLABORATIVAS

La difusión de la cultura *open source* –nacida en el campo del software– a otros ámbitos como la electrónica, la maquinaria bajo control numérico e incluso a otros bienes de consumo, combinada con una reducción significativa del coste de muchos de estos elementos han traído aparejadas nuevas tendencias que conjugan la democratización del diseño, producción y gestión del ciclo de vida de los objetos industriales, permitiendo la entrada de nuevos actores y comunidades de usuarios, facilitada por el desarrollo de internet y la estandarización de formatos. El presente trabajo pretende dibujar un mapa de las numerosas comunidades y movimientos nacidos a raíz de estas tendencias, basándonos en el concepto de ecología colaborativa que intenta definir aquellas comunidades y espacios, atendiendo a su grado de apertura al público, definición de objetivos y metas, procesos e intercambio de conocimiento y recursos entre sus usuarios y con otros agentes sociales.

Palabras clave: ecologías colaborativas, hazlo tu mismo, prototipado rápido, *FabLabs*, fuentes abiertas, *makers*, *peer production*

The spread of open source culture -born in the field of software- to other fields such as electronics, machinery under numerical control and even other consumer goods combined with a significant reduction in the cost of many of these elements have brought with it new trends that combine the democratization of the design, production and life-cycle management of industrial objects, allowing the entry of new players and user communities, foster by the development of the Internet and format standards.

This paper aims to draw a map of the different communities and movements born as a result of these trends, based on the concept of collaborative ecology trying to define those communities and spaces, according to their degree of openness to the public,

defining objectives, goals, processes and exchanges of knowledge and resources among its users and other social agents.

Keywords: collaborative ecologies, do it yourself-DIY, rapid prototyping, *FabLabs*, open source, makers, peer production.

Domingo Ribeiro Soriano, Andrea Rey Martí, Norat Roig Tierno y Alicia Más Tur

FACTORES DE FRACASO Y ÉXITO EN EMPRESAS COLABORATIVAS. ANÁLISIS DE LITERATURA Y UN ESTUDIO DE CASO

Esta investigación analiza las causas de fracaso y de éxito de las colaboraciones entre empresas mediante una aproximación tanto teórica como práctica. En primer lugar, se hace una amplia revisión de la literatura que analiza las diferentes causas de fracaso y éxito de las empresas colaborativas. En segundo lugar, junto a este análisis, se realiza una aplicación práctica mediante el estudio del caso concreto de una agencia de comunicación creativa que desde su creación ha llevado a cabo colaboraciones con diferentes empresas de servicios complementarios.

Palabras clave: causas de fracaso, causas de éxito, caso de estudio, alianzas, empresas colaborativas

This research analyses the causes of failure and success of partnerships between companies through both theoretical and practical approach. First, a broad conceptual framework is developed in relation to the different causes of failure and success that the literature in this field has already analyzed. Second, we examine the case of a creative communication agency which since its creation has carried out collaborations with different companies of complementary services.

Keywords: failure factors, success factors, study case, alliances, collaborative firms.

Elías Humberto Peraza Castaneda y Guillermo Aleixandre Mendizábal

SISTEMAS SECTORIALES DE INNOVACIÓN EN ESPAÑA. UNA TIPOLOGÍA A PARTIR DE LA ENCUESTA SORE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

Este artículo busca identificar tipologías de sectores en función de su comportamiento innovador para la economía española, dentro del contexto de la literatura de sistemas sectoriales de innovación. Los datos utilizados provienen de la Encuesta de Innovación en las Empresas 2013 del Instituto Nacional de Estadística para un total de 33 sectores económicos. La metodología aplicada, en primer lugar, reduce el número de variables a través de un análisis factorial, que consigue factores que condensan la mayor parte de la información original. Y, en segundo lugar, agrupa los sectores mediante un análisis clúster basado en los factores obtenidos previamente. Como resultado, se identifican cuatro tipos de agrupaciones.

Palabras clave: sistema sectorial de innovación, España, innovación sistémica, cooperación tecnológica

This article seeks to identify typologies of sectors based on their innovative behavior for the Spanish economy within the context of sectoral innovation systems' literature. The data come from Companies Innovation Survey 2013 of the National Institute of Statistics for a total of 33 economic sectors. The methodology applied, first, reduces the number of variables through a factorial analysis; getting factors condense most of the original information. And, secondly, the sectors are grouped by cluster analysis based on factors obtained previously. As a result, four types of groups are identified.

Keywords: sectorial system of innovation, Spain, systemic innovation, technological cooperation.

Juan Pablo Sánchez Sainz-Trápaga

EL SECTOR DE EQUIPOS Y COMPONENTES DE AUTOMOCIÓN EN ESPAÑA. RESISTENCIA, ADAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

Este trabajo evalúa la evolución del sector de equipos y componentes de automoción en España entre 2006 y 2013, mediante el análisis de diez indicadores económico-financieros recogidos en 678 empresas. Se han detectado comportamientos diferentes al segmentar las empresas según su entorno geográfico de decisión. Las multinacionales autóctonas muestran una dinámica esperanzadora en cuanto a rentabilidad y crecimiento, aun considerando únicamente sus negocios en España. En cambio, las organizaciones locales, que concentran el 66% de las empresas con tan sólo 10% de la facturación y rendimientos menos favorables, ofrecen un margen aún considerable para la consolidación y reestructuración.

Palabras clave: equipos y componentes de automoción, resistencia y adaptación a la recesión, demografía empresarial, indicadores económico-financieros

This paper assesses developments in the sector of automotive suppliers in Spain between 2006 and 2013, through the analysis of ten economic and financial indicators collected in 678 companies. Different behaviors have been detected from segmenting enterprises according to their geographical environment of decision. Native multinational companies show a hopeful dynamic in terms of profitability and growth, even considering only their business in Spain. On the other hand, local organizations, which account for 66% of companies with only 10% of the turnover and lower performance ratios, are still considerable scope for consolidation and restructuring.

Keywords: automotive equipment and components, resistance and adaptation to the recession, enterprise demography, economic and financial indicators

Joaquín Bonet, Eugenia Babiloni, Ester Guijarro y Cristina Santandreu

INTERNACIONALIZACIÓN EN EL SECTOR AUXILIAR DEL CALZADO: EL CASO DE MB MIBOR INTERNACIONAL

Las estrategias de *outsourcing* de la industria del calzado hacia países con menores costes productivos han impulsado a las empresas que tradicionalmente han sido proveedoras locales a emprender un proceso de internacionalización hacia los nuevos centros productivos. En este artículo se muestra cómo la empresa MB MIBOR Internacional, fabricante de toques y contrafuertes y con una fuerte componente tecnológica, se ha internacionalizado acompañando el proceso de deslocalización de la producción de calzado. La implantación de la empresa en estos países va desde el *outsourcing* de la logística y del servicio técnico, hasta la creación de una filial para poner integrarse en las nuevas cadenas de suministro de los fabricantes extranjeros.

Palabras clave: sectores tradicionales, internacionalización, *outsourcing*

Outsourcing strategies of the footwear industry to countries with lower production costs have driven companies that have traditionally been local to undertake a process of internationalization to new production facilities providers. This article shows how the company MB MIBOR International, manufacturer of toe puffs and back counters and other footwear components and with a strong technology component, has been internationalized following this outsourcing flow of footwear production. The implementation of the business and operations in these countries ranges from the outsourcing of logistics and technical services, to create subsidiaries to be able to successfully integrate in the inflow supply chains of their foreigner customers.

Keywords: traditional industries, internationalization, international outsourcing.

Rosa María Yagüe e Isidre March Chordá

EL SALTO DEFINITIVO DEL EMPRENDEDOR: DE ESPAÑA A SILICON VALLEY

A partir de un amplio trabajo empírico este estudio es pionero en presentar resultados sobre un fenómeno muy reciente y de creciente interés como es el desempeño y expectativas del emergente colectivo de start-ups de origen español que mayoritariamente desde 2011 se están afincando en Silicon Valley. El estudio identifica las variables vinculadas al perfil y motivaciones del equipo fundador, a las características de las empresas y sus productos y al propio desempeño económico, que inciden de forma significativa sobre la rentabilidad y el crecimiento en ventas del colectivo empresarial a estudio, a partir de información cuantitativa y cualitativa de primera mano. La aplicación de técnicas estadísticas descriptivas y multivariantes permite descubrir las variables clave que el emprendedor español debe cuidar para ampliar sus posibilidades de situar su start-up en la senda del crecimiento y la rentabilidad.

Palabras clave: start-ups, Silicon Valley, desempeño, inversión, español.

Based on a broad empirical fieldwork, the study is pioneer in presenting the key features of the emerging group of start-ups originated in Spain that are landing in SV since 2011. The study reveals the variables linked to the founder's profile, the firm's attributes and the performance itself, which have a significant impact over the profitability and the revenues growth in this category of firms, from quantitative and qualitative data directly collected on the field. Application of descriptive and multivariate statistical techniques leads to a series of findings of great interest, and will discover the key variables the Spanish entrepreneurs must meet in order to grow and become profitable.

Keywords: start-up, Silicon Valley, performance, investment, spanish.

Los índices y abstracts de Economía Industrial se incluyen en las bases de datos e índices on line de la **American Economic Association** y en su publicación especializada **ECONLIT**, editada por el **Journal of Economic Literature**. A la consulta de sus 200.000 registros, entre los que se encuentran 300 revistas —100 fuera de Estados Unidos—, recurren estudiantes, investigadores y profesores de todo el mundo económico.

Los contenidos de Economía Industrial también están disponibles en la red Internet, en la dirección **www.economiaindustrial.es**