

¿Freelance como el futuro de las próximas generaciones?



2018

Alumna: Katherine Alejandra

Nicolalde Vaca

Máster en Gestión Estratégica y
Negocios Internacionales

Tutor: Ignacio Castro Abancéns

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
1.1. ¿Por qué surge esta tendencia?	5
1.2. ¿ <i>Gig Economy</i> como modelo de Economía Colaborativa?.....	5
1.2.1. Definición de <i>Gig Economy</i>	6
1.2.2. Definición de <i>Sharing Economy</i>	7
2. <i>Gig Economy</i> y la internacionalización.....	12
2.1. ¿La <i>Gig Economy</i> facilita el fenómeno <i>born global</i> ?	13
2.1.1. Razones para una rápida internacionalización.	14
2.1.2. Definición de <i>born global</i>	15
2.1.3. Relación entre <i>born global</i> y <i>startups: global startups</i>	16
2.1.4. <i>Global startups</i> y la <i>Gig Economy</i>	17
3. Análisis de la <i>Gig Economy</i> en diferentes contextos internacionales.	25
3.1. <i>Gig Economy</i> en España.....	25
3.1.1. Factores que facilitan la evolución de la <i>Gig Economy</i> en España.....	26
3.1.2. Factores que dificultan la evolución de la <i>Gig Economy</i> en España.....	35
3.1.3. Ejemplos de plataformas <i>gig</i> en España.	41
3.2. <i>Gig Economy</i> en Estados Unidos.	48
3.2.1. Factores que favorecen la evolución de la <i>Gig Economy</i> en EEUU.	49
3.2.2. Factores que dificultan la evolución de la <i>Gig Economy</i> en EEUU.	53
3.2.3. Ejemplos de plataformas <i>gig</i> en Estados Unidos.....	57
3.3. <i>Gig Economy</i> en Reino Unido.....	67
3.3.1. Factores que favorecen el desarrollo de la <i>Gig Economy</i> en Reino Unido.....	69
3.3.2. Factores que dificultan la evolución de la <i>Gig Economy</i> en Reino Unido.	75
3.3.3. Ejemplos de plataformas <i>gig</i> en Reino Unido.	79
4. Conclusiones.	85
4.1. Conclusiones internacionalización.....	86
4.2. Conclusiones de los distintos contextos culturales.	88
5. Anexos.....	94
6. Bibliografía.	97

RESUMEN EJECUTIVO

En el contexto actual en el que la tecnología impera a nivel global, está cambiando el comportamiento de los consumidores, las vías para hacer negocios y los modelos de trabajo. La *Gig Economy* ha encontrado un aliado en esta revolución tecnológica y ha conseguido establecerse a nivel mundial por medio de plataformas digitales que controlan múltiples actividades. En el presente trabajo se analizan las características de esta tendencia económica, su impacto en diferentes países a través de los factores que favorecen o dificultan su evolución y distintos ejemplos de plataformas que se han desarrollado en diferentes contextos culturales. Además, el proyecto intenta esclarecer la extendida confusión entre los términos *Gig Economy* y *Sharing Economy* mediante una serie de definiciones y características comunes y no comunes entre ambos términos. En este proyecto se pone de manifiesto la globalidad de plataformas *on-demand*, relacionando conceptos como *start-ups*, *born global* o *global start-ups* y reflejando como la Economía Bajo Demanda incide de forma positiva e impulsa una pronta internacionalización de las compañías que operan bajo su tutela.

EXECUTIVE SUMMARY

In the current context in which technology prevails globally, consumer behavior, ways of doing business and working models are changing. The Gig Economy has found an ally in this technological revolution and has managed to establish itself worldwide through digital platforms that control multiple activities. This paper analyzes the characteristics of this economic trend, its impact in different countries through factors that favor or hinder its evolution and different platforms examples which have been developed in different cultural contexts. In addition, the project tries to clarify the widespread confusion between the Gig Economy and Sharing Economy concepts, through a series of definitions and mutual and non-mutual characteristics between both concepts. This project highlights on-demand applications global nature, relating concepts such start-ups, born global or global start-ups and reflecting how the On-Demand Economy has a positive impact and promotes a rapid internationalization of companies operating under his guardianship.

1. Introducción.

La elaboración del presente trabajo titulado “¿*Freelance* como el futuro de las próximas generaciones?” surge debido a la expectación que está despertando una relativa nueva modalidad de economía conocida como *Gig Economy* y a los efectos que ésta puede producir en nuestra economía, en las empresas y en el personal que interviene. No se trata de un concepto reciente, sino que hablamos de un término que vio su auge a partir de la crisis que azotó a todo el mundo en el año 2008.

Mediante este proyecto vamos a definir y delimitar el concepto *Gig Economy*, de manera que se plasme una idea clara de si se trata de un modelo que pertenece a una Economía Colaborativa o de si existen otros tipos de negocio que no forman parte de la *Sharing Economy* pero si se encuadran dentro del concepto *Gig Economy*. Para empezar, el término *Gig Economy* o Economía Bajo Demanda fue acuñado por la periodista norteamericana Tina Brown y es un concepto que podría traducirse por “economía de los pequeños encargos”, el cual hace referencia a trabajos esporádicos o puntuales de duración determinada (Expansión, 2017).

En términos generales, hablamos de un mercado que se caracteriza especialmente por la existencia de contratos de corta duración en el que el personal aporta su conocimiento, mano de obra, los medios precisos para llevar a cabo el trabajo, tarea por la que cobra y, a su vez, da un porcentaje a la empresa mediadora, dando como resultado que se produzca un cambio de proyecto o de empresa con cierta frecuencia (Expansión, 2017).

El ejemplo más cercano y/o conocido a nivel mundial de un negocio que cumpla con las características anteriormente descritas, sería la empresa Uber. El modelo de negocio incluye conductores que aportan sus propios coches y dispositivos móviles, que mediante la aplicación de Uber se ponen en contacto con personas que necesitan un servicio instantáneo para trasladarse de un lugar a otro. Sin embargo, en el ámbito de la *Gig Economy* no solo encontramos conductores, sino también a personal de entregas a domicilio, asistentes personales, personal de mantenimiento, limpiadores/as, cocineros/as, cuidadores/as de perros, niños/as pero también personal más especializado como enfermeros/as, doctores/as, profesores/as, programadores, periodistas, especialistas en marketing o abogados/as, etc. (Houle, 1992).

La extensión a un abanico tan amplio de profesiones en las que se presenta la Economía Bajo Demanda, pone de manifiesto que (Mulcahy, 2017):

- Se está produciendo una transformación en nuestra forma de trabajar.
- No es imprescindible la asistencia y presencia física en una oficina para ejecutar una tarea.
- Las empresas intermediarias que emplean a este personal se centrarán más en su rendimiento que en su asistencia a una oficina, así un empleado será juzgado en función de sus resultados.

Está claro que el desarrollo de esta nueva economía supone un cambio en la manera tradicional de trabajar, pero ¿conlleva también un gran cambio influyente en la economía de las empresas?, ¿reduce sus costes? Junto a la respuesta de estas cuestiones, otro aspecto abordado en este proyecto es la relación existente entre la internacionalización de las empresas y la Economía Bajo Demanda. En este sentido, descubrimos aspectos de la *Gig Economy* como su directa relación con la tecnología o las redes que establecen las plataformas que trabajan bajo su regazo, que funcionan como vías para lanzarse a los mercados internacionales con mayor prontitud, dando como resultado el nacimiento de empresas *born global*.

Otro objetivo fundamental será analizar los factores que favorecen o dificultan la evolución de esta modalidad económica en diferentes países. Quien aboga por la *Gig Economy* resalta que los beneficios derivados de trabajar bajo las bases de la misma, los encontramos en la flexibilidad que proporciona a los trabajadores, es decir, ellos mismos pueden determinar el ritmo de vida que quieren llevar, estableciendo sus horarios de trabajo e incluso trabajar en varios proyectos a la vez para distintas empresas. A su vez, genera un beneficio para las empresas, las cuáles únicamente invertirán dinero cuando lo necesiten. Sin embargo, aquellos que están en contra defienden que provoca la realización de un mayor esfuerzo por parte de los trabajadores en términos de cantidad, además de correr con todos los gastos derivados de la actividad laboral y recibir una retribución menor ya que una parte de sus beneficios son entregados a las compañías mediadoras (Expansión, 2017).

Así mismo, se señalarán algunos ejemplos de plataformas que han nacido en diferentes contextos culturales. Sirva de ejemplo para ver la importancia que está alcanzando la *Gig Economy*, un estudio de Oracle basado en la encuesta a 250 responsables de RRHH y 1500 trabajadores realizado a empresas y trabajadores en EMEA¹ sobre su opinión acerca de la Economía *Gig*, llevada a cabo en Francia, Alemania, Países Bajos, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y España (entrevistas a 50 directores de RRHH y 251 empleados) revela que el 72% de los directores de RRHH en España creen que este modelo prevalecerá en el futuro y un 46% indica que es bastante común contratar trabajadores independientes para tareas de alta cualificación (Oracle, 2017).

Es tal el boom que están teniendo los "*Gigonomics*" que se han creado plataformas virtuales que tienen como objetivo crear una marca personal a los profesionales 3.0 y ponerlos en contacto con empresas de todo el mundo. Gracias a estos *marketplace* de talentos se cumple una de las premisas fundamentales que sostienen esta economía: ofrecer a las empresas profesionales que se adecuen a sus necesidades y, además, reducir sus costes (A. de C. Rodríguez, 2015). Para entender mejor esta gran evolución, en el siguiente apartado se explican las razones que impulsaron su nacimiento.

Definición "Gig Economy"

La conocida consultora global McKinsey basa la definición de la Economía bajo demanda en función del trabajo eventual, lo cual supone una aproximación bastante cercana a qué debemos entender por "Gig Economy". Determina tres características clave:

1. Un alto grado de autonomía: los trabajadores independientes tienen un alto grado de control y flexibilidad en la determinación de su carga y cartera de trabajo. Ellos pueden decidir qué asignaciones aceptar en base a criterios tales como la tasa, la conveniencia del cliente, el momento y pueden cambiar esas opciones en el tiempo.
2. Pago por tarea, asignación o ventas: a diferencia de los empleados no se les paga por el tiempo no trabajado.
3. Relación a corto plazo entre trabajador y cliente: realizan tareas a corto plazo tales como dar un paseo a alguien, diseñar una página web, tratamiento a un paciente, etc. Algunos contratos pueden extenderse durante meses o años, momento en el que los individuos se vuelven indistinguibles de los empleados tradicionales. Por lo tanto, se entiende como trabajo eventual a aquel desarrollado durante menos de 12 meses.

Fuente: MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. "INDEPENDENT WORK: CHOICE, NECESSITY, AND THE GIG ECONOMY"

1. Siglas en inglés de Europa, Oriente Próximo y África.

1.1. ¿Por qué surge esta tendencia?

Como se ha dicho anteriormente, su auge puede derivarse de la crisis económica mundial que comenzó en el año 2008, unido a la era de la digitalización que cada vez nos invade con mayor fuerza. En este sentido, algunos trabajos han visto sustituidos su personal por máquinas, lo que implica que las empresas no necesiten tener una amplia plantilla de trabajadores y, como consecuencia, el número de contratos fijos se vea aminorado (Expansión, 2017).

Con esta dinámica se da un empuje a que las empresas en el momento que necesiten mano de obra puedan adquirir aquella que mejor se adapte a sus necesidades y la contraten para un momento o proyecto puntual, reduciendo sus gastos de explotación. Por tanto, la situación financiera que han ido arrastrando las empresas desde el momento en que comenzó la crisis también podría ser una de las causas que han generado esta nueva economía.

Las empresas a causa de su falta de capacidad económica buscan una solución mediante la reducción de su plantilla. Como consecuencia, ha surgido una modalidad de trabajo más flexible conocida como “teletrabajo”, dando la posibilidad de trabajar desde cualquier sitio. Esta tendencia también colabora en la disminución de los puestos de trabajo, permitiendo a la misma persona realizar varios trabajos a la vez en un período de tiempo más reducido. Sin embargo, la indudable clave para la rentabilidad de estas empresas es la generación Y o “Millennial” (A. de C. Rodríguez, 2015). Se trata de jóvenes entre 18 y 35 años aproximadamente a quienes no les asusta cambiar de trabajo, se adaptan al ritmo cambiante de las cosas, tiene mayor tolerancia al fracaso, son activos en la red y no conciben la vida sin tecnología (Benvenuto, n.d.). Todas estas características son un arma fuerte que se adapta a los nuevos requerimientos del mundo laboral en la economía actual.

1.2. ¿Gig Economy como modelo de Economía Colaborativa?

Existe una confusión generalizada a la hora de definir *Sharing Economy* y *Gig Economy* y con las actividades que son desarrolladas dentro de las mismas. Además, debido a la velocidad con la que aparecen nuevos modelos de negocio, las definiciones de cada economía quedan obsoletas en un periodo corto de tiempo, provocando una insuficiencia continua en las mismas. En la introducción de este proyecto se han nombrado algunas características importantes que definen la Economía Bajo Demanda, sin embargo, vamos a realizar una revisión bibliográfica que nos ayude a conceptualizar adecuadamente este término, de manera que quede visible si existen diferencias y/o similitudes con la Economía Colaborativa.

En un informe elaborado con la colaboración de Adigital² y Sharing España³, citan que han detectado “la necesidad de definir los modelos de interacción social y económica que se dan entre los usuarios en el entorno digital, en base a sus transacciones, respetando la actuación de mero intermediario que lleva a cabo la plataforma”, por lo que dicho informe intenta delimitar qué tipo de actividades se llevan a cabo dentro de cada economía y definir los diferentes conceptos que interactúan dentro de ambas (Rodríguez Marín, 2017).

2. Se trata de la Asociación Española de la Economía Digital. “Asociación de empresas innovadoras y transformadoras que creen y trabajan por el desarrollo de la economía basada en Internet, el Medio Digital y las Nuevas Tecnologías. Pymes y Grandes Empresas unidas por un mismo objetivo: el crecimiento de la Economía Digital en España”. Para más información, visitar www.adigital.org.

3. “Colectivo que nace dentro de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y que agrupa diferentes empresas de la economía colaborativa, bajo demanda y de acceso, con el objetivo de analizar y divulgar el impacto que estas nuevas economías y los modelos basados en plataformas tienen en el desarrollo socioeconómico y en la sostenibilidad”. Para más información, visitar www.sharingespana.es.

Además, el estudio “Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales” hace referencia a la Economía de Acceso como otro modelo que surge *online* gracias a las plataformas digitales. Esta economía se caracteriza por contar con empresas con ánimo de lucro que ponen a disposición de usuarios unos bienes para que los usen de manera temporal, ajustándose a sus necesidades temporales y flexibilizando su localización espacial. Esta economía se basa más en el acceso y menos en la propiedad de un bien y se refleja en modelos como el servicio de bicicletas compartidas (*Vélib* en Francia), *car sharing* (*Bluemove* en España) o *coworking* (*Crew Collective* en Canadá (Huen, 2017)) (Rodríguez Marín, 2017).

A continuación, analizaremos el concepto de Economía Bajo Demanda y, posteriormente, será necesario definir en qué consiste la *Sharing Economy* para entender el funcionamiento de las mismas, de manera que podamos delimitar ambas economías y lograr una respuesta sobre si la primera está integrada en la segunda o no. Sin embargo, las actividades enmarcadas dentro de la Economía Compartida y la Economía de Acceso quedan excluidas de estudio en el presente proyecto ya que se concluye que son modelos de economía que difieren de la Economía Bajo Demanda.

1.2.1. Definición de *Gig Economy*.

El informe elaborado por **Adigital y Sharing España** define este concepto como “modelos de consumo y provisión de servicios que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada habitualmente de profesional a consumidor (B2C) a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente y cuya prestación se origina en base a las necesidades del usuario que demanda y se adapta a sus preferencias, prestándose normalmente a cambio de una contraprestación y habitualmente con ánimo de lucro”. Además, señala que “la diferencia fundamental” con la Economía Colaborativa es que “existe una relación comercial” en la que “tiene lugar la prestación de un servicio ya sea por parte de profesionales o por parte de particulares” (Rodríguez Marín, 2017).

El **Congressional Research Service**⁴ define esta economía como “la colección de mercados que relaciona proveedores con consumidores en un trabajo *gig* (u otro trabajo) basado en apoyar el comercio bajo demanda. En el modelo básico, los trabajadores *gig* celebran acuerdos formales con compañías bajo demanda (por ejemplo, Uber, TaskRabbit) para proporcionar servicios a los clientes de la empresa. Los posibles clientes solicitan servicios a través de una plataforma tecnológica basada en Internet o una aplicación de teléfono inteligente que les permite buscar proveedores o trabajos específicos. Los proveedores (es decir, los trabajadores *gig*) contratados por la empresa bajo demanda brindan el servicio solicitado y son compensados por los trabajos”. Incluye que algunas características que diferencian a estos trabajadores son que “reducen los costes de entrada y operación para los proveedores permite que la participación de los trabajadores sea más transitoria en los mercados *gig* (es decir, tienen una mayor flexibilidad en torno a las horas de trabajo)” (Donovan et al., 2016).

Por otro lado, **The Office of Tax Simplification**⁵ considera la *Gig Economy* como “un entorno en el cual las posiciones temporales son comunes y las organizaciones contratan a trabajadores independientes para compromisos a corto plazo o bajo pedido” y que “una persona, en lugar de tener un trabajo permanente o de medio tiempo, puede, alternativamente o adicionalmente,

4. Se trata de un organismo que trabaja exclusivamente para el Congreso de los EEUU, “brindando análisis normativos y legales a los comités y a los miembros de la Cámara de Representantes y del Senado, independientemente de la afiliación partidaria”. Para más información, visitar www.loc.gov.

5. Fue creada en 2010 para proporcionar un análisis independiente y autorizado de las finanzas públicas del Reino Unido. Para más información, visitar www.budgetresponsibility.org.uk.

llevar a cabo períodos de trabajo o *gigs* al conectarse con el público u otras empresas a través de plataformas tecnológicas (OTS (Office of Tax Simplification), 2017). A su vez, propone la definición que ofrece el *Cambridge Dictionary*, el cual la señala como “una forma de trabajar que se basa en personas que tienen trabajos temporales o que realizan trabajos por separado, cada uno pagado por separado, en lugar de trabajar para un empleador” (Cambridge Online Dictionary, 2018).

Finalmente, según la **Unión Europea** y basada en la definición que ofrecen los autores de *EC Communication*⁶, otros términos que se han utilizado para dirigirse a la Economía Colaborativa en “un sentido similar amplio” son “economía de plataforma”, “economía de concierto” y economía “bajo demanda” (Comité et al., 2016). Así, define este término como un “modelo de negocio en el que las actividades se facilitan mediante plataformas en línea que crean un mercado abierto para el uso temporal de bienes o servicios a menudo proporcionados por particulares” (Forde et al., 2017).

1.2.2. Definición de *Sharing Economy*.

De manera general, es más común encontrar referencias sobre Economía Colaborativa e, incluso, que este término sea utilizado como sinónimo de la Economía Bajo Demanda. Esta confusión ha sido remarcada en el “Informe Nuevos Hábitos de Consumo, Cambios Sociales y Tecnológicos” llevado a cabo por el Consejo Económico y Social de España en 2016, donde apunta que esta economía es una “tendencia cuyos contornos han tendido a confundirse con otros conceptos a los que a menudo ha aparecido asociado en los medios de comunicación social”. Aboga por una de las “primeras y más aceptadas definiciones” ofrecida por Botsman y Rogers, que hablan de esta economía como “un sistema económico basado en el uso compartido de bienes y servicios infrautilizados de forma gratuita o mediando un precio, directamente por particulares, a través de plataformas en línea” (Futuro et al., 2013).

En el libro *What 's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* la autora, Rachel Botsman, clasifica la amplia oferta de servicios existentes en esta economía en tres sistemas:

1. Sistemas basados en producto. Consiste en la posibilidad de usar un producto sin la necesidad de adquirirlo. Es el caso de la plataforma *Drivy*, la cual pone en contacto a particulares que necesitan alquilar un coche de manera puntual con propietarios que no utilizan un vehículo con frecuencia (Rodríguez Marín, 2017).
2. Mercados de redistribución. Dentro de este sistema se pueden encontrar tres modalidades: adquirir productos gratuitamente, intercambiarlos o venderlos. El fin consiste en redistribuir aquello que ya no necesitamos hacia un lugar o persona que si lo necesita. Un ejemplo relevante es *Wallapop*, una aplicación que permite poner en venta vía online todas aquellas cosas que ya no necesitamos y quienes se definen como “un equipo de personas que aspiran a hacer un mundo colaborativo y más ecológico”.
3. Estilos de vida colaborativos. En este sistema no hablamos del intercambio de bienes materiales sino en el intercambio de bienes menos tangibles como pueden ser el tiempo, espacio, habilidades o dinero. *Couchsurfing* bajo el lema “*meet and stay with local people all over the world*” pone a disposición de los más aventureros una manera de conocer gente y lugares nuevos mediante el contacto online con personas locales que aceptan hospedarte en su hogar de manera gratuita.

6. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa.

TABLA 1: RESUMEN DEFINICIONES DE GIG ECONOMY

FUENTE	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Adigital y Sharing España	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Modelos de consumo y provisión de servicios. ➤ Generalmente relación B2C. ➤ Existencia de plataformas digitales. ➤ Plataforma no presta el servicio subyacente. ➤ Habitualmente con ánimo de lucro. ➤ Existencia de una relación comercial. 	(Rodríguez Marín, 2017)
Congressional Research Service	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Relaciona proveedores con consumidores mediante un trabajo <i>gig</i> u otro trabajo. ➤ Trabajadores son contratados por compañías bajo demanda. ➤ Proporciona servicios a los clientes de la empresa. ➤ Uso de plataformas tecnológicas. ➤ Los proveedores del servicio (trabajadores) son compensados por los trabajos. 	(Donovan et al., 2016)
The Office of Tax Simplification	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las posiciones temporales son comunes. ➤ Contratación de trabajadores independientes. ➤ Contrataciones a c/p o bajo pedido. ➤ Un trabajador puede trabajar por períodos. 	(OTS, 2017)
Cambridge Dictionary	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personas con trabajos temporales. ➤ Personas que realizan trabajos por separado. ➤ Trabajos pagados por separado en lugar de trabajar para un empleador. 	(Cambridge Online Dictionary, 2018)
Comisión Europea	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Término también utilizado para referirse a la Economía Compartida. ➤ Actividades realizadas a través de plataformas en línea. ➤ Creación de un mercado abierto. ➤ Uso temporal de bienes o servicios ofrecidos por particulares. 	(Comité et al., 2016) (Forde et al., 2017)

En el apartado anterior, se hacía hincapié en cómo define la Comisión Europea la Economía Colaborativa. Además, en dicho comunicado se apunta que esta economía “no implica un cambio de propiedad, que puede utilizarse con o sin ánimo de lucro” y que “implica a tres categorías de agentes”, siendo los siguientes (Comité et al., 2016):

1. Prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias (particulares o prestadores de servicios a título profesional).
2. Usuarios de dichos servicios.
3. Intermediarios que, mediante las plataformas en línea, conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos.

Por su parte, Adigital y Sharing España la definen como “modelos de producción, consumo o financiación que se basan en la intermediación de la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales (P2P o B2B) o de particular a profesional a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente, generando un aprovechamiento eficiente y sostenible de los bienes y recursos ya existentes e infrautilizados, permitiendo utilizar, compartir, intercambiar o invertir los recursos o bienes, pudiendo existir o no una contraprestación entre los usuarios”. En el mismo informe se indican una serie de características comunes que comparte esta economía con la *Gig Economy* (Rodríguez Marín, 2017):

- La reducción de intermediarios.
- El uso de la tecnología como parte fundamental en el auge de la Economía Colaborativa.
- Los avances en innovación: inmediatez y reducción en los costes de transacción.
- Un impacto medioambiental positivo.
- El empoderamiento del consumidor y del usuario.
- Las plataformas crean comunidades de usuarios, lo que crea sistemas de reputación y disminuye o desaparece la información asimétrica.
- Muchas plataformas crean sistemas de verificación de usuarios, obteniendo como resultado relaciones personales entre usuarios de mayor confianza y en un entorno seguro.
- En ambos modelos se dan relaciones en todos los sentidos: B2B, P2B, B2C.
- En ambos modelos podemos encontrar actividades con o sin ánimo de lucro.

Como se puede observar en las definiciones de ambas economías, existen similitudes y diferencias que prestan a la confusión y a usarlas, en ocasiones, como sinónimos. En el **Anexo 1** podemos encontrar una tabla que resume las características que comparten o no estas nuevas tendencias económicas.

Las definiciones tomadas contribuyen a determinar con mayor exactitud a qué nuevos sistemas económicos nos enfrentamos y a construir una base que permita establecer una normativa que no presente vacíos legales que sirvan como puertas a la existencia de trabajos precarios. Teniendo en cuenta las mismas y observando sus correspondientes características, destaca como principal diferencia la presencia de una relación comercial en la *Gig Economy* a diferencia de la *Sharing Economy*. A pesar de compartir características y desarrollarse en entornos muy similares, esta diferencia marca un límite entre ambas y pone de manifiesto que no podemos entender ambas economías como sinónimos.

La existencia de trabajadores independientes y una contraprestación por sus servicios en la *Gig Economy*, están estrechamente relacionadas con la característica expuesta en el párrafo anterior. Hay que tener en cuenta que en la Economía Compartida existe el intercambio de bienes y servicios sin una relación de empleo, lo que nos permite concluir con que no todos los negocios de Economía Colaborativa se pueden entender como *Gig Economy* y viceversa. Sin embargo, los cambios tecnológicos, culturales, sociales o económicos que se produzcan en la sociedad afectarán a ambas teniendo en cuenta que se desarrollan en un ambiente análogo. Es por ello que a lo largo de este proyecto haremos referencia a ambas, pero sin olvidar que no son equivalentes.

Para conocer con mayor exactitud las diferencias entre ambas economías, es fundamental tener en cuenta los siguientes aspectos: qué es una plataforma, quienes son sus usuarios y cuál es su actividad. En relación al primero, hay que destacar que las plataformas funcionan solo como intermediarias para poner en contacto a usuarios que desarrollan las actividades propias de Economía Colaborativa o Bajo Demanda. En cuanto a los usuarios y su actividad, son estos los que sí desarrollan la actividad subyacente que está relacionada con uno u otro modelo económico, a través del intercambio de bienes, tiempo, conocimiento o prestando un servicio y pagando el precio convenido (Rodríguez Marín, 2017).

Junto con estas diferencias y la distinción de agentes propuesta por la Comisión Europea, es importante determinar cuál es el papel de los mismos en las distintas economías, en función de la regularidad con la que participen, el tipo de relaciones que establezcan y la existencia o no de ánimo de lucro. Así, las diferencias entre Economía Colaborativa, Economía Bajo Demanda y Economía de Acceso son las siguientes (Rodríguez Marín, 2017):

- En la Economía Colaborativa se generan relaciones P2P, B2B o P2B a través de plataformas intermediarias, donde los agentes son quienes llevan a cabo la actividad subyacente de compartir, utilizar, intercambiar o invertir los recursos/bienes con o sin ánimo de lucro como ocurre en plataformas como Airbnb, Couchsurfing, Blablacar o Ebay.
- En la Economía Bajo Demanda se establecen relaciones B2C a través de plataformas intermediarias, donde los profesionales o particulares llevan a cabo la actividad subyacente originada por la demanda de un usuario y adaptada a sus preferencias, actividad prestada a cambio de una contraprestación y con ánimo de lucro. Es el caso de plataformas como Uber, Cabify, Glovo o Deliveroo que establecen una relación comercial entre los usuarios.
- En el caso de la Economía de Acceso se presenta una diferencia fundamental en comparación con las otras dos economías: en este caso, la plataforma digital sí presta el servicio subyacente y normalmente no se produce contacto entre los usuarios para efectuar las transacciones. Es el caso de *Bluemove*, *Car2go* o *Ministry of New*.

Es evidente que todos los modelos colaborativos y bajo demanda presentan el factor común de contar con una plataforma intermediaria que puede o no tener fines lucrativos, pero cuyos agentes establecen relaciones diferentes y llevan a cabo actividades subyacentes que desemejan entre ambos modelos y, por ende, no podemos utilizar estas economías como sinónimos. Existen autores que establecen vinculaciones entre Economía Compartida y Economía Bajo Demanda. Es el caso de Albert Cañigueral, fundador de la web www.consumocolaborativo.com, quien ofrece el gráfico denominado “Panal de la Economía Colaborativa” donde presenta la amplitud de sectores por los que se han difundido ambas economías (Futuro et al., 2013). (Ver **Anexo 2**).

TABLA 2: RESUMEN DEFINICIONES DE “SHARING ECONOMY”

FUENTE	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Botsman y Rogers	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sistema económico basado en el uso compartido de bienes y servicios infrautilizados. ➤ Intercambio de forma gratuita u mediante un precio. ➤ Intercambio entre particulares. ➤ Uso de plataformas en línea. 	(Consejo Económico y Social de España, 2016)
Rachel Botsman	<p>Clasificación en tres sistemas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistemas basados en producto: uso de un producto sin necesidad de adquirirlo. 2. Mercados de redistribución: adquirir productos gratuitamente, intercambiarlos o venderlos. 3. Estilos de vida colaborativos: intercambio de bienes menos tangibles como el tiempo, espacio, etc. 	(Consejo Económico y Social de España, 2016)
Comisión Europea	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Término utilizado también para referirse a la <i>Gig Economy</i>. ➤ No implica un cambio de propiedad. ➤ Actividades con o sin ánimo de lucro. ➤ Implica a tres categorías de agentes: <ol style="list-style-type: none"> 1. Prestadores de servicios. 2. Usuarios de esos servicios. 3. Intermediarios que conectan a los prestadores con los usuarios. 	(Comité et al., 2016)
Adigital y Sharing España	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Modelo de producción, consumo o financiación. ➤ Relaciones entre iguales (P2P, B2B) o de particular a profesional. ➤ Existencia de plataformas digitales. ➤ Plataforma no presta el servicio subyacente. ➤ Genera aprovechamiento eficiente y sostenible de bienes y recursos ya existentes e infrautilizados. ➤ Se puede utilizar, intercambiar, compartir o invertir bienes y recursos. ➤ Existencia o no de una contraprestación. 	(Rodríguez Marín, 2017)

2. *Gig Economy* y la internacionalización.

Analizando las características de la Economía *On-Demand*, resulta evidente que una de las principales causas que la han impulsado son la innovación y el desarrollo tecnológico. Como apuntan *Sharing Economy* y Adigital en un informe, esta economía se basa en “la intermediación entre la oferta y la demanda (...) a través de plataformas digitales”, dejando en evidencia que la tecnología es una de las claves para su funcionamiento (Rodríguez Marín, 2017).

Tomando en cuenta este distintivo, podemos plantearnos que nos encontramos frente a una economía que va ligada al término **startup**. Pero, ¿en qué consiste una *startup*? Según la definición de Investopedia, estamos ante un modelo de negocio que enmarca a empresas que “están en la primera etapa de sus operaciones y deben desarrollar su producto para generar ingresos que les permita crecer” (Investopedia, n.d.). Además, cuenta con las siguientes **características** (Anselmo, n.d.):

- **Innovación.** Creación de ideas diferentes a las tradicionales, que materializan tras identificar un producto o servicio y crear una oferta que no existe en el mercado. Uber es un claro ejemplo de este rasgo. Surgió en diciembre de 2008 cuando sus creadores esperaban un taxi que no llegaba y se plantearon “¿qué pasaría si con mi móvil pudiese llamar a un coche para que estuviese en el lugar adecuado en el momento adecuado?” (Rodríguez, 2015).
- **Escalabilidad.** Se refiere al potencial de la empresa para entregar el mismo producto en escala potencialmente ilimitada, sin un gran aumento en los costos de producción.
- **Tecnología.** Para que se cumpla el rasgo de escalabilidad, se exige, en la mayoría de los casos, que este modelo de negocio cuente con un fuerte componente tecnológico. De esta manera, si tiene que aumentar su número de usuarios, sus costos no conllevan inversiones masivas. En el caso de la *Gig Economy*, esta característica es esencial, ya que las plataformas digitales son la base de su desarrollo.
- **Incertidumbre.** Se trata de un término estrechamente ligado a la innovación y con la búsqueda de inversores. No se garantiza que la empresa se sustente por sí misma, ya que la idea es nueva y hay que atraer demanda. En el caso de Uber, la idea se materializó con las aportaciones de sus principales creadores, Garret M. Camp y Travis Kalanik, que lanzaron un par de coches en las calles de Nueva York en 2010 y, en el mismo año, algunos inversores valoraron la compañía en 4 millones de dólares.

Son numerosas las *startups* que han nacido y crecido bajo el escenario de la Economía Colaborativa. La revista Forbes publicó un artículo⁷ donde señala las *12 more Pioneers of The Share Economy*, que incluyen a plataformas como Airbnb, Snapgoods, DogVacay, Taskrabbt, LendingClub o Sidecar (Yellen, 2017). Se estima que este mercado global potencial alcance los 570.000 millones de dólares para 2025 (Rodríguez Marín, 2017) y, con ello, que *startups* que se enmarcan dentro de la Economía Bajo Demanda como Glovo, Uber o Etece, continúen con su crecimiento a nivel global.

Una vez conocidas las características del concepto *startups* y que se trata de un término fuertemente conectado a la *Gig Economy*, veamos en qué consisten las *born global* para determinar si la Economía Bajo Demanda facilita que las empresas se internacionalicen con rapidez, evitando seguir el proceso extenso y gradual que, con normalidad, experimentan las empresas de la economía tradicional.

7. Utiliza como sinónimos los términos Economía Colaborativa (Airbnb) y Economía Bajo Demanda (Taskrabbt).

2.1. ¿La *Gig Economy* facilita el fenómeno *born global*?

Parece que en los últimos años el fenómeno *born global* ha ido ganando adeptos y las empresas aceleran su tiempo de internacionalización. Países como Dinamarca, Finlandia, Estados Unidos, Canadá y España presentan una tendencia progresiva a una internacionalización instantánea (Leiva et al., 2000). Además, el período desde que inicia su actividad una empresa hasta que sale al mercado internacional, varía de Estados Unidos al resto del mundo (Chotard, 2017).

En EEUU, casi el 90% de las nuevas empresas de alto crecimiento⁸ o *startups* tienen presencia internacional, teniendo como promedio 5.5 años desde sus inicios hasta que empiezan actividades en el extranjero. Además, es una propensión que se ha visto acentuada en las empresas que se crearon entre 2006 y 2011, ya que solo les toma entre 3 y 4 años internacionalizarse, mientras que a aquellas compañías fundadas antes del año 2000 les toma alrededor de 10 años salir al exterior (Chotard, 2017). Sin embargo, a las *non-US companies* les toma de media entre 1 y 2 años convertirse en globales, hecho que puede explicarse por la dimensión más reducida de sus mercados (Chotard, 2017).

El informe *Global Startup Ecosystem Report*⁹ elaborado por *Startup Genome*¹⁰ y *Global Entrepreneurship Network*¹¹ en 2017, llevó a cabo un análisis profundo para conocer cómo determinadas ciudades construyen y mantienen sólidos ecosistemas de startups. Mediante el análisis de *market reach*, se determinó en qué nivel las *startups* de determinadas regiones pueden globalizarse. El estudio arrojó como resultado que las 10 ciudades con mejor ecosistema para su globalización eran, en este orden: Silicon Valley, Londres, Nueva York, Tel Aviv, Toronto-Waterloo, Berlín, Vancouver, Estocolmo, París y Shanghái (Zubairi, 2017) (**Ver Gráfica 1**).

Para conocer si las empresas *born global* encuentran un apoyo en la Economía *On-Demand*, debemos conocer las posibles razones para que una empresa se internacionalice desde su nacimiento o desde sus primeros años de vida, conocer el significado de los términos *born global* y *global startups* y establecer la conexión que existe entre estos conceptos y la *Gig Economy*. En los apartados siguientes iremos desvelando esta información hasta culminar con una conclusión positiva a la respuesta que encabeza este apartado.

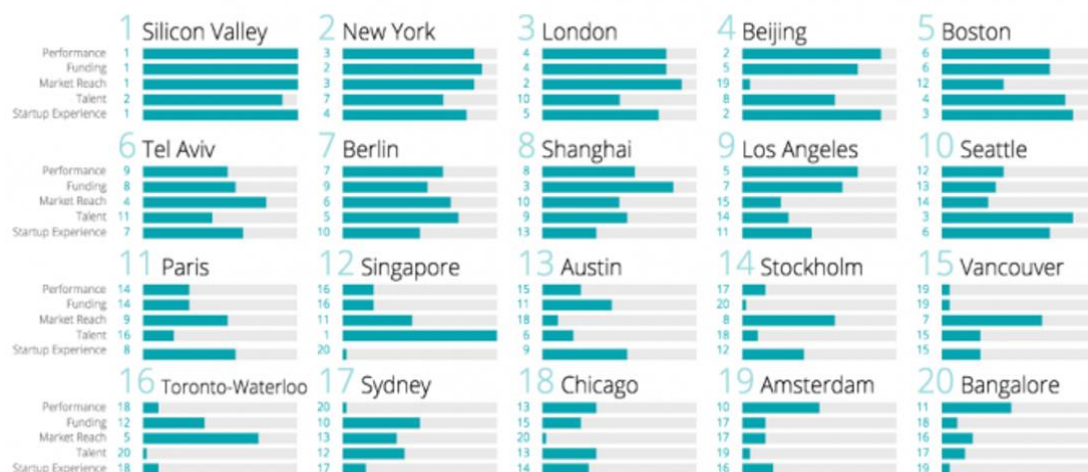
8. Hay que considerar que más del 80% están financiadas o tienen su sede en los EEUU.

9. Se basa en la encuesta a más de 10.000 empresarios en 56 ecosistemas, con el apoyo de 300 organizaciones asociadas. Las ciudades se evaluaron en función de su desempeño y 8 factores de influyentes en el éxito inicial: financiación, alcance de mercado, conectividad global, talento técnico, experiencia de inicio, atracción de recursos, participación corporativa, ambición de fundador y estrategia. Para más información, visitar www.startupgenome.com.

10. Está formada por un equipo de analistas, expertos en políticas, emprendedores y entusiastas de las *startups*. Su objetivo es “ayudar a las comunidades de todo el mundo a tener una influencia radical y directa en el éxito de las *startups*”. Para más información, visitar www.startupgenome.com.

11. “Opera una plataforma de proyectos y programas en 170 países con el objetivo de facilitar a cualquier persona y en cualquier lugar iniciar y escalar un negocio”. Para más información, visitar www.genglobal.org.

GRÁFICA 1: 2017 GLOBAL STARTUP ECOSYSTEM RANKING



Fuente: "The 2017 Global Startup Ecosystem Report, Startup Genome, 2017"

2.1.1. Razones para una rápida internacionalización.

Hablamos de un fenómeno que ha despertado un magno interés alrededor del mundo y, por tanto, resulta interesante conocer las razones por las que la internacionalización rápida está incrementando a nivel mundial. Un informe de "Dialnet¹²" recoge que las siguientes **razones** podrían ser las causantes de este hecho (Leiva et al., 2000):

- La globalización de la economía. Se trata de un acontecimiento que surge de la interdependencia entre las economías de todo el mundo. Dicha interdependencia deriva de la homogeneidad que se ha apreciado en las pautas de comportamiento de los consumidores, de la globalización de sectores, empresas y competencia y de la integración de bloques comerciales (Avanzados, 2004).
- El uso de las tecnologías de la información. En el contexto actual, la información y el conocimiento se convierten en principales activos de las empresas para la generación de riqueza (Achrol & Kotler, 1999).
- Los desarrollos tecnológicos en las áreas de producción y logística. Siendo la tecnología actualmente una fuente de crecimiento económico y de las empresas, es necesario generar nuevos conocimientos aplicables a la funcionalidad de los productos, a sus procesos de fabricación o comercialización (John et al., 1999).
- Reducción de los costes de transporte. Esto supone una gran ventaja ya que abarata el movimiento de mercancías y servicios implícitos.
- Presencia a nivel mundial y en diversidad de industrias pese a que la literatura haya puesto mayor interés en las industrias tecnológicas o de servicios.
- Recursos humanos con mejor preparación. Poseen mayor conocimiento, experiencia y destrezas para administrar empresas en el ámbito internacional.
- Formación de redes comerciales, personales y alianzas estratégicas. Estas variables aceleran el proceso de internacionalización y, en especial, las alianzas estratégicas conllevan intercambios relacionales en los que los socios aportan recursos y capacidades en busca de un objetivo común (Avanzados, 2004).

12. "Es uno de los mayores portales bibliográficos del mundo, cuyo principal cometido es dar mayor visibilidad a la literatura científica hispana". Está coordinada por la Universidad de la Rioja. Para más información, visitar www.dialnet.unirioja.es.

Una vez conocidas las razones causantes de que las empresas se posicionen en mercados extranjeros con mayor rapidez, debemos conocer la definición de *born global* para aproximarnos a dar respuesta a la pregunta principal, si la *Gig Economy* facilita el fenómeno *born global*.

2.1.2. Definición de *born global*.

Debido a su creciente evolución, se trata de un término que ha despertado interés en todo el mundo, provocando diferencias y similitudes en las múltiples definiciones operacionales que han propuesto para el mismo. Estas diferencias radican en la discrepancia de variables a tener en cuenta para considerarlas internacionales: el tamaño de la empresa, la corta edad en la que llegan a ser internacionales, la experiencia, los recursos que posee, su porcentaje de venta en el exterior, las formas de entrada en el extranjero o su estructura organizacional (Leiva et al., 2000).

Nos encontramos ante un concepto que vio la luz por primera vez en un informe australiano escrito por McKinsey en 1993, en el que el autor definía este tipo de organizaciones como aquellas que operaban en el exterior poco tiempo después de su nacimiento, es decir, en torno a unos 6 años (L. Taylor, 2017).

Un año después, Oviatt & McDougall profundizaron en el concepto y propusieron dividir las *born global* en cuatro categorías: *startup* de importación y exportación, *Multinational Trader*, *startups* enfocadas geográficamente y *startups* globales (L. Taylor, 2017). Además, definen estas empresas internacionales como “una organización de negocios que, desde su inserción, busca obtener una significativa ventaja competitiva en el uso de sus recursos y la venta de sus productos en múltiples países” (Leiva et al., 2000).

En 1996, Knight y Cavusgil proponen que son “pequeñas compañías (usualmente) orientadas hacia la tecnología que operan en mercados internacionales desde los primeros días de su establecimiento”, lo cual conlleva dejar al margen a las empresas tradicionales (Leiva et al., 2000). En 1998, Iborra et al. apuntan que estas empresas “se crean con una proyección comercial y empresarial no limitada por fronteras locales ni nacionales” y que “su ámbito producto/mercado tiene una dimensión internacional desde la creación de las mismas” (Leiva et al., 2000).

Ya en el siglo 21, Rial et al. señalan que las *born global* “son firmas emprendedoras cuya administración parece percibir el mundo entero como su mercado desde su nacimiento” (Leiva et al., 2000). Y en 2007, un estudio publicado por *Servantie*¹³ sugiere que estas empresas poseen “una capacidad para desarrollar y coordinar vínculos regulares con lo internacional” (L. Taylor, 2017).

Todas las definiciones hacen hincapié en la corta edad en la que las *born global* llegan a ser internacionales. Sin embargo, no existe consenso en el tiempo que debe transcurrir desde su nacimiento hasta su globalización para considerarse empresas de acelerada internacionalización. Así, hay autores que afirman que son 2 años, otros 3 años, de 3 a 5 años o entre 5 y 6 años (Leiva et al., 2000).

13. Junto a Thierry Verstraete publicaron *Lecture des entreprises à internationalisation précoce et rapide par le Business Model*. Para más información, visitar www.cairn.info.

TABLA 3: CARACTERÍSTICAS DE LAS BORN GLOBAL

Aprovechamiento intensivo de las TICs	PYMEs recientes y emprendedoras que surgen en sectores de alta tecnología como en los tradicionales. Las empresas tecnológicas hacen un uso y aplicación intensiva del conocimiento y del proceso de imitación de las tecnologías.
Visión internacional desde sus inicios	Irrumpen en mercados foráneos desde su nacimiento en un período muy cercano a él.
Poseen recursos limitados (no de conocimiento)	Recursos financieros, humanos, propiedad, planta, etc. a causa de su temprana edad o tamaño y por lo cual prefieren controlar los activos que poseerlos.
Excelencia en el uso de redes o alianzas en destino	A pesar de presentar limitaciones para establecer rutinas o recolectar e interpretar información adecuadamente, lo suplen con la información de las redes que les ofrecen en destino.
Emprendedores competitivos y de mentalidad global	Fortaleza derivada de unos directivos proactivos que gracias a su experiencia y formación internacional, desarrollan conocimientos y habilidades que les facilita la dirección y desarrollo de estos negocios.
Alta propensión al riesgo	Trabajan en mercados volátiles y su escasa experiencia podría llevarles a desconocer el perfil del cliente, sus necesidades o demanda.

Fuente: "Leiva et al., 2000"

Para completar la definición del término *born global*, resulta sugestivo determinar las características de la misma. En la **Tabla 3** encontramos las principales características de estas empresas. Cabe destacar que gran parte del éxito de éstas deriva del uso intensivo de las TICs, una característica que se convierte en aliada del factor riesgo que conlleva salir a los mercados internacionales. Además, gracias a las tecnologías de la información y comunicación, las *born global* pueden satisfacer servicios más ágiles y de menor coste a los clientes y, a su vez, actualizar la información de éstos más rápido que la competencia (Leiva et al., 2000).

2.1.3. Relación entre *born global* y *startups: global startups*.

Una vez definidos ambos términos y conociendo los rasgos que los caracterizan, resulta evidente que existe una fuerte conexión entre las *born global* y *startups*. Como consecuencia del avance tecnológico a gran escala, la globalización, el acceso ilimitado a la información, entre otros, surge un nuevo modelo de negocio que es capaz de saltar las barreras de los modelos clásicos de internacionalización y de tener una amplia visión global que le permite penetrar en los mercados foráneos desde sus inicios: las *global startups* (Martínez, 2013).

En la **Tabla 4** podemos observar la similitud que existe entre las características de ambos modelos. Estamos ante unos rasgos que intervienen conjuntamente dando como resultado un modelo representado por empresas flexibles y capaces de adaptarse rápidamente a los cambios en las necesidades de los clientes a nivel mundial (Martínez, 2013). Las *global startups* se mueven en entornos de algo riesgo e incertidumbre, por lo que es necesario que estas empresas cuenten con una serie de elementos que les permita sobrevivir y crecer (Leiva et al., 2000):

- El uso de estructuras heterogéneas o combinadas que se pueden conseguir mediante alianzas estratégicas, cooperación empresarial (licencias o franquicias) o una estructura de redes. El propósito de estas relaciones es alcanzar un objetivo común de expansión y adquisición de nuevas tecnologías y nuevos conocimientos.
- Localizar oportunidades y/o ventajas en los mercados extranjeros.

- Aprovechar los recursos particulares de cada *startup*. Las *startup* globales poseen pocos recursos pero que son vitales para su funcionamiento. En este sentido, los medios que poseen pueden derivar del uso y aplicación del conocimiento, de la tecnología que poseen, de su orientación al cliente o de su visión innovadora.

TABLA 4: GLOBAL STARTUPS

STARTUP	BORN GLOBAL
Innovación	Visión internacional temprana
Escalabilidad	Servicios más ágiles y menos costos
Tecnología	Aprovechamiento intensivo de las TICs
Incertidumbre	Alta propensión al riesgo
PYMEs	PYMEs

Fuente: Elaboración propia.

Además, su fuerte dependencia de las TICs, les permite combatir con los riesgos derivados de trabajar en los mercados extranjeros. Por medio de la tecnología pueden ofrecer productos/servicios más rápidos y a menor costo; poseer la ventaja competitiva o “recurso único” de contar con información actualizada de sus clientes; y mantener un contacto asiduo con los miembros de las redes en las que participan (Leiva et al., 2000).

2.1.4. *Global startups y la Gig Economy.*

Según la plataforma de inteligencia *CBInsights*¹⁴, la Economía *On-Demand* “abarca startups globales en muchos mercados verticales diferentes” y define estas empresas como aquellas que “agregan demanda en dispositivos móviles, pero satisfacen esa demanda a través de servicios *offline*”. Se trata de una tendencia que se ha extendido a numerosas actividades, no solo al *ridepooling* sino a actividades como solicitar servicios de limpieza para nuestros hogares, al envío y recepción de paquetería, al sector de la salud y el bienestar, etc. (CBInsights, 2015).

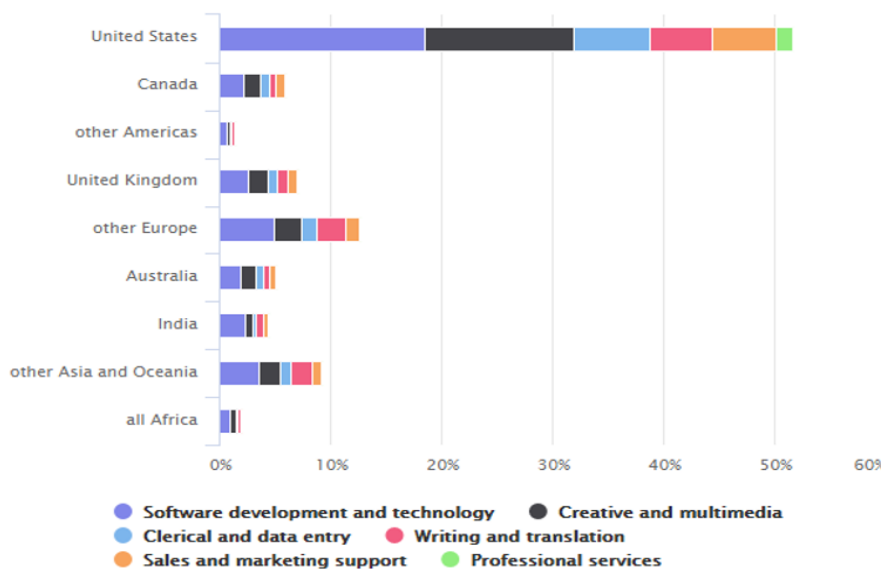
A través del *Online Labour Index*¹⁵, podemos medir “la demanda de mano de obra independiente en línea en todos los países y ocupaciones mediante el seguimiento del número de proyectos y tareas en todas las plataformas en tiempo real” (OLI, 2016). En la **Gráfica 2**, podemos apreciar qué países demandan más mano de obra en línea y qué servicios o tipos de *gig work* son los más reclamados. OLI muestra que los empleadores en Estados Unidos son quienes dominan el mercado, con aproximadamente un 52% de todas las tareas/proyectos publicados. Esta propensión puede justificarse por la amplitud de su mercado y porque la mayoría de las plataformas tienen su sede en EEUU. Además, según se indicó anteriormente, en el informe *Global Startup Ecosystem Report* ciudades como Silicon Valley y Nueva York encabezan la lista de mejores ciudades con un ecosistema óptimo para la globalización de *startups*.

14. Es una plataforma de inteligencia de mercado que “analiza millones de puntos de datos sobre capital de riesgo, startups, patentes, asociaciones y menciones de noticias para ayudar a ver las oportunidades del mañana, hoy”. Para más información, visitar www.cbinsights.com.

15. OLI es el primer indicador económico que proporciona un equivalente de economía gig en línea equivalente a las estadísticas convencionales del mercado de trabajo. Más información en www.ilabour.oii.ox.ac.uk.

Después de Estados Unidos, países como Reino Unido, otros dentro de Europa (Alemania, España, etc.) y algunos pertenecientes a Asia y Oceanía (India, Bangladesh, etc.) poseen una participación de mercado más pequeña. Es relevante señalar que actualmente OLI solo realiza el seguimiento de plataformas en inglés (Lehdonvirta, 2016).

GRÁFICA 2: ¿QUÉ PAÍSES ESTÁN COMPRANDO MÁS MANO DE OBRA EN LÍNEA?



Fuente: "The Online Labour Index, Top 5 countries, 2017".

Como observamos en la **Gráfica 2**, es evidente la presencia internacional de la *Gig Economy*, en la que la tecnología juega uno de los papeles más importantes para su evolución. Además, resulta conveniente tener en cuenta que nos encontramos ante una economía que busca crear nuevas formas de hacer negocio que tengan impacto social en la comunidad y que los clientes actualmente buscan soluciones económicas, accesibles y cercanas, de manera que no se muestran reacios a explorar iniciativas diferentes a las tradicionales (Revista Líderes, 2016).

El último estudio de *Ticketbis*¹⁶ sobre las *startups* españolas y su internacionalización, llevado a cabo en 2015, reveló que el 82% de estas empresas esperaron solo de 1 a 2 años para penetrar en mercados extranjeros y que un 28% de las empresas encuestadas basan su modelo en la *Sharing Economy*¹⁷. La tecnología utilizada y la vocación global del proyecto fueron las dos principales razones para su rápida internacionalización. Además, un 39% cuenta con aportación de capital extranjero (Ticketbis, 2015). Estos resultados ponen de manifiesto que puede existir una relación cercana entre la *Gig Economy* y las *global startups*.

16. Actualmente se denomina Stubhub y consiste en una plataforma española asociada a la compra y venta de entradas para todo tipo de espectáculos. Su estudio tiene por objetivo el análisis de la situación de las startups tecnológicas españolas en el ámbito de su internacionalización.

17. Aunque el estudio hace referencia a la *Sharing Economy*, es posible referirnos también a la *Gig Economy* debido a la confusión extendida que existe entre ambos términos.

2.1.4.1. Factores de la *Gig Economy* que ayudan al fenómeno *born global*.

Si analizamos las características y factores que ayudan a la evolución de la Economía *On-Demand* y características de las *born global* o *global startups*, descubrimos similitudes y correlaciones entre las mismas que permiten determinar si la *Gig Economy* es una aliada del fenómeno *born global*.

En primer lugar, ambos fenómenos están basados en el uso y explotación de las tecnologías. Las *global startups* le dan un aprovechamiento intensivo a las tecnologías de información y comunicación y normalmente sus labores están orientadas hacia la tecnología (Leiva et al., 2000). En el caso de la Economía *On-Demand*, la tecnología es una de las bases principales para su evolución (Consejo Económico y Social de España, 2016) y, además, es indispensable el uso de plataformas digitales que actúan como intermediarias para llevar a cabo la actividad de la empresa (Rodríguez Marín, 2017). Por otro lado, el uso de las TICs reduce las asimetrías de la información, permitiendo que los clientes o usuarios de las plataformas digitales posean tanta o más información que las empresas o/y otros usuarios (Consejo Económico y Social de España, 2016). Es patente la correlación existente en este sentido entre la *Gig Economy* y las *born global*, ejerciendo un apoyo recíproco entre ambas.

En segundo lugar, se ha apuntado anteriormente que las *born global* poseen recursos financieros limitados (Leiva et al., 2000). Este límite puede verse reducido o eliminado mediante la *Gig Economy*, ya que ésta reduce los gastos de explotación de las empresas ofreciendo flexibilidad en la contratación de personal (Expansión, 2017). Esta característica se encuentra vinculada también a la tecnología en las siguientes vías:

- El indiscutible uso de Internet presente en la Economía Bajo Demanda reduce el coste de las actividades de las empresas, permitiendo que éstas lleven su negocio más allá de la empresa, mantengan un contacto perene con los clientes y respondan rápidamente a las constantes nuevas demandas derivadas de los cambios en los gustos y necesidades de los clientes (Manyika et al., 2016). Este factor beneficia a las *born global* ya que, a la vez que reducen sus costes de expansión, también localizan oportunidades o negocios en territorios foráneos con costes asequibles que les permitan paliar su limitación de recursos (Leiva et al., 2000).
- Debido a la condición de escasez de recursos que poseen las *born global* para expandirse al extranjero (Leiva et al., 2000), la reducción de costes marginales resulta una fuente de apoyo. En este sentido, el modelo de funcionamiento de la *Gig Economy* conlleva que agregar nuevos participantes a las plataformas suponga unos costes mínimos, dando como resultado irrisorias barreras de entrada a nuevos trabajadores que quieran participar en las mismas (Manyika et al., 2016).

En tercer lugar, las *born global* al ser empresas pequeñas y poseer pocos recursos, basan sus actividades en la instauración de la innovación y en nichos de mercado identificados por sus propietarios o administradores para vender u ofrecer su servicio a un mayor número de mercados extranjeros y de personas (Leiva et al., 2000). En su caso, la Economía *On-Demand* demanda online para satisfacer servicios offline (CBInsights, 2015) y busca nuevas formas de hacer negocio para clientes que demandan soluciones accesibles y económicas (Revista Líderes, 2016), todo ello mediante el fácil acceso a los servicios en línea, impulsando el consumo y el acceso a nichos de mercado que conecten a los consumidores y estimulen la demanda (Manyika et al., 2016). Las características definidas de la *Gig Economy* ponen de manifiesto que ésta es una fuente de impulso para la internacionalización de las *born global*, ofreciendo nuevas formas

de hacer negocio mediante la tecnología y la detección de nichos de mercado que aún no han sido satisfechos, como es el caso de la creación de Uber.

Finalmente, se resaltó la excelencia en el uso de redes o alianzas en destino que emprenden las *born global*. En este sentido, hay que mencionar dos vías en las que la *Gig Economy* puede convertirse en promotor de acceso a los mercados internacionales para las *born global*:

1. Las empresas empleadoras más grandes usan plataformas independientes para encontrar trabajadores temporales (Lehdonvirta, 2017).
2. Inversiones estratégicas dentro del universo *on-demand* (CBInsights, 2015).

Respecto a la primera vía, un estudio¹⁸ reciente de la Universidad de Oxford ha revelado que las empresas *Fortune* 500 y las multinacionales hacen uso de plataformas independientes para encontrar trabajadores que suplan sus necesidades eventuales. Esto supone una modificación en su estrategia de compras, que las empresas adoptan en base a tres principales motivaciones (Lehdonvirta, 2017):

1. **Proporciona acceso fácil a una fuente escalable de trabajo, habilidades y experiencia.** Resulta atractivo para las empresas tener acceso a trabajadores independientes altamente especializados, de esa manera complementan de manera rápida y flexible las capacidades internas de la empresa.
2. **Reducción de costes de arranque y transacción.** En comparación con la adquisición de personal tradicional, contratar empleados *on-demand* reduce sustancialmente los costes y permite una puesta en marcha más rápida de las actividades comerciales.
3. **Eliminación de las barreras de contratación temporales.** A través de las plataformas tecnológicas, se eliminan barreras geográficas, informativas y administrativas del proceso tradicional de contratación, permitiendo adquirir nuevas habilidades y conocimientos para la organización de manera flexible y acelerada.

Los beneficios potenciales derivados de esta tendencia están relacionados con la búsqueda de ventajas para crear conocimiento e innovar y, además, con la flexibilidad y, en concreto, con estos tres tipos de flexibilidad (Lehdonvirta, 2017):

1. **Flexibilidad numérica.** Para dar respuesta a los cambios en la demanda de un producto o servicio, es necesario poseer la capacidad de ajustar velozmente el tamaño de la plantilla de una empresa o las horas trabajadas. Esto se consigue mediante el empleo *on-demand*, ofreciendo a las empresas un pronto acoplamiento a la heterogeneidad en el volumen de demanda.
2. **Flexibilidad funcional.** Hace referencia a la posibilidad de la empresa para adaptar su actual fuerza de trabajo a diferentes tareas según sea necesario. Esto exige una variedad de habilidades que en determinados momentos o proyectos la empresa no posee, una limitación que se puede subsanar mediante la contratación de *gig-workers* que posean habilidades y conocimientos especializados en las nuevas necesidades de la empresa.
3. **Flexibilidad financiera.** Está relacionado con la capacidad de la empresa para ajustar sus costes en RRHH como respuesta a los cambios en el precio externo de la mano de obra.

18. El informe hace referencia a aquellas plataformas que facilitan algún tipo de trabajo gig. Se basa en el estudio de 9 empresas que pertenecen a *Fortune* 500 (7 casos) y multinacionales (2 casos). En total se realizaron 24 entrevistas con los gerentes de las empresas y, además, se entrevistó a personal de la plataforma que prestó servicios a las empresas clientes.

Además, el estudio de la Universidad de Oxford encontró 6 valores de las plataformas en línea que en comparación con los medios tradicionales de contratación de mano de obra (Lehdonvirta, 2017):

1. **Coste.** Ejemplos derivados de personal que participó en el estudio, indicaron que la limitación presupuestaria marca la decisión sobre que vía utilizar para la contratación de personal. Para algunas de las empresas, la contratación *on-demand* se adaptaba mejor a sus posibilidades y necesidades.
2. **Velocidad.** El tiempo desde que la empresa se pone en contacto con la plataforma hasta que recibe respuesta de la misma, es menor que la del sistema tradicional. Lo mismo ocurre con el procedimiento, se ve acortado y el tiempo de contratación se reduce a días, mientras que las agencias usuales tardan semanas.
3. **Flexibilidad.** Permite una escala ascendente y descendente de los equipos de proyecto.
4. **Organización.** Relacionado con el alto nivel y la capacidad de respuesta de las plataformas.
5. **Experiencia.** Permite que las empresas atraigan habilidades y conocimientos que no pueden adquirir mediante otras vías.
6. **Calidad.** Referida a la alta calidad del trabajo que desarrollan los *gig-workers*.

Finalmente y relacionado con la segunda vía para la internacionalización de las *born global*, un estudio de *CBInsights* muestra como dentro de los mercados internacionales, una amplia gama de inversores desvían su capital para invertir en plataformas *on-demand* (CBInsights, 2015). En la **Gráfica 3**, aparecen nombres como Volvo, Google, UPS, así como tratos con Uber o Lyft.

GRÁFICA 3: INVERSORES ESTRATÉGICOS EN SERVICIOS ON DEMAND



Fuente: "The On-Demand Landscape: An Overview, 2015".

Junto a las inversiones, grandes empresas llevan a cabo acuerdos con plataformas *gig* para darle valor añadido a sus servicios. Ejemplo de esto es Google, quien participó en 11 acuerdos con 5 compañías diferentes, incluyendo una inversión muy notable dentro de la Economía Bajo Demanda por importe de 258 millones de \$ en la Serie C de Uber (CBInsights, 2015). En la **Tabla 5**, se observan éste y otros ejemplos más de acuerdos entre grandes empresas y la Economía *Gig*.

TABLA 5: INVERSIONES DE GRANDES EMPRESAS EN PLATAFORMAS GIG

Corporate Investor	On-Demand Investments / Acquisitions
Google	UBER, RelayRides, Sidecar, HOMEJOY, LUXE
COMCAST	Instacart, shuddle
VOLVO	cargomatic, RidePal™

Fuente: "The On-Demand Landscape: An Overview, 2015".

Los inversores de capital riesgo con una relación más activa con la *Gig Economy* se muestran en la **Tabla 6**. *First Round Capital* recientemente invirtió en Series A en una *startup* de entrega de flores llamada *Bloomthat*, unido a la inversión previa que realizó en Uber. Por su lado, *Sherpa Venture* realizó inversiones en *Shyp*, *Luxe* y *Munchery* (CBInsights, 2015).

TABLA 6: EMPRESAS DE CAPITAL RIESGO MÁS ACTIVAS EN LA INVERSIÓN GIG

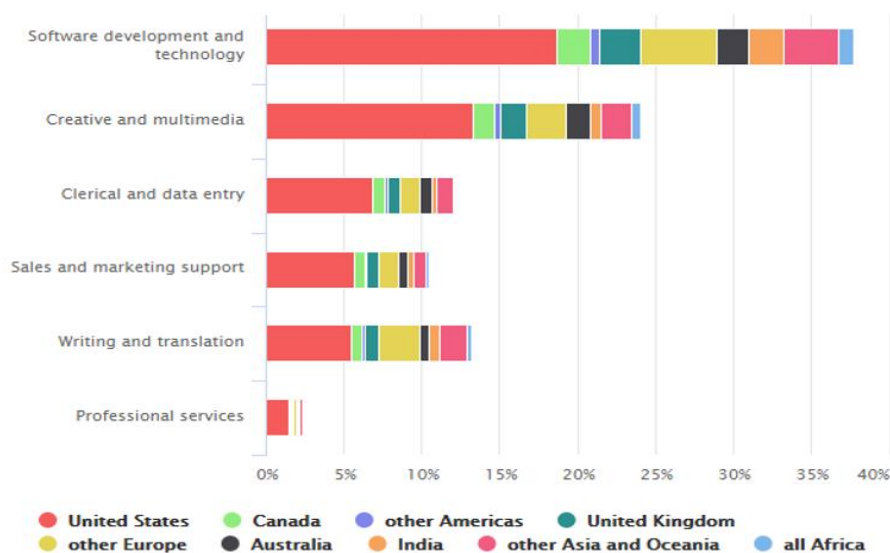
VC Investor	Select On-Demand Investments
SV Angel	washio, DOORDASH, HOMEJOY, Instacart
SHERPA VENTURES	MUNCHERY, shyp, LUXE, Alfred
ANDREESSEN HOROWITZ	airbnb, Instacart, Lyft, DogVacay
First Round CAPITAL	BLOOMTHAT, Boxed, Hotel Tonight, UBER
Slow	HANDY, LUXE, StyleSeat, Wag!

Fuente: "The On-Demand Landscape: An Overview, 2015".

La globalización provoca que existan redes comerciales y personales, así como alianzas estratégicas entre empresas de cualquier rincón del mundo. Las inversiones resultan una fuente importante de apoyo para la internacionalización temprana de las organizaciones y, a su vez, los grandes inversores crean sinergias junto a las plataformas *gig*, dando como resultado un mecanismo alternativo y complementario que les permite crecer y descubrir nuevas oportunidades en otros mercados (Leiva et al., 2000).

Sirva de ejemplo, conocer las actividades *gig* más demandadas por región. En la **Gráfica 4**, se observa, en base al índice OLI, que *software development and technology* encabeza la lista de estas actividades, con más de un tercio de proyectos. Le persigue *creative and multimedia*, estando ambas fuertemente ligadas a la tecnología. Además, Estados Unidos lidera el porcentaje de demanda en cada actividad. Los servicios profesionales tales como contabilidad o derecho, se encuentran en la cola de esta gráfica. Sin embargo, se ha contemplado una notable mayor demanda en servicios legales y, dado que OLI se actualiza constantemente, se podrá comprobar en qué nivel aumenta la demanda de servicios profesionales mediante plataformas *gig* (Lehdonvirta, 2016).

GRÁFICA 4: DEMANDA DE ACTIVIDADES *GIG* POR REGIÓN



Fuente: "The Online Labour Index by Occupation, 2017".

TABLA 7: FACTORES DE LA GIG ECONOMY QUE FACILITAN EL FENÓMENO BORN GLOBAL

FACTORES	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fuente principal para su evolución. ➤ Aprovechamiento intensivo de las TICs. ➤ Reducción de asimetrías de información 	(Leiva et al., 2000) (Consejo Económico y Social de España, 2016) (Rodríguez Marín, 2017)
Reducción gastos de explotación (vinculado con la tecnología)	<p><u>Uso de Internet:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reducción del coste de las actividades. ➤ Contacto continuo con los clientes. ➤ Respuesta rápida a los cambios en la demanda. ➤ Detección de oportunidades de negocio en el exterior a costes asequibles. <p><u>Reducción de costes marginales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevos participantes en las plataformas a coste mínimo. ➤ Escasas barreras de entrada a nuevos trabajadores. 	(Leiva et al., 2000) (Manyika et al., 2016) (Expansión, 2017)
Aumento de la demanda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Satisfacción de servicios offline vía online. ➤ Soluciones accesibles y económicas para los clientes. ➤ Impulsa el consumo. ➤ Estimula la demanda. 	(Leiva et al., 2000) (Revista Líderes, 2016) (Manyika et al., 2016) (CBInsights, 2015)
Promueve el acceso a mercados internacionales	<p><u>Uso de plataformas <i>gig</i> por parte de grandes empleadores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fácil acceso a trabajadores, habilidades y experiencia. ➤ Reducción de costes de arranque y transacción. ➤ Eliminación de barreras de contratación temporal. ➤ Flexibilidad numérica, funcional y financiera. ➤ 6 aspectos mejores que las formas de contratación tradicionales: coste, velocidad, flexibilidad, organización, experiencia y calidad. <p><u>Inversiones estratégicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Grandes inversores en plataformas <i>gig</i>. ➤ Inversiones y acuerdos. ➤ Inversiones como fuente de apoyo a la internacionalización temprana. ➤ Creación de sinergias. 	(Lehdonvirta, 2017) (Leiva et al., 2000) (CBInsights, 2015)

3. Análisis de la *Gig Economy* en diferentes contextos internacionales.

Una vez conceptualizado el término *Gig Economy* y conocidos los factores de la misma que facilitan la internacionalización de las empresas, procedemos a analizar su situación en diferentes contextos empíricos, incluyendo ejemplos de plataformas que han nacido dentro de los mismos. La *Gig Economy* pese a ser un fenómeno mayormente conocido en el continente americano y siendo objeto de un continuo debate, la información disponible no únicamente se ha centrado en este ámbito geográfico, sino que hablamos de un sistema que ha ido emergiendo con fuerza a raíz de la crisis y que, por tanto, también se ha ido extendiendo a la economía de países situados en otros continentes. Esta tendencia económica genera muchas oportunidades, incrementa la productividad y ofrece la posibilidad de que los consumidores tengan un mayor y más rápido acceso a un amplio abanico de servicios y productos. Sin embargo, también genera la gran incertidumbre de cómo regular los derechos de los trabajadores en este segundo mercado, sin vulnerar las normas establecidas en los modelos tradicionales. Este trabajo se va a centrar en su evolución en España, EEUU y Reino Unido, apoyado en varios estudios y encuestas publicados que se realizaron con el fin de estudiar las causas, evolución y resultados de la Economía *On-Demand*.

3.1. *Gig Economy* en España.

Se ha experimentado un evidente incremento en las noticias referidas a la Economía Bajo Demanda, no solo a nivel internacional sino también en nuestro país. De acuerdo con el informe *Gig Economy* de Oracle, “el 38% de las empresas españolas entrevistadas ya contrata a la mayor parte de sus nuevos empleados en función de proyectos y esta será una tendencia creciente”, una opinión en la que coinciden responsables de RRHH y trabajadores (Oracle, 2017).

Es indiscutible que se está produciendo un cambio en los hábitos de consumo de las personas y en la forma en la que estos tratan de satisfacer sus necesidades. Los partidarios de la Economía Bajo Demanda defienden que los gustos de los consumidores varían en función del factor temporal, es decir, esa volatilidad de gustos afecta claramente en el desarrollo de la *Gig Economy*.

Existen numerosos argumentos de diferente índole que hacen pensar que esta economía es superior a la economía tradicional de consumo. Pero ¿cuáles han sido los factores que han provocado este boom? La respuesta deriva del análisis de una confluencia de factores económicos, culturales y tecnológicos (Futuro et al., 2013).

- Factores económicos. Con la aparición de la crisis había que buscar medidas para conseguir la reducción de costes en las empresas, así como disminuir los gastos de los consumidores. En relación con las empresas, cabe destacar la reducción de costes mediante la no existencia o exigencia de una oficina a la cual acudir para llevar a cabo las tareas laborales, al que se suma el hecho de pagar únicamente la mano de obra requerida para un determinado proyecto. En cuanto a los consumidores, la reducción de su poder adquisitivo empujó a que estos usen por primera vez servicios colaborativos, experimentando los beneficios que derivan de los mismos y dando un paso más hacia adelante para que se produzca un cambio cultural.
- Factores culturales. Estudios calculan que para el 2025, el 70% de la fuerza laboral estará conformada por la generación Millennium, una generación que se está asentando con

una serie de paradigmas que cambian la forma de relacionarse, de trabajar y de vivir (Cesar, 2016). Con la difusión de Internet y la popularización de sus herramientas tales como blogs, redes sociales, Wikipedia, etc., los usuarios han sido capaces de descubrir la magia de compartir con otros. Como ya se conoce, la generación Y es colaborativa, le gusta compartir información y no les preocupa cambiar de empleo, características que sirven de apoyo para la expansión de la Economía bajo demanda.

- Factores tecnológicos. La posibilidad de contratar un servicio o comprar un producto solamente con el hecho de pulsar un botón o una parte de la pantalla de nuestros teléfonos móviles, acelera el crecimiento de empresas que ofrecen acceso dónde y cuándo quieras a lo que quieras. La existencia de apps para gestionar gran cantidad de las actividades de nuestra vida cotidiana va generando confianza en el consumidor, confianza que se traduce en una mayor colaboración con desconocidos y una conectividad permanente.

Para conocer mejor el desarrollo de la Economía Bajo Demanda en España y las razones que han causado la implantación de negocios bajo su estructura, a continuación, estudiaremos qué factores facilitan o dificultan su evolución.

3.1.1. Factores que facilitan la evolución de la *Gig Economy* en España.

Para desarrollar este apartado vamos a basarnos principalmente en un informe sobre “Nuevos Hábitos de Consumo, Cambios Sociales y Tecnológicos” elaborado por el Consejo Económico y Social de España en el año 2016 (Consejo Económico y Social de España, 2016). El mencionado informe identifica los notables cambios en las pautas de consumo derivados tanto de causas socioeconómicas como del avance en el ámbito tecnológico, escenario que pone de manifiesto prestar atención al modo en el que afecta a los consumidores y usuarios, así como detectar las oportunidades y desafíos en los diferentes sectores.

Cambio en los hábitos y la estructura del consumo.

Las nuevas herramientas de comunicación digital y los importantes cambios sociales que se han experimentado en los últimos años coincidentes con el periodo de crisis y, por tanto, con la caída del gasto, han provocado una transformación en la estructura de consumo.

La nueva manera de relacionarse a través de los medios digitales siendo las redes sociales su principal componente, provoca el desarrollo de nuevas modalidades de consumo. Como gran ejemplo de comunidad virtual podría citarse el uso de software libre, el intercambio online, las donaciones, los gastos compartidos de servicios a través de medios digitales, etc. Se trata de un modelo relacional altamente exitoso en España ya que, según el informe citado, “más del 80 por ciento de los usuarios de Internet con edades comprendidas entre 16 y 55 años frecuenta las redes sociales”. Hablamos de un uso que va más allá de mantener una conversación para brindar importancia a comprar, vender, seguir una marca o jugar online.

A partir de la crisis de 2008, se han buscado alternativas de consumo que compiten junto a los medios convencionales, dando como uno de sus resultados la *Sharing Economy* y con ella un cambio en el valor de posesión de un objeto. En este sentido, la utilidad de un bien se puede multiplicar mediante la transmisión entre consumidores, práctica que no solo conlleva una reducción en el impacto medioambiental, sino que incrementa la confianza entre consumidores.

Esta nueva visión ha dado pie al nacimiento de comunidades de consumidores tan conocidas como Bla Car, Wallapop o Chicfy.

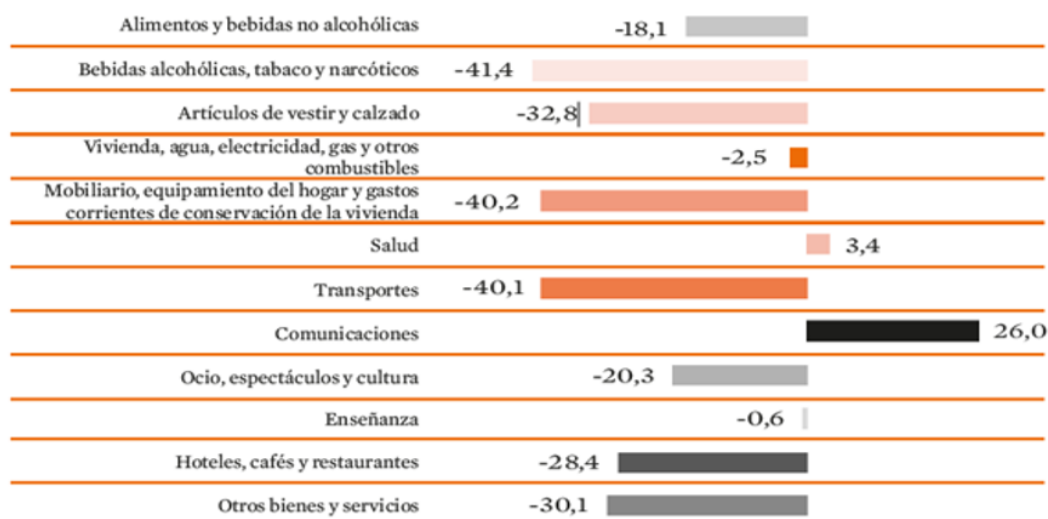
Desde de la segunda mitad del siglo XX, el modelo de consumo implantado en la sociedad española venía determinado por el acceso a determinados bienes o servicios. Con el paso del tiempo se ha ido modificando el orden de preferencia sobre los mismos, lo que permite tomar como indicador del nivel de desarrollo socioeconómico el gasto que se asigna a bienes de primera necesidad (alimentación, salud), ocio o cultura.

INE (Instituto Nacional de Estadísticas) en España elabora una Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) basada en una muestra de 24.000 hogares con la que se “permite conocer el gasto en consumo de los hogares residentes en España, así como la distribución del mismo entre las diferentes parcelas de consumo”. Se ha producido un descenso en el gasto medio de las diferentes partidas que incluye dicha encuesta, provocando un cambio en la composición de la cesta de la compra y, por tanto, en las prioridades de los consumidores (INE, 2011).

Así, tomando en cuenta una variación desde 2006 hasta 2015, una visible modificación se encuentra en la partida de comunicaciones. La sociedad española se encuentra claramente inmersa en las redes de comunicación e información y con un amplio acceso a los instrumentos que les permiten estar conectados (móviles, portátiles, tabletas, etc.), factores que se convierten en una clara manifestación de la importancia que los españoles le conceden a esta partida. Debido al incremento en el uso e importancia que le dan los consumidores, se han producido modificaciones de normativas en el mercado y una constante guerra por la innovación, permitiendo un abaratamiento en los precios de acceso a las telecomunicaciones y, por tanto, un incrementando del uso y del número de consumidores.

GRÁFICO 5. EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO POR HOGAR

(Precios constantes de 2006)
% de variación 2006-2015



Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares, 2016.

Conectividad y uso de las TIC en España.

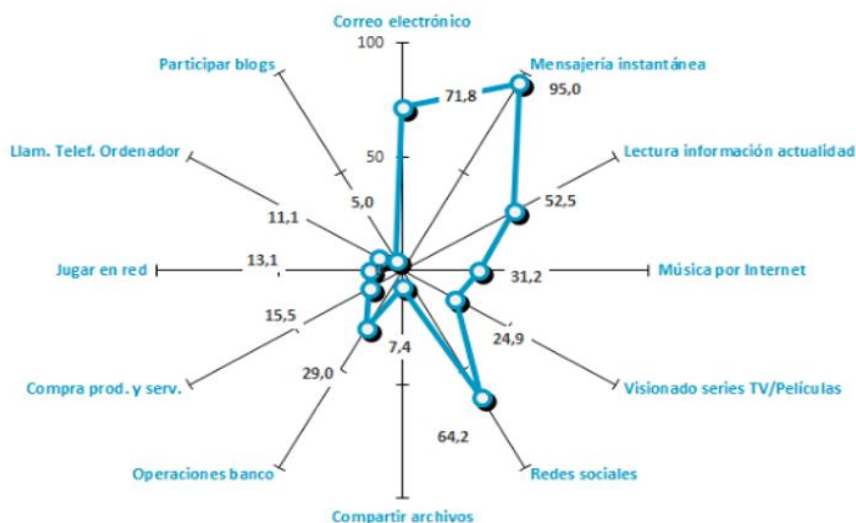
Según una encuesta elaborada por INE en el año 2016, “el 81.9% de los hogares españoles tiene acceso a Internet”, dándose un incremento en red de cable o fibra óptica en los últimos años. Como factores que influyen en el cambio de hábitos de consumo relacionados con la conectividad encontramos el nivel de asequibilidad de las TIC y con ello su uso, la penetración de los *smartphones* o el nivel de habilidad digital poseído.

En relación al primer factor, cabe destacar que el uso de Internet se ha extendido a una amplia mayoría dentro de la población española, incluso entre los más jóvenes con edades comprendidas entre 10 y 15 años. El desarrollo en el acceso de los españoles a las TIC lleva consigo una mayor utilización de las mismas, siendo importante el uso que se le da para poder obtener un mayor beneficio de las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías de comunicación e información.

En cuanto a la inserción de los teléfonos inteligentes, es importante señalar que afectan directamente al comportamiento del consumidor ya que los límites de tiempo o lugar para estar conectados desaparecen. Es decir, con la posesión de esta tecnología los consumidores tienen acceso pleno para llevar a cabo sus actividades de comunicación, compra, venta, difusión de información, etc.

GRÁFICO 6. PRÁCTICAS ONLINE ESPAÑA.

Servicios utilizados por internautas Abril/Mayo 2017



Fuente: ONTSI, Panel de hogares “Servicios utilizados por los usuarios de Internet.

Finalmente, el nivel de habilidad que posee un consumidor de TIC resulta trascendental. A mayor sea su nivel de pericia, mayor será el aprovechamiento que se dé a los recursos disponibles y, por tanto, convertirá la existencia de los mismos en una oportunidad real. Además, si se realiza un uso audaz de Internet se obtendría un mayor provecho de las actividades online e, incluso, la transmisión de dicha habilidad o conocimiento a otros usuarios.

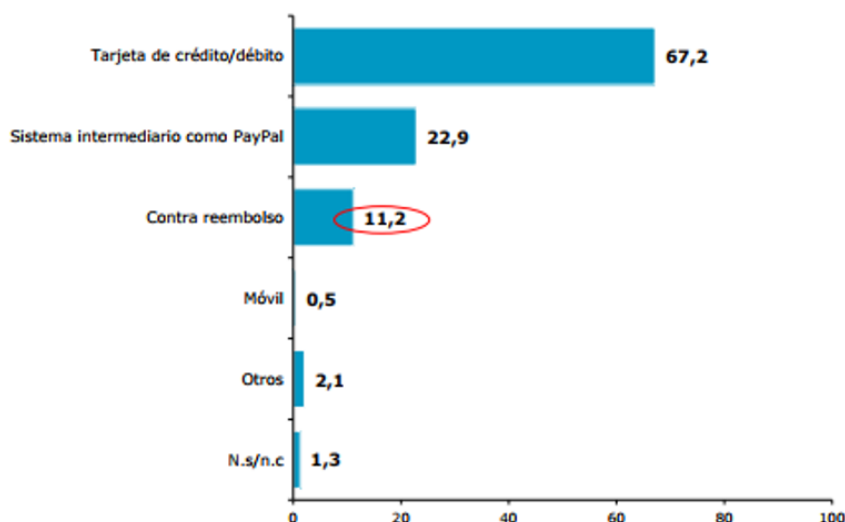
Comercio electrónico en el marco de la Economía Colaborativa.

Los consumidores y usuarios de las TIC poseen un mayor nivel de acceso a cualquier tipo de información lo que les permite estar más instruidos y poder hacer comparaciones entre distintas ofertas, conocer opiniones de otros usuarios, recibir consejos y, además, debido a la existencia de comunidades virtuales o plataformas creadas para recoger opiniones personales, los usuarios pueden participar e interactuar con el resto de consumidores. Así, dichos usuarios pasan de ser simples consumidores finales a convertirse en *prosumidores*¹⁹ y, por tanto, a plantear un gran reto para el comercio electrónico. Se podría determinar que el comercio electrónico es uno de los precursores de la Economía Colaborativa que junto con la ligereza con la que avanzan las tecnologías y el incremento en el acceso a la información, han generado dicha nueva tendencia económica.

Según últimos estudios elaborados por ONTSI en 2015 y 2016 (General, 2011), los productos más adquiridos a través de Internet son billetes de transporte, entradas a espectáculos, ropa y reservas de alojamiento. Estas cuatro partidas varían en orden respecto de un año para otro, sin embargo, mantienen las primeras cuatro posiciones en cuanto a bienes y servicios mayormente demandados y, además, se produce un incremento porcentual de un año para otro (Ver **Anexo 3**). Los consumidores tienen acceso a la compra de cualquier tipo de bien o servicio ya sea desde sus hogares o, una tendencia creciente, a través de sus dispositivos móviles.

Una de las características de la *Gig Economy* es el fácil y rápido acceso desde cualquier lugar y en cualquier momento a un bien o servicio. En este sentido, cada vez es mayor la utilización de *smartphones* para llevar a cabo una actividad online. Las continuas y crecientes adaptaciones de las compañías de su versión online de sus tiendas virtuales para pc en aplicaciones para móviles permiten que se efectúe una transacción en segundos, siendo el principal medio de pago las tarjetas de crédito/débito, seguidas del uso del sistema PayPal o contra reembolso.

GRÁFICO 7: FORMA DE PAGO EN INTERTET PREFERIDA (%2015)



Fuente: ONTSI, Panel Hogares

19. "Prosumer" en inglés. Término acuñado en 1980 por el escritor estadounidense Alvin Toffler que resume en una única palabra los términos "consumidor" y "productor". Término asignado para aquellos consumidores que son más exigentes y se involucran de manera activa con un producto ("queaprendemoshoy.com,"). Gestionan y producen información, crean tendencias y valores.

Gracias a la revolución digital que se ha producido en los últimos años, ha cambiado la forma de relacionarse entre los consumidores y las empresas. Año tras año se persigue crear nuevos métodos de pago que sean más seguros, más rápidos y cómodos en el ámbito del comercio electrónico. Así, según la Cámara de Comercio de Valencia, Paypal, tarjetas virtuales, *contactless* y el pago a través de apps móviles son los principales métodos de pago que experimentan crecimiento gracias al uso masivo de los dispositivos móviles inteligentes y el *e-commerce*.

El informe señalado al principio de este apartado sobre los “Nuevos Hábitos de Consumo, Cambios Sociales y Tecnológicos” establece una tipología de los nuevos medios de pago que la divide en tres opciones: según el dispositivo utilizado, según el tipo de servicio ofrecido y según la forma de financiación.

En la primera clasificación, según el dispositivo utilizado, podemos encontrar las tarjetas *contactless*. A pesar de ser un medio menos drástico e innovador ha cogido fuerza en toda Europa, encontrándose su uso en España, según el periódico digital “Economía Digital”, “12 puntos superior a la media europea”, lo que significa que se ha producido un incremento de su utilización en un 26% en el último año. Las tarjetas tradicionales incorporan un sistema denominado NFC²⁰ que permite que las transacciones se realicen con mayor agilidad, así sus usuarios efectúan una compra no superior a 20 euros (en algunas ocasiones no superior a 30 euros) sin la necesidad de introducir su código pin y simplemente acercando la tarjeta a un lector para validar su compra.

Dentro de esta clasificación, podemos incluir aquellos dispositivos con acceso a Internet. Esto incluye teléfonos móviles, ordenadores y *tablets*. De cara al futuro, los primeros son aquellos que tienen más fuerza para prevalecer como medio de pago característico de la *Gig Economy*. La razón la encontramos en la facilidad de acceso ya que se trata de un dispositivo móvil que nos permite ejecutar transacciones con inmediatez combinando tecnología NFC con pagos realizados a través de aplicaciones móviles.

Un claro y novedoso ejemplo de las facilidades que nos ofrece el teléfono móvil son las aplicaciones para realizar pagos entre amigos. La aplicación *Bizum* resume su funcionalidad mediante el eslogan “si llevas móvil, llevas dinero”. Según la propia web, la app consiste en “un sistema de pago pensado para todos que funciona de una cuenta bancaria a otra y que está integrado en la app de tu banco”. Tras activar la aplicación, elegir un número de teléfono de nuestra lista de contactos y el importe requerido, un usuario puede solicitar o transferir dinero a la cuenta bancaria de un amigo de manera “instantánea, fácil y segura”.

En la clasificación en función del tipo de servicio ofrecido encontramos las tarjetas virtuales, los servicios de pago y transferencia online ofrecidos por PSD2²¹ y los *e-wallet*, todos pensados para llevar a cabo transacciones online. Las tarjetas virtuales tienen una funcionalidad muy similar a las tarjetas físicas pero su principal diferencia radica precisamente en que no existen de forma material. Dentro de los servicios ofrecidos por PSD2 encontramos el ya conocido Paypal. Caracterizado por su celeridad y cómodo uso para los usuarios, se trata de un servicio para el

20. “Near Field Communication”. “Es una forma de comunicación sin contacto entre dispositivos como teléfonos inteligentes o tabletas. La comunicación sin contacto permite que un usuario mueva el teléfono inteligente sobre un dispositivo compatible con NFC para enviar información sin necesidad de tocar los dispositivos juntos o realizar varios pasos configurando una conexión” (www.nearfieldcommunication.org).

21. “Payment Service Providers”. Pretende “igualar el entorno de negocio entre países y entre proveedores de servicios de pago, reforzando con ello la posición del consumidor, que se beneficia de una mayor competencia”. A demás, un objetivo clave “es crear un mercado único europeo para consumidores y comerciantes, sobre todo para el comercio electrónico”. Para más información visitar www.deltafinanciero.com.

que hay que crearse una cuenta online. Mediante un correo electrónico y una contraseña, sin compartir datos bancarios, se pueden ejecutar compras online.

Finalmente, *e-wallet* funciona como un monedero tradicional, pero con la ventaja de que desaparece la necesidad de llevar dinero físico en la cartera. Cabe distinguir entre monedero móvil y monedero virtual. El primero permite el pago en establecimientos físicos mediante el uso de un teléfono móvil y en muchos casos establecen una conexión entre otros medios de pago y el celular. Mientras que el segundo, permite la acumulación de saldo en una cuenta virtual, elimina la necesidad de realizar un pago mediante un dispositivo móvil y se trata de un servicio de prepago, es decir, el usuario únicamente puede hacer uso del dinero que previamente haya traspasado a su monedero móvil.

La tercera y última clasificación que propone el citado informe está basada en el origen de la financiación. Así se distinguen tres posibles fuentes de financiación: fuentes de financiación tradicionales, basadas en las tradicionales y alternativas a las tradicionales.

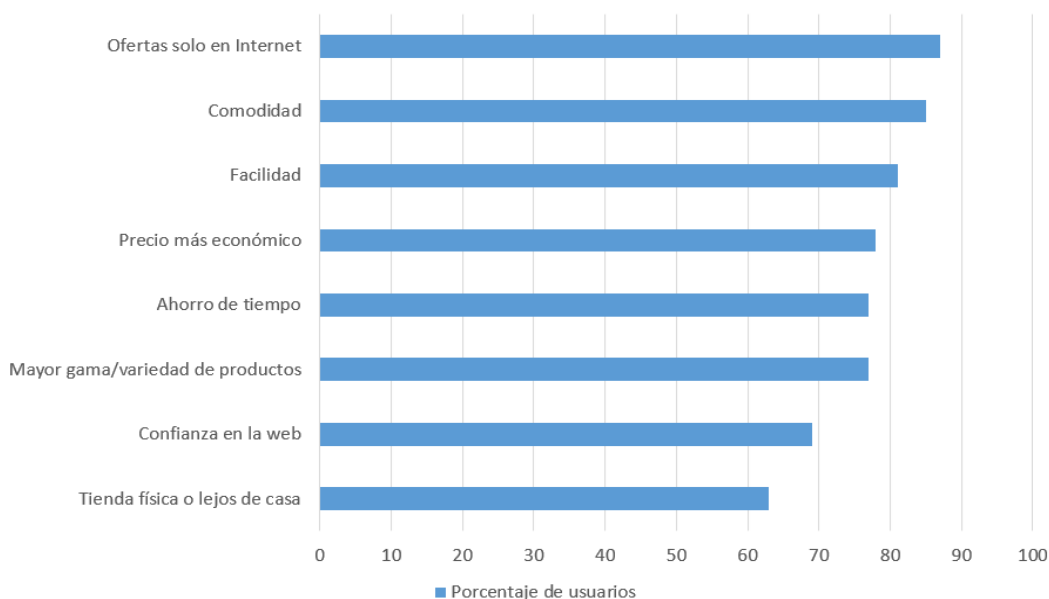
TABLA 8: TIPOLOGÍA NUEVOS MEDIOS DE PAGO

DISPOSITIVO	TIPO DE SERVICIO	FINANCIACIÓN	FORMA DE PAGO
Tarjetas <i>Contactless</i>	Tarjetas virtuales	Tradicional	En establecimiento físico
Dispositivos móviles	PSD2	Basada en la tradicional	Online
	Monedero móvil	Tradicional	Online
	Monedero virtual	Alternativa a la tradicional	Online
Dispositivos no móviles	Monedero virtual	Alternativa a la tradicional	Online

Fuente: elaboración propia

Es evidente que cada vez las innovaciones tecnológicas penetran con rapidez y continuidad en nuestros hábitos de consumo. Tanto así, que en los últimos años ha incrementado el consumo online a causa de, entre otros, los siguientes motivos (por orden de importancia):

- 1. Acceder a precios más asequibles.** Según un estudio estadístico llevado a cabo en el año 2016, muchos consumidores detectaron que online encuentran más productos con mayores ofertas que si se dirigen directamente a la tienda física.
- 2. Mayor comodidad.** Causa directamente relacionada con el ahorro de tiempo. Los consumidores reconocen que es más cómodo y ágil realizar una compra online que presencial, ya que evitan esperas en las colas de pago o en encontrar el producto que buscan.
- 3. Facilidad.** Argumento basado en la sencillez de realizar una operación online. Confiesan que cada vez es más práctico y menos dificultoso el uso de aplicaciones móvil o webs.

GRÁFICO 8: PRINCIPALES MOTIVOS DE COMPRA ONLINE 2016

Fuente: Statista, portal de estadísticas.

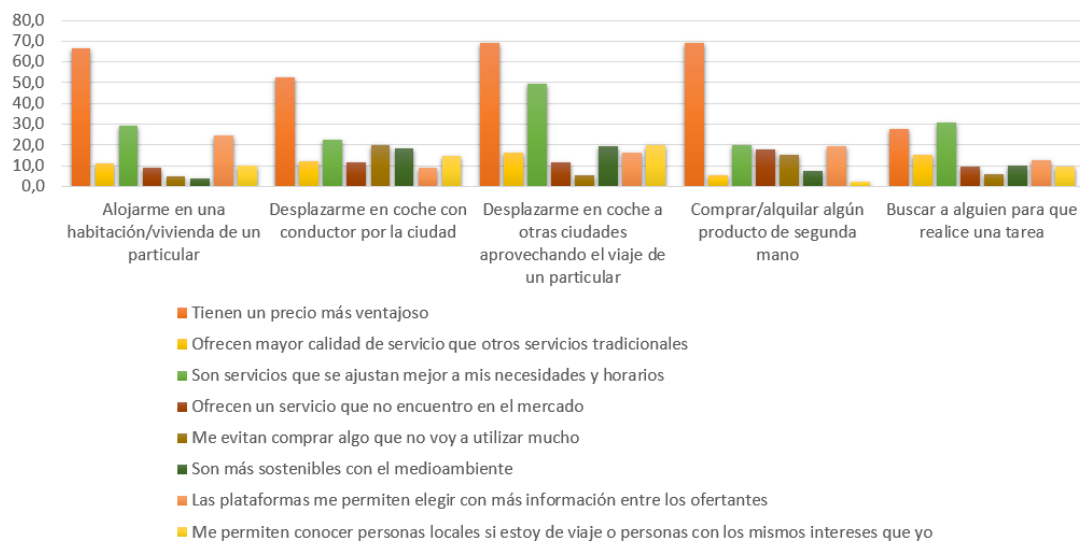
La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia publicó el año pasado, el resultado de un estudio sobre el uso de plataformas de Economía Colaborativa en España. Las conclusiones más significativas fueron que:

1. Predominan los usuarios demandantes de estos servicios frente a los oferentes.
2. La compra-venta de productos de segunda mano, el alojamiento y los desplazamientos interurbanos en coche compartido encabezan la demanda.
3. Los usuarios recurren a ellas porque obtienen un precio más ventajoso y servicios más adaptados a sus necesidades y horarios.

A pesar de que el organismo hace referencia a la Economía Colaborativa, el estudio incluye también actividades de Economía Bajo Demanda. Por ello y teniendo en cuenta los resultados, podemos afirmar que aquella parte de la población española que opta por participar en estas plataformas del lado de la oferta, están ganando dinero a través de las plataformas que rigen la *Sharing Economy* y la *Gig Economy*.

Airbnb en el caso de alojarse en habitaciones privadas o en viviendas particulares como ejemplo de Economía Colaborativa y Uber para aquellos que optan por desplazarse en coche con conductor o Glovo como ejemplo de plataforma que permite encontrar a personas que realicen una tarea como ejemplos de Economía Bajo Demanda.

GRÁFICA 9: MOTIVOS PARA USAR PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA II TRIM. 2016 (porcentaje de individuos con posible respuesta múltiple)



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), comercio electrónico, estadística panel de hogares

Reducción de los costes de transacción y asimetrías.

Para llevar a cabo una relación de oferta y demanda puede ser necesario incurrir en costes de diversa índole. Costes tales como el tiempo que se emplea en identificar y localizar el bien o servicio que se requiere, la persona que se necesita que realice una tarea, averiguar si cumplen los requisitos que buscamos, valorar la calidad del bien o servicio y las correspondientes contraprestaciones que acarrear. Además, cabe la posibilidad de que exista una asimetría de información entre el comprador y el vendedor en el momento en que una de las partes posee mayor información que la otra.

Las nuevas tecnologías han permitido que estos costes se reduzcan de manera sustancial. Imaginemos ser usuarios de Uber, la plataforma nos pone en contacto con el conductor que se encuentre más próximo a la zona en la que nos localizamos y nos indica previamente el precio del servicio, reduciendo el tiempo de búsqueda y espera. Además, proporciona una valoración del conductor que es visible para todos los clientes, permitiendo que más usuarios y la propia plataforma posean el mismo nivel de información y, a su vez, ofreciendo un mayor nivel de confianza a la comunidad de usuarios (Millás, 2015).

TABLA 9: RESUMEN FACTORES QUE FACILITAN EL DESARROLLO DE LA GIG ECONOMY EN ESPAÑA

FACTOR	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Cambios en los hábitos y la estructura de consumo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Transformación en la estructura del consumo. ➤ Nueva manera de relacionarse: redes sociales. ➤ Multiplicación de la utilidad de un bien. ➤ Cambio en las prioridades de consumo: mayor importancia a las comunicaciones. ➤ Continua innovación y abaratamiento de los precios en telecomunicaciones → incremento de compradores. 	(Consejo Económico y Social de España, 2016) (INE, 2011)
Conectividad y uso de las TIC en España	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incremento en red de cable o fibra óptica. ➤ Expansión del uso de internet incluso a jóvenes en edades comprendidas entre 10-15 años. ➤ Inserción smartphones: desaparición de límites de tiempo y lugar. ➤ Importancia del nivel de habilidad y uso audaz de Internet. 	(Consejo Económico y Social de España, 2016) (INE, 2011) (General, 2011)
Comercio electrónico en el marco de la Economía Colaborativa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los usuarios de las TIC pasan de consumidores a <i>prosumidores</i>. ➤ Comercio electrónico como precursor de la Economía Colaborativa. ➤ Productos más adquiridos: billetes de transporte, entradas a espectáculos, ropa y reserva de alojamientos. ➤ Principales medios de pago: tarjetas de crédito/débito, Paypal y contra reembolso. ➤ Principales métodos de pago en crecimiento: Paypal, tarjetas virtuales, <i>contactless</i>, a través de app para móviles. ➤ Causas incremento del consumo online: acceso a precios más asequibles, mayor comodidad y facilidad. 	(Consejo Económico y Social de España, 2016) (General, 2011) (CNMC, 2010)
Reducción de los costes de transacción y asimetrías	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reducción del coste de tiempo. ➤ Reducción de asimetrías de información entre vendedor y comprador. 	(Consejo Económico y Social de España, 2016) (Millás, 2015)

3.1.2. Factores que dificultan la evolución de la *Gig Economy* en España.

Tras conocer aquellos factores que facilitan el desarrollo de la Economía Bajo Demanda en nuestro país, es interesante conocer aquellos que impiden una evolución más continuada. Así como la revolución tecnológica ha sido un gran aliado para la continua evolución de la *Gig Economy*, también existen factores que provocan efectos adversos sobre ella. Dichos factores derivan principalmente de la incertidumbre y vacío legal que la introducción y crecimiento de esta economía ha provocado sobre su regulación, abriendo un amplio debate sobre hasta qué punto los trabajadores se encuentran desprotegidos y, por tanto, generando detractores de la misma.

Incetidumbre en los marcos jurídicos existentes

Cuando hablamos de la Economía Bajo Demanda debemos tener en cuenta que se trata de una economía que pretende satisfacer un mercado que viene siendo atendido por prestaciones de servicios tradicionales. A causa de esto, se plantean muchas cuestiones relacionadas con el marco jurídico al que debe regirse, ya que no quedan claros los “límites establecidos entre consumidor y proveedor, trabajador por cuenta propia y trabajador por cuenta ajena o la prestación profesional o no profesional de los servicios” (Comité et al., 2016).

El escepticismo que se genera alrededor de esta novedad dificulta la evolución de la *Gig Economy*, ralentizando la plena materialización de sus beneficios y la confianza en la misma. Además, existe la posibilidad de que se aproveche este vacío legal para esquivar la aplicación de normas de interés público, que se dictaminen resoluciones judiciales y administrativas contradictorias e, incluso, desigualdades entre las partes implicadas.

Teniendo en cuenta estos resultados, es evidente que esta economía precisa de una observación y seguimiento particular y continuo que dilucida los recelos acerca de su régimen jurídico. El Comité Económico y Social Europeo (CESE) señala “la necesidad de que estos nuevos modelos de negocio cumplan con la legislación nacional y de la UE y que respeten, en particular, los derechos de los trabajadores, una imposición fiscal adecuada, la protección de los datos y la privacidad de los participantes, los derechos sociales, una competencia leal y la lucha contra los monopolios y las prácticas contrarias a la competencia” (Comité et al., 2016).

Prueba de la seriedad e importancia que está acarreado esta economía, es el interés de Europa por proveer de información a los ciudadanos europeos y tomarse en serio el asunto hasta el punto de que a mediados del año 2016 la Comisión Europea (CE) presentó la “Agenda Europea para la Economía Colaborativa” y, a partir de ahí, numerosos estudios y opiniones han visto la luz desde Bruselas (Comité et al., 2016).

Todas las dificultades legales que se plantean en torno al marco de una Economía *Gig* retrasan la evolución de la misma y con ello, la recaudación de sus frutos. La normativa existente contemplaba un entorno legal orientado a los negocios tradicionales, planteando dudas acerca de qué marco regulador de la UE debe aplicarse, las obligaciones de los participantes en una transacción dentro de esta economía, los derechos de los consumidores, el límite de aplicación de la normativa de los trabajadores, el régimen de responsabilidad, entre otros (Danti, 2016).

Regulación específica relacionada con el comercio electrónico

España somete las actividades relacionadas con el comercio electrónico a una normativa determinada que incluye que todas las operaciones ejecutadas a través de medios telemáticos deben tener en cuenta las normas sobre “ventas a distancia, publicidad, condiciones generales de contratación, firma electrónica, protección de datos, propiedad intelectual e industrial”, entre otras (Comité et al., 2016). También se plantean abundantes dudas en relación con los derechos de los consumidores y la protección de los mismos, prestando considerable atención a asuntos que puedan afectar a la “confidencialidad de los datos, la transparencia y la fiabilidad de la información facilitada a los consumidores, la equidad algorítmica y las posibles formas de discriminación” (Danti, 2016). Se teme que el desarrollo de economías como la *Gig Economy* den pie a una competencia desleal, a la creación de monopolios o al incumplimiento de obligaciones tributarias que afecten a la recaudación del Estado.

En la reunión de la CE llevada a cabo a mediados del año pasado se planteó como objetivo principal saber distinguir con claridad cuando una plataforma es un proveedor de servicios y cuando es solo un intermediario. Así, ofrecen 3 claves para distinguir cuando se trata de un proveedor de servicios y en caso de que se cumplan estos tres requisitos la plataforma tiene una elevada posibilidad de ser proveedora de servicios:

1. La plataforma fija el precio de manera obligatoria.
2. La plataforma establece condiciones contractuales específicas que podrían ser instrucciones obligatorias de cómo efectuar el servicio.
3. La plataforma proporciona los activos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio.

Si tenemos en cuenta el tercer requisito mencionado, la *Gig Economy* no lo cumple ya que, como se ha indicado en la introducción de este proyecto, son los trabajadores los que ponen a disposición de la empresa sus propios recursos para desarrollar la actividad laboral. El caso de la plataforma Uber ejemplifica claramente lo explicado. Cumple con los 2 primeros requerimientos para ser un proveedor de servicio, pero, sin embargo, son los trabajadores los que suministran sus coches y teléfonos inteligentes.

España rige la normativa para comercio electrónico bajo la Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico (“LSSI”) y si una plataforma se enmarca como prestador de servicios queda bajo el régimen de aplicación de dicha ley. En este sentido, los conflictos que deriven de una relación dentro del comercio electrónico no “suelen resolverse por la vía judicial dados los costes asociados a este tipo de procedimientos, superiores, por lo general, a la escasa cuantía de las transacciones” (Consejo Económico y Social de España, 2016).

Riesgo de fragmentación del mercado único

La normativa que se desarrolla en torno a los nuevos modelos de mercado es no solo de interés para los Estados miembros de la UE sino también para las autoridades locales y regionales de cada país. Las medidas y reacciones que se han dado por parte de los distintos Estados miembros son variadas, debido a los numerosos puntos de vista que ofrecen como resultado dos masas opuestas, aquellos que ven en la *Gig Economy* una ventaja para el crecimiento económico frente

a aquellos que se oponen a su evolución porque determinan que únicamente acarrea efectos negativos ocultos (Comité et al., 2016).

En algunos países, las autoridades nacionales plantean que es fundamental implantar obligaciones de información más estrictas para aquellas plataformas o empresas que trabajen bajo el amparo de la *Gig Economy*. Se han dado casos positivos de colaboración entre las diferentes autoridades, convergiendo en buenas prácticas satisfactorias para todas las partes implicadas. El “Proyecto de Informe” elaborado por el Parlamento Europeo a finales del año 2016, expone algunos ejemplos de dichas buenas prácticas tales como la “impartición de formación profesional a los *prosumidores*, regímenes de seguros o una mayor concienciación por parte de los usuarios acerca de las posibles obligaciones fiscales y legales”.

Las buenas prácticas alcanzadas gracias a la colaboración de las autoridades junto con las plataformas o los consumidores también abren una brecha que pone en riesgo la fragmentación del mercado único. Se trata de medidas unilaterales que pueden suponer una barrera para aquellas empresas que quieren expandirse y, a su vez, para los consumidores que verían limitado su nivel de acceso a determinados servicios. En el caso de las empresas, éstas tienen que adaptar su modelo de negocio a la normativa de cada país o incluso al de cada ciudad en la que deseen desarrollar su negocio, situación que ralentiza su crecimiento y beneficios.

Situación laboral del trabajador

Como se indicó en la introducción de este proyecto, la *Gig Economy* se caracteriza porque los trabajadores son considerados autónomos, tienen una relación de empleo con la empresa intermediaria y son ellos quienes aportan los activos necesarios para ejecutar su tarea. Esta situación puede generar irresolución en cuanto a qué derechos son aplicables a su condición y su nivel de protección social.

Sin embargo, estas características son las que abren un gran debate sobre los beneficios o abusos que emanan de su actividad. Además, los conflictos legales que provienen de los desajustes existentes entre las diversas normas generan múltiples opiniones: de un lado, aquellos que consideran necesario delimitar o prohibir la actividad de las plataformas o empresas que trabajen bajo esta economía, indisciplinar esta economía logrando como resultado la autorregulación de la misma y, por último, aquellos que defienden la necesidad de modificar la normativa, adaptando la existente a esta nueva realidad (Danti, 2016).

Hablamos de un modelo en el que el trabajador ejerce a su vez la condición de empresario, creando incertidumbres principalmente sobre su relación laboral, los sindicatos o la dependencia del trabajador. El confín que reúne las características que separan a un trabajador por cuenta propia de un trabajador por cuenta ajena es más impreciso. A causa de esto, la UE ofrece información que oriente a aplicar una distinción correcta entre un trabajador u otro, además de establecer unas normas mínimas en el ámbito de la política social.

Teniendo en cuenta que “la legislación laboral de la UE establece normas mínimas y no cubre todos los aspectos de la legislación social aplicables a las relaciones laborales, lo que implica que los Estados miembros pueden establecer en principio normas más elevadas en su legislación nacional”, la Comisión Europea aconseja a las empresas que deseen desarrollar sus actividades en el marco de esta nueva economía, que consulten la normativa aplicable nacional en cada país (Comité et al., 2016).

Según un comunicado de la Comisión Europea emitido en 2016 donde intenta aclarar esta imprecisión, determina que el hecho de que exista una relación de empleo o no deberá determinarse en función de cada caso, “considerando los hechos que caracterizan la relación entre la plataforma y el prestador del servicio subyacente, y la realización de las tareas en cuestión, basándose acumulativamente en particular en los tres criterios esenciales” siguientes (Comité et al., 2016):

- La existencia de un vínculo de subordinación. En este caso, la plataforma debe determinar la elección de la actividad, la remuneración y las condiciones laborales, por tanto, el prestador del servicio actúa bajo la dirección de la empresa. Si hablamos, por ejemplo, del caso de Uber, cuando la plataforma gestiona el pago depositado por un usuario y lo pasa al conductor del vehículo, no hablamos de subordinación ya que Uber no determina dicha remuneración.
- La naturaleza del trabajo. Para que se cumpla este criterio, la persona que trabaja para una plataforma *gig* “debe llevar a cabo una actividad de valor económico, que sea real y efectiva exceptuando las actividades que se lleven a cabo a una escala tan pequeña que puedan considerarse meramente marginales y accesorias” (Comité et al., 2016). Se considera actividad marginal y accesorio cuando dicha actividad es de duración breve, escasas horas de trabajo, trabajo discontinuo o baja productividad, características que se pueden cumplir en una actividad de la Economía Bajo Demanda²². En caso de que se cumplan las características anteriormente dichas, las personas no se consideran trabajadores, aunque, a su vez y según la Comisión Europea, “las personas que prestan servicios de una manera más que ocasional pueden ser trabajadores o autónomos, ya que la calificación efectiva de su condición resulta de un análisis exhaustivo de los tres criterios”.
- La existencia de una remuneración. Finalmente, esta característica es útil para diferenciar a un voluntario de un trabajador. En el caso de que el prestador del servicio únicamente reciba una pequeña compensación por los costes derivados de la actividad o directamente no reciba ningún tipo de retribución económica, el criterio de remuneración no se cumple.

Aún con estas normas mínimas establecidas por la UE, sigue habiendo una línea borrosa que impide distinguir a un trabajador autónomo de uno por cuenta ajena. Resulta evidente que se necesitan adaptar las normas tradicionales o establecer nuevas que sean aplicables a esta economía emergente.

Riesgos asociados a los medios de pago

Como se indicó anteriormente, los avances tecnológicos y, más concretamente, en los medios de pago, es un factor que favorece la evolución de plataformas que se desarrollan en el marco de la *Gig Economy*. Sin embargo, su desarrollo no está exento de riesgos ni de incertidumbres siendo la seguridad en los pagos o la protección de datos de los usuarios dos de los mayores retos en este progreso.

La protección de los pagos no se centra únicamente en la transacción sino también en el medio de pago que se utiliza. A la vez que se logran grandes y continuos avances tecnológicos, al mismo nivel se van desarrollando amenazas a la seguridad, enfrentándonos principalmente a la

22. Estas características se pueden cumplir dentro de la *Gig Economy* o no. Esta economía se caracteriza por la posible discontinuidad de una actividad laboral ya que las empresas captan personal en función de sus necesidades. Además, en teoría, la duración de dicha actividad puede depender del tiempo que el trabajador quiera o pueda dedicarle.

suplantación de identidad (*phishing*), *malwares*, DDO (*Distributed Denial of Service*), *Keylogger* o *Ransomware*, todos orientados a conseguir información confidencial como contraseñas de acceso a cuentas bancarias, para posteriormente usarla con fines fraudulentos (Avendaño, 2016).

TABLA 10: RESUMEN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS ASOCIADOS A LOS MEDIOS DE PAGO

Dominio	Riesgo	Causas más comunes
Identificación del pagador	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso fraudulento de medios de pago: <ul style="list-style-type: none"> ○ Robo ○ Clonación ○ Suplantación de identidad ✓ Lavado de dinero 	Falta de seguridad en la identificación del pagador
Identificación del receptor (comerciantes y mediadores)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comercios fraudulentos ✓ Suplantación de identidad del comercio o mediador (<i>Phishing</i>) 	Falta de seguridad en la identificación del receptor
Canal seguro	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuga de datos en tránsito ✓ Pérdida de integridad de transacciones 	Ataques al canal de transmisión tanto entre el pagador y el comercio/mediador como en el <i>back-end</i> (entre el mediador y el comercio)
Almacenamiento seguro	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuga de datos ✓ Pérdida de integridad de transacciones ✓ Falta de disponibilidad de procesos/plataformas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Errores de diseño/codificación ✓ Infraestructuras inseguras ✓ <i>Malware</i>
Proceso seguro	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuga de datos ✓ Pérdida de integridad de transacciones ✓ Falta de disponibilidad de procesos/plataformas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Errores de diseño/codificación ✓ Infraestructuras inseguras ✓ <i>Malware</i> ✓ Procesos de negocio mal diseñados

Fuente: Funcas, *Transformación digital en los medios de pago* (2016)

Para menguar los riesgos derivados de estas amenazas es importante que los usuarios adquieran una educación adecuada en términos de seguridad y sean conscientes de la información sensible que poseen en sus teléfonos móviles o dispositivos digitales. Además, las acciones y regulación por parte de los organismos nacionales e internacionales son trascendentales en la lucha contra el fraude y el cibercrimen. No menos importante es el papel de las tecnologías. Teniendo en cuenta que una característica de la *Gig Economy* es el uso de dispositivos móviles, los pagos que se realizan con el mismo están vinculados a la seguridad del propio teléfono (almacenamiento y protección de información sobre datos bancarios) (Avendaño, 2016).

TABLA 11: RESUMEN FACTORES QUE DIFICULTAN EL DESARROLLO DE LA GIG ECONOMY EN ESPAÑA

FACTOR	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Incertidumbre en los marcos jurídicos existentes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dudas sobre los límites entre: consumidor-vendedor, trabajador por cuenta propia o ajena, prestación profesional o no profesional. ➤ Retraso en la materialización y confianza de la <i>Gig Economy</i>. ➤ Interés de Europa por difundir información al respecto a los ciudadanos. 	(Comité et al., 2016) (Danti, 2016)
Regulación específica relacionada con el comercio electrónico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las actividades ejecutadas por medios telemáticos están sometidas a una determinada normativa: Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico (“LSSI”). ➤ Dudas en relación a los derechos de los consumidores y la protección de los mismos. ➤ Temor a la competencia desleal, creación de monopolios y a al incumplimiento de obligaciones tributarias. ➤ 3 factores que distinguen a un proveedor de servicios según el CE. 	(Comité et al., 2016) (Danti, 2016) (Consejo Económico y Social de España, 2016)
Riesgo de fragmentación del mercado único	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Interés sobre el conflicto por parte de las autoridades locales y regionales de cada país ➤ Medidas variadas en función de ser defensor o detractor de la <i>Gig Economy</i>. ➤ Medidas unilaterales que pueden suponer una barrera de crecimiento para las empresas y limitar el acceso de los consumidores a determinados bienes o servicios. 	(Comité et al., 2016)
Situación laboral del trabajador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dudas sobre qué derechos son aplicables al trabajador y su nivel de protección social. ➤ Trabajador ejerce bajo la condición de empresario. ➤ UE aconseja a las empresas a conocer la normativa aplicable en cada país. ➤ 3 criterios esenciales para clasificar una relación de empleo: existencia de un vínculo de subordinación, naturaleza del trabajo y existencia de una remuneración. 	(Comité et al., 2016) (Danti, 2016)
Riesgos asociados a los medios de pago	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Principales retos: seguridad en los pagos y protección de datos. ➤ Amenazas de seguridad: <i>pishing</i>, <i>malwares</i>, DDO, <i>keylogger</i>, <i>Ransomware</i>. ➤ Importante la adquisición de una educación adecuada en términos de seguridad. 	(Avendaño, n.d.)

3.1.3. Ejemplos de plataformas *gig* en España.

A pesar de las dificultades que presenta España para la evolución de esta economía, los factores que la favorecen junto a la existencia de un vacío legal en la normativa española, hacen que esta economía se afiance día a día y se convierta en una alternativa más atractiva respecto a las formas de trabajo convencionales. Además, la existencia de Internet y el avance tecnológico a pasos agigantados que presenciamos en la actualidad, ofrecen al movimiento *on-demand* una herramienta de impulso para conseguir sus objetivos (Muñoz, 2016).

Veamos algunos ejemplos de esta economía que se han desarrollado en el contexto cultural español, por orden cronológico: 3Presupuestos, Glovo y Koiki.

3.1.3.1. 3Presupuestos.

	Inicio de actividad: 2010
	Origen: Mallorca-España
	Mercado: nacional
Descripción del modelo: <i>Marketplace</i> de reformas o reparaciones que selecciona 3 o 4 profesionales que mejor se ajustan a cada cliente, para que éstos le entreguen un presupuesto.	
Start-up	Inversión internacional: no

3Presupuestos es una plataforma que se materializó en 2010 en Mallorca, operando a nivel local para posteriormente en 2011 expandir su servicio a todo el territorio nacional español (3Presupuestos, 2010). La *startup* es obra de Jaume Riutord, quien detectó esta idea de negocio tras presenciar las dificultades para dar con buenos profesionales para llevar a cabo una reforma en un piso de Palma y quien pensó que la solución venía de la mano de Internet (Kishinchand, 2016).

En su papel de plataforma intermediaria, facilita a los profesionales aquellos clientes que son más adecuados en función del trabajo y la localización. Es un modelo de negocio que ofrece un servicio gratuito para los clientes, pero en el que los profesionales deben de pagar una tasa de gestión solo si se lleva a cabo la contratación del servicio por parte del cliente (Kishinchand, 2016).

Entre los **factores** que han incidido de forma **positiva** para su evolución, encontramos los siguientes:

- Filtrado exhaustivo para dar de alta a los profesionales. Los profesionales deben estar al corriente de las exigencias legales vigentes, enviar obligatoriamente el recibo del pago de la cuota de autónomos, su DNI, un contrato de colaboración firmado, etc. (Kishinchand, 2016).
- Función de comercial para los profesionales. La plataforma se encarga de conseguirles clientes a una distancia corta y con los que pueden llevar a cabo proyectos en los que son competitivos (Kishinchand, 2016).

- Fácil acceso de los usuarios (clientes). Tras rellenar un simple formulario, son los profesionales quienes se ponen en contacto con los clientes, pudiendo esto últimos comparar presupuestos que implican hasta un 40% de ahorro. Además, mediante las plataformas, los clientes tienen acceso a valoraciones reales de otros que ya hayan utilizado el servicio (Kishinchand, 2016).
- Servicio informativo rápido. Por norma general y para una reforma media, los clientes disponen de los presupuestos entre 1 semana y 10 días (Kishinchand, 2016).
- Gastos bajos. Dado que es un tipo de negocio digital, requiere unos costes bajos. Esto lo logran mediante la gestión del negocio por parte de cuatro empleados y la externalización de servicios como la programación a la publicidad (Cruz Peña, 2015).

3Presupuestos actualmente ofrece servicios en todo el territorio nacional, contando con más profesionales en las grandes ciudades como Madrid, Barcelona o Valencia. Sin embargo, en un medio plazo tienen idea de expandirse a otros países europeos, una vez que se consoliden en el mercado español (Cruz Peña, 2015).

Finalmente, cabe destacar que el negocio fue financiado inicialmente por los fundadores y que al tener gastos prácticamente escasos, crecen con lo que generan sin necesidad de recurrir a otras vías (Cruz Peña, 2015). Se plantean abrir rondas de financiación y/o inversión solo en caso de internacionalizarse a gran escala (Kishinchand, 2016).

3.1.3.2. Glovo.

	Inicio de actividad: 2015
	Origen: Barcelona-España
	Mercado: nacional e internacional
	Años para salir al extranjero: 1 (2016)
Descripción del modelo: permite a los usuarios pueden comprar o recibir productos de su ciudad. La plataforma conecta al usuario (consumidor) con una tienda, comercio o restaurante de su ciudad para hacer un pedido y, luego, conecta con un <i>glover</i> que se encarga de hacer el recado.	
Start-up	Inversión internacional: si

La idea de Glovo nació en Estados Unidos durante la estancia de su creador. La expansión de *marketplaces* y de la Economía Colaborativa en el mercado americano le despertó curiosidad sobre qué podría “colaborizar” en España. En base a esa idea, Óscar Pierre concluyó en que sería interesante “colaborizar el tiempo” ya que, de un lado existen personas con tiempo libre que buscan ingresos extras y, del otro, personas ocupadas y faltas de tiempo (Polo, 2015).

La plataforma ofrece un servicio de mensajería y recadería interurbano que conecta a mensajeros independientes que acuden en moto o bici con clientes que necesitan enviar o comprar cualquier artículo, a cambio de una tarifa fija más el precio del producto (Polo, 2015). Estamos ante una plataforma *gig* que cumple con las siguientes características:

- Uso de las nuevas tecnologías. Permite acceder a su servicio mediante su app, su web o, incluso, WhatsApp (Polo, 2015).
- Cuenta con autónomos que aportan sus propios recursos para desempeñar su trabajo. Los *glovers* son autónomos con bici o moto que se inscriben en la plataforma (Berengueras, 2015). Además y estrechamente ligado con la característica anterior, los trabajadores deben poseer un *smartphone* para poder gestionar los pedidos (Polo, 2015).
- La plataforma actúa de intermediaria entre el cliente y el *glover*, por lo que se queda con un porcentaje de sus ganancias. El usuario paga un coste basado en la distancia recorrida y en el tipo de acuerdo con cada establecimiento (Glovo, 2015), del cual se destina el 70% para el trabajador y el 30% restante para la plataforma (Berengueras, 2015).
- Flexibilidad para el trabajador. Cuando alguien solicita un pedido, los *glovers* reciben una notificación y deciden si pueden hacerse cargo o no de los pedidos. De esta manera, ellos son quienes deciden cuándo trabajar y así alternar sus trabajos con otras actividades (Berengueras, 2015).
- Generador de confianza. Esta característica es una de las bases de la *Gig Economy*. Glovo se encarga de la formación de sus empleados mediante un *training* de 1 hora para comprender el funcionamiento de la app y del servicio. Además, previamente y tras recibir la solicitud de futuros *glovers*, realizan entrevistas en grupos de 5 a 10 personas para elegir a los mejores candidatos adaptados al puesto (Polo, 2015).

Desde su lanzamiento, el proyecto ha evolucionado favorablemente, superando las 2500 descargas en sus 8 primeras semanas de operación (Polo, 2015) y ofreciendo en la actualidad más de 1.200 establecimientos en España y contando con más de 500 empresas que confían en la plataforma para realizar sus recados (Gutiérrez, 2017a). En la **Tabla 12**, encontramos los **factores facilitadores** que han ayudado a esta efectiva evolución de Glovo.

Sacha Michaud²³ afirma que los trabajadores de la plataforma poseen flexibilidad en el trabajo, que pueden conectar y desconectar cuando quieren e, incluso, hacer multiempleo. Para ello, el sistema de distribución de horarios funciona mediante una doble publicación semanal de horarios donde los *glovers* pueden elegir los mejores en función de su antigüedad o su *rating*²⁴. Además, señala que en caso de elegir un horario determinado y no cumplirlo, no implica penalización (Gracia, 2017). Sin embargo y a pesar de su evolución positiva, a lo largo de su corta historia se ha encontrado con algunos **factores negativos** que dificultan su evolución:

- La existencia de usos irregulares de sus servicios. La compañía ha detectado usos irregulares tales como solicitar el transporte de drogas. Por ello, se avisa al cliente de que se ha detectado actividad sospechosa y, en base a los términos y condiciones de Glovo, se indica que los repartidores pueden abrir el paquete. Se trata de un comportamiento que puede afectar a la confianza e imagen de la plataforma, tanto por parte de los repartidores como de los clientes (C. Jiménez, 2016).
- Acusaciones de saltarse la ley. Se imputa a la plataforma de saltarse la legislación al contratar “falsos autónomos” cuando en realidad existe una relación laboral. Las organizaciones de trabajadores por cuenta ajena rechazan la posibilidad de cambiar la normativa actual y adaptarla a los “autónomos digitales” tal y como solicitan desde Adigital (Romera & Semprún, 2017).
- Denuncias sindicales a su modelo de trabajo. A finales de 2017, la UGT interpuso una demanda en contra de la plataforma acusándola de mantener una “relación fraudulenta

23. Londinense cofundador de Glovo.

24. Viene derivado de la opinión del usuario. A demás, en base a esta característica, aquellos que tengan puntuaciones superiores tendrán acceso a los mejores horarios.

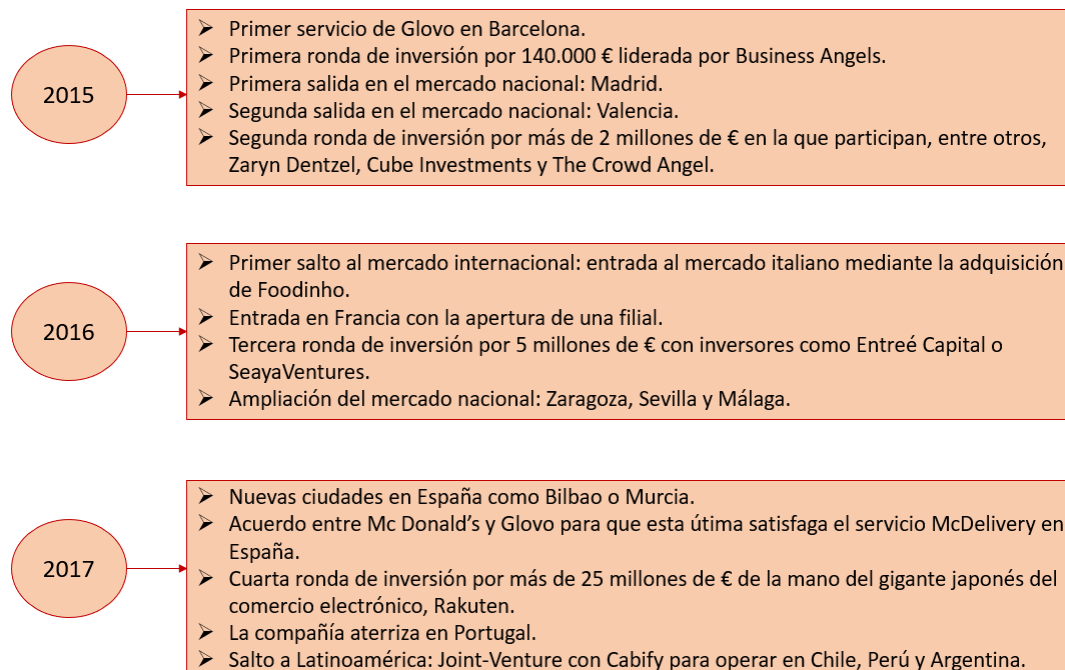
de falsos autónomos con los *riders*. El sindicato señala que realmente estamos ante trabajadores asalariados por cuenta propia y que “las empresas hacen recaer sobre los trabajadores toda la responsabilidad de la relación laboral²⁵” (M. Jiménez, 2017). Justifican esta acusación en que los trabajadores se encuentran controlados mediante el sistema de geolocalización que incorpora la app de Glovo, de manera que la compañía puede impartir órdenes, ofertas y sanciones (M. Jiménez, 2017) y, además, de que Glovo obliga a sus trabajadores a estar a su disposición durante el horario elegido sin asegurarles de que vayan a cobrar (Romera & Semprún, 2017).

Inspecciones de trabajo. Tras llevarse a cabo inspecciones a otras plataformas de reparto como Deliveroo, los inspectores están solicitando documentación y manteniendo reuniones con trabajadores de Glovo en ciudades como Barcelona, Sevilla o Valencia. La idea es evitar el empleo de falsos autónomos y “las prácticas discriminatorias” que se generan con las nuevas plataformas de Economía *On-Demand* (Semprún & Romera, 2018).

Internacionalización de Glovo

Tras sus inicios en Barcelona en 2015, la compañía ha ido expandiendo su mercado de manera continua en territorio nacional hasta tener presencia en ciudades como Madrid, Valencia, Zaragoza, Sevilla, Málaga, entre otras, y, en 2017, en Palma y Bilbao (Galtés, 2017). Además, desde sus inicios tenían la certeza de querer salir al mercado internacional, por lo que han conseguido posicionarse en países europeos como Francia, Milán y Portugal, y en parte de Sudamérica. Todo este proceso ha sido gradual y acompañado de varias rondas de financiación que han ayudado a la internacionalización de la plataforma (Berengueras, 2015). Veamos este proceso cronológicamente en la **Gráfica 10**.

GRÁFICA 10: PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE GLOVO



Fuente: Elaboración propia.

25. UGT determina que los *riders* tienen que hacerse cargo del IVA, IRPF, seguridad social de autónomos, etc. y, además, que es la plataforma quien distribuye los horarios de trabajo y que en caso de incumplimiento, los trabajadores son “desconectados, despedidos, cesan su actividad, sin explicaciones ni indemnizaciones” (M. Jiménez, 2017).

TABLA 12: FACTORES FACILITADORES DE LA EVOLUCIÓN DE GLOVO


FACTORES	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS
Utilización de Internet y aplicaciones tecnológicas	Para que el resultado de los servicios ofrecidos por Glovo sean eficientes, es necesaria una conexión inmediata con los clientes, proveedores de servicio y todos los agentes que intervienen en la operación. En el caso de Glovo, un cliente puede solicitar lo que desea a través de <i>WhatsApp</i> , la app o la web de la compañía, un gesto que puede llevarse a cabo con indiferencia del lugar e, incluso (según la ciudad), la hora, eliminando barreras de espacio y tiempo. Además, mediante los <i>feed-back</i> que publican los clientes (en la app o en la web) que ya han usado el servicio, las posibilidades de atraer nuevos usuarios incrementa.	(Polo, 2015)
Eficacia del servicio	La compañía se compromete a cubrir el servicio/recado solicitado en un período de tiempo máximo de 60 minutos. A inicios de 2017, el tiempo medio de entrega rondaba los 25 minutos. Este factor se encuentra ceñido a la tecnología ya que la app de Glovo lleva incorporado un sistema de geolocalización GPS que permite detectar al <i>glover</i> más cercano.	(Gutiérrez, 2017a) (Polo, 2015)
Servicio a un coste asequible	Sabemos que las nuevas economías relacionadas con la <i>Sharing Economy</i> buscan adaptar los productos y servicios al bolsillo de los clientes. En el caso de Glovo, a pesar de que el coste del servicio venga definido por la distancia de recorrido y el acuerdo con los establecimientos, los costes de entrega oscilan entre 0€ y 3€.	(Gutiérrez, 2017a)
Un proceso logístico efectivo	Óscar Pierre lo denomina como “estructura de tres patas”. Consiste en un sistema que conecta al usuario con una tienda, comercio o restaurante de su ciudad para que realice el pedido. A su vez, los conecta con una de los <i>glowers</i> , quien se encarga de realizar el recado con flexibilidad y personalización.	(Gutiérrez, 2017a)
Ventaja competitiva en el servicio	Ofrecen un servicio que se comprometen a cumplir en un máximo de 60 minutos. Si comparamos esto con los servicios que ofrecen las grandes compañías, como máximo suplirán el servicio en un período de 24 horas. Esto se debe a su amplia dimensión que no les permite tener la flexibilidad de la que goza Glovo.	(Berengueras, 2015)
Reducción del impacto medioambiental	La posibilidad de detectar al <i>glover</i> más cercano a través de la aplicación móvil permite optimizar los recursos al ahorrar gasolina y, a su vez, reducir la contaminación medioambiental. Además, hay que tener en cuenta que los trabajadores independientes desempeñan el servicio mediante la utilización de motos y, con mejores resultados para el planeta, con bicis.	(Polo, 2015)
Seguridad en los métodos de pago	En primer lugar, el pago se realiza a través de la app o de la web, pero exclusivamente en el momento que se firma la entrega, momento en el que cobran el servicio y, en su caso, la compra. Y, en segundo lugar, utilizan “un sistema de pago totalmente seguro”, evitando almacenar cualquier dato bancario.	(Glovo, 2015)
Ahorro en costes	Los <i>glowers</i> son trabajadores independientes que están dados de alta en la Seguridad Social como autónomos. Esto implica que la compañía no incurra en gastos salariales para estos empleados.	(C. Jiménez, 2016)

En sus inicios del proceso de expansión internacional, Glovo adquirió la italiana Foodinho, expansión que el CEO de la plataforma califica de “natural” a causa de las similitudes con el mercado español. Es una andanza que comenzó en Milán para posteriormente extenderse a otras ciudades como Roma, Bolonia o Verona (Icex, 2016). En el caso de Francia, penetró en el mercado a través de una filial en París. Óscar Pierre consideraba que “el país tiene más habitantes y más cultura que España en la entrega a domicilio”. Además, la compañía pretendía ampliar su presencia en París y posteriormente llegar a otras ciudades como Lyon o Marsella (Gispert, 2016).

Para el 2017, la compañía aterriza en Portugal donde el negocio sería liderado por José R. F. Gomes, el ex directivo de UberEats (Pijuán, 2017). Y, para finalizar el año, decide adentrarse en el mercado sudamericano, impulsado por una *Joint-venture* con Cabify. Inicia operaciones en Santiago de Chile, donde Cabify pone a disposición de Glovo una red de mensajeros ya existentes en el modelo Cabify Express (Gutiérrez, 2017b). Posteriormente continúa su expansión hacia Perú, ofreciendo servicio desde diciembre únicamente en Lima (M, 2017) y, finalmente, entra en Argentina donde quiere desarrollar más categorías del servicio y posee aproximadamente 150 empresas ya suscritas a Glovo (Stanley, 2018).

Toda esta inmersión en territorio internacional ha sido impulsada con la ayuda de **las rondas de financiación/inversión** que ha realizado a lo largo de su trayectoria. Así, su primera inversión de 140.000€ sirvió para invertir en marketing online y expandir el negocio hacia Madrid y Valencia (Conector Startup Accelerator, 2015). Con la segunda inyección económica empezaron el gran reto de aterrizar en grandes capitales europeas como Milán y París, así como afianzar su presencia en grandes ciudades españolas (ElMundo, 2015). En su tercera financiación, el objetivo era mejorar la tecnología y procedimientos de la plataforma, triplicar el volumen de pedidos y continuar creciendo nacionalmente (ElPaís, 2016). Finalmente, los fondos de la tercera y última ronda de financiación se destinaron para acelerar la expansión de Glovo al mercado latinoamericano y dio una valoración de la compañía de 45 millones de euros (Galtés, 2017).

3.1.3.3. Koiki.

	Inicio de actividad: 2016
	Origen: Madrid-España
	Mercado: nacional
Descripción del modelo: empresa de mensajería que persigue un triple objetivo, reducir el impacto ambiental del modelo tradicional de mensajería, fomentar el empleo de personas con dificultades (parados de larga duración, discapacitados, etc.) y colaborar con proyectos mediambientales.	
Start-up	Inversión internacional: si

De las manos de su fundador, Aitor Ojanguren, nació Koiki con la visión de “alcanzar un mundo sostenible, en donde los aspectos medioambientales y sociales los tengamos en cuenta en nuestro día a día” (Koiki, 2016). En base a sus 3 principales misiones, la plataforma ofrece un servicio de mensajería flexible y sostenible, en el que sus *Koikis* deben realizar el servicio ya sea

andando o en bicicleta para contribuir en la reducción de la emisión de CO₂, y en la que los usuarios pueden elegir el horario de recogida o envío de paquetería (Sanz, 2015).

La plataforma contaba en 2017 con más de 20 centros adheridos y con una presencia que se ha ido extendiendo progresivamente por toda la geografía española. Así, opera en ciudades como Madrid, Bilbao, Murcia, Barcelona, Málaga, ciudades de Aragón y las Islas Baleares, entre otras (Koiki, 2016). Veamos las **características** que han permitido la **evolución favorable** de la plataforma:

- Ahorro en costes. La plataforma cuenta con *Koikis* que deben de estar registrados en el Régimen Especial de Autónomos de la Seguridad Social, de manera que no incurrir en costes de personal y facilitan la incorporación de nuevos trabajadores independientes. Además, son los trabajadores los que aportan los medios para desempeñar su actividad laboral. En el caso de Koiki, deben realizar la recogida o recepción de mercancía a pie o en bicicleta y, además, contar con un *smartphone* que les permita acceder a la plataforma (Koiki, 2016).
- Flexibilidad laboral. Como indican en su web, la actividad de Koiki se “adapta” a las “condiciones particulares de tiempo disponible” de cada individuo, permitiendo que los *Koikis* adecuen su tiempo libre disponible a la actividad de la empresa (Koiki, 2016).
- Uso de las nuevas tecnologías. La contratación y seguimiento del servicio de entrega o recogida a domicilio se realiza a través de una aplicación móvil o de la web de Koiki. Además, su servicio a empresas se realiza a través de una API en su *Fron-End* que permite que estas se ahorren hasta un 10% de los gastos de transporte, consolidando varios pedidos en un único envío a un centro Koiki que posteriormente repartirá a sus destinatarios finales (Sanz, 2015).
- Sostenibilidad del modelo. Como se ha apuntado anteriormente, los mensajeros de Koiki deben entregar o recoger paquetería andando o en bicicleta y, además, con la consolidación de envíos de las empresas se pretende que los vehículos de reparto únicamente accedan una vez a los barrios, contribuyendo con ambos métodos a la reducción de emisión de CO₂ (Sanz, 2015).
- Obra social. Desde Koiki quieren fomentar la inserción laboral y la integración social, ofreciendo la posibilidad de trabajar a cualquier persona que disponga de tiempo libre y, en especial, a los colectivos desfavorecidos. Para ello, establece acuerdos con numerosas organizaciones como la Fundación Inlade o el Grupo Gureak (Plaza Magro, 2015).
- Ventaja competitiva en servicio. Contando con la creciente exigencia de los consumidores y que, por norma general, no pueden determinar la hora exacta a la que desean recibir o devolver un pedido, Koiki ofrece la posibilidad de cubrir esta necesidad mediante *Koikis* (personas de tu barrio) que pueden recibir el paquete, contactar con el usuario y establecer una hora exacta para la recepción o recogida del mismo (Sanz, 2015). De esta manera se mejora la experiencia del usuario y el cliente pierde miedo por la compra y, como consecuencia, el *E-Commerce* aumenta sus ventas (Frutos, 2017).
- Servicio económico para los usuarios. Esta característica se encuentra ligada a la anterior. Teniendo en cuenta que los usuarios de Economía *On-Demand* buscan tener experiencias más económicas, Koiki ofrece el servicio de mensajería a un precio bastante asequible. El servicio de entrega de un paquete cuesta 1,85€ y, además, la plataforma ofrece la opción de realizar devoluciones gratis de un Comercio *online* (Koiki, 2016).

No se encuentran noticias negativas referidas a esta plataforma. Por el contrario, ya en 2015 tras presentar la idea a la IV Edición del Torneo de la Innovación Social consiguió el primer premio y, en 2016, obtuvo la certificación *B-Corporation* asignada por integrar valores sociales y medioambientales (Bizkaia, 2016). Además, a finales de 2016 consiguió una financiación que ascendió a 900.000€ en una ronda internacional, la cual fue encabezada por la inversionista nacional Seed Capital Bizkaia, entre otros, y también contó con financiación internacional procedente de dos grandes referentes europeos como el francés *Phi Trust Partenaires* y el italiano *Oltre Venture* (González, 2017). Teniendo en cuenta sus alianzas con empresas internacionales como DHL, esta inversión foránea podría marcar un paso más para su posible internacionalización (RSC, 2016).

3.2. *Gig Economy* en Estados Unidos.

Cada vez el impacto de la *Gig Economy* es mayor en la economía estadounidense. Según un estudio hecho por los economistas Larry Katz y Alan Krueger, los trabajadores que participaban en este tipo de economía en el año 2015 eran ya del 16% de la fuerza laboral, lo que a su vez supone que no ha habido un crecimiento neto del trabajo tradicional, es decir, no han aumentado los puestos de trabajo caracterizados por la existencia de un contrato estable entre empleador y empleado (Ana, N. 2016).

Estos datos resultan alarmantes porque se teme que una posible estabilización de esta economía suponga cambiar el mercado laboral y un fuerte impacto en el consumo y ahorro del país. En este sentido, que la *Gig Economy* vaya ganando adeptos puede derivar en alterar la naturaleza de la tasa de desempleo, cambiar como se mide la participación laboral, horas de trabajo, “infraempleo” y productividad. Además, se detecta que una de las mayores preocupaciones de los trabajadores adheridos a esta economía es gestionar sus ingresos variables y sus beneficios derivados de su actividad laboral (Nieto, 2016).

Como se ha explicado al comienzo de este proyecto, la Economía Bajo Demanda se caracteriza por la existencia de una relación a corto plazo entre el empleador y el empleado. Dicho carácter efímero genera controversias sobre la calidad de los puestos de trabajo, dando como resultado la visión de que esta economía puede generar “trabajos buenos y malos” (Kalleberg & Dunn, 2016). La calidad en la que derivan estos trabajos podrían venir determinados por (Kalleberg & Dunn, 2016):

1. El nivel de control sobre el trabajador. No hay que olvidar los “*gigonomics*” desarrollan su actividad laboral en una naturaleza de trabajo gestionada por plataformas que sirven como medio de intercambio de información entre el trabajador y la empresa. A su vez, dichas plataformas provocan que el empleador ejerza mayor control sobre la autonomía, la programación y calendario de trabajo, las transacciones financieras y el tiempo que una persona es capaz de mantener un trabajo. Por ejemplo, en algunos trabajos existe flexibilidad en cuanto a horario de trabajo y otros constan de un horario inamovible; en otros es posible elegir la tarea que se desea desarrollar y en otros la tarea es impuesta; o bien, las plataformas ejercen un papel de empresa intermediaria que controla el porcentaje de comisión que debe llevarse el empleador.
2. Salarios y duración de empleo. Tanto la duración de un empleo como la cualificación/habilidad del trabajador son factores determinantes del salario. En cuanto a la duración, cuanto mayor sea la misma, mayor será la retribución que perciba el trabajador (Uber: trayectos de duración corta; oDesk para proyectos de mayor

duración). La cualificación/habilidad es considerada por los estadounidenses como un factor que incrementa la competitividad y que puede provocar que existan trabajadores dispuestos a trabajar por menos.

Como en el caso de España, analizaremos qué factores han provocado que Estados Unidos sea el precursor de esta economía y qué factores influyen negativamente en su crecimiento.

3.2.1. Factores que favorecen la evolución de la *Gig Economy* en EEUU.

En general, los trabajadores se encuentran con escasas barreras de entrada para el acceso a trabajos integrados en la Economía Bajo Demanda. Esta economía ha sido como una puerta para obtener ingresos extras que complementen sus labores primarias, que a su vez ha permitido que los clientes se beneficien de servicios más adaptados a sus necesidades a precios más asequibles.

Incremento del trabajo eventual

Se ha producido un crecimiento ascendente de los trabajos contingentes impulsado tanto por las empresas como por los trabajadores. Las razones que promueven a las empresas las podemos encontrar en (Dokko, Mumford, & Schanzenbach, 2015):

1. Empresas que experimentan oscilaciones en su demanda se ven beneficiadas con la flexibilidad de contar con trabajadores eventuales en aquellos períodos en que su demanda alcance sus puntos más elevados.
2. Las empresas evitan incurrir en costes elevados por lo que la contratación de trabajadores eventuales supondría un ahorro de los mismos.
3. Las relaciones laborales contingentes pueden suponer un aumento de la eficiencia a corto plazo en las empresas.

En cuanto a los trabajadores, podrían contar con las siguientes ventajas (Dokko et al., 2015):

1. Hacer uso de esta modalidad de trabajo para ejercerla durante una búsqueda prolongada de trabajo.
2. Aquellos trabajadores que cuenten con períodos de interrupción en su programa de trabajo (enfermeros, médicos, profesores, etc.) podrían contar con ingresos durante dicho período.
3. Finalmente, la contingencia de estos trabajos permite que los trabajadores obtengan ingresos extras que complementen sus ingresos primarios

La revolución digital

Con los avances tecnológicos se ha abierto una puerta para las empresas que permite un mayor control de sus negocios a través del seguimiento de sus bienes e inventarios tanto en tiempo como en espacio, beneficio que les habilita la posibilidad de predecir con mayor exactitud la demanda y, con ello, su necesidad de personal. A su vez, la existencia de dispositivos móviles facilita la conexión con el cliente y la opción de optimizar el servicio de sus necesidades en tiempo y dinero (Dokko et al., 2015).

La rápida expansión de las plataformas digitales en los últimos años ha provocado una transformación en el modo que tienen las empresas de gestionar su negocio. Internet reduce los costes de sus actividades, les permite llevar su actividad más allá de la empresa y mantener un contacto continuo con el cliente y la capacidad de una rápida respuesta a la volatilidad en sus gustos y necesidades. La revolución digital podría transformar el mercado de trabajo independiente de varias maneras (Manyika et al., 2016):

- Escala más grande. Las plataformas digitales habilitan la posibilidad de que compradores y vendedores se encuentren entre sí sin la necesidad de que se dé una relación presencial. En este sentido, el mercado es global debido a la propagación de las redes a cualquier rincón del mundo.
- Información en tiempo real. La evolución en los algoritmos de búsqueda obtiene como resultado que haya más precisión en el momento que exploramos en la red en busca de un artículo o servicio determinado. A su vez, reporta información en tiempo real que permite una coordinación más fluida y eficiente entre las partes que realizan una transacción.
- Señales de información más ricas y servicios auxiliares. Con frecuencia las plataformas digitales rastrean información que vamos dejando con nuestras búsquedas a través de Internet. Esta acción permite que pueden ofrecer productos o servicios relacionados con compras o búsquedas anteriores, ofreciendo rapidez en las transacciones. Además, compradores y vendedores pueden establecer una relación de mayor confianza gracias al acceso que disponen mutuamente a valoraciones de operaciones anteriores.
- Costes marginales cercanos a cero. El coste de agregar participantes a una plataforma es insignificante, causando como resultado que existan escasas barreras de entrada para nuevos trabajadores.

Beneficios macroeconómicos

Según un informe de McKinsey & Company publicado en 2016, la *Gig Economy* puede contribuir al desarrollo de los sectores económicos y en la financiación de la población a través de las siguientes vías (Manyika et al., 2016):

- Aumentar la tasa de actividad y el número de horas trabajadas en una economía. A finales de 2017 existían 76.970.000 millones de personas inactivas en los Estados Unidos (Fred, 2018). La *Gig Economy* puede suponer una vía de salida para aquellas personas que quieren empezar a trabajar o ganar más dinero.
- Según la Encuesta de Población Activa publicada con datos del último trimestre de 2017, la tasa de paro en EEUU fue del 3,9%, lo que supone un total de personas desempleadas de 6.269.000 (Expansión, 2018). La Economía de Mercado supone una oportunidad flexible para las personas desempleadas, ya que les permitiría recibir ingresos a la vez que buscan nuevos empleos.
- El trabajo independiente permite que las personas se especialicen en aquello que hacen mejor y que trabajen en aquello que les haga sentir comprometidos y de esa manera aumentar su productividad y la de una economía.
- El fácil acceso a los servicios en línea podría impulsar el consumo, así como acceder a nichos de mercado que conecten a los consumidores y estimulen la demanda.

Trabajo independiente por elección

La investigación llevada a cabo por *McKinsey Global Institute* en 2016, revela que muchos trabajadores independientes “eligen este estilo de trabajo porque se sienten atraídos por su autonomía y flexibilidad”. Además, en dicho estudio se analiza si los trabajadores desempeñan una actividad *gig* para obtener un ingreso primario o si, por el contrario, la utilizan para alcanzar un ingreso adicional. De esta investigación se obtienen cuatro segmentos (*Manyika et al., 2016*):

- *Free agents*: las actividades *gig* son su principal fuente de ingresos y además las prefieren.
- *Casual earners*: Eligen desarrollar actividades *gig* aunque la ejercen para obtener ingresos secundarios. Algunos tienen actividades principales tradicionales, son estudiantes, jubilados o cuidadores.
- *Reluctans*: obtienen su principal ingreso de una actividad *gig*, pero preferirían tener un trabajo tradicional.
- *The financially strapped*: necesitan desarrollar una tarea independiente para obtener ingresos suplementarios, pero preferirían no tener que hacerlo para llegar a final de mes.

GRÁFICA 11: CUATRO SEGMENTOS DE LOS TRABAJADORES INDEPENDIENTES



Fuente: elaboración propia

La encuesta que acompañaba esta investigación reveló la siguiente información respecto a los *free agents* (*Manyika et al., 2016*):

1. Alcanzan un mayor nivel de satisfacción que aquellos que eligen desarrollar un trabajo tradicional.
2. Están más comprometidos en su trabajo, disfrutan de ser sus propios jefes y de la flexibilidad horaria que disponen.
3. Tiene mayor satisfacción por la creatividad, oportunidades de aprendizaje y reconocimientos que pueden obtener.
4. Están más satisfechos con el nivel de ingresos que logran.

TABLA 13: RESUMEN FACTORES QUE FAVORECEN EL DESARROLLO DE LA GIG ECONOMY EN USA

FACTOR	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Incremento del trabajo eventual	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Beneficios para las empresas: flexibilidad para contratar trabajadores, ahorro de costes, aumento de eficiencia a c/p. ➤ Beneficios para los trabajadores: realizar actividades “gigonomicas” durante la búsqueda prolongada de trabajo, ingresos durante períodos de interrupción de trabajo, adquisición de ingresos extras. 	(Dokko et al., 2015)
La revolución digital	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las empresas tienen mayor control de sus negocios a través del seguimiento tanto en tiempo como en espacio. ➤ Optimización del servicio al cliente. ➤ Internet reduce el coste de las actividades de las empresas. ➤ Transformación del mercado de trabajo independiente. 	(Dokko et al., 2015) (Manyika et al., 2016)
Beneficios macroeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo de sectores económicos: aumento de la tasa de actividad y las horas trabajadas en una economía, impulsa el consumo y permite el acceso a nichos de mercado atractivos para la demanda. ➤ Financiación de la población: oportunidad flexible para los desempleados y permite que las personas se especialicen en aquello que les gusta y en lo que son más eficientes. 	(Manyika et al., 2016) (Fred, 2018) (Expansión, 2018)
Trabajo independiente por elección	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atractivos para los trabajadores por su flexibilidad y autonomía. ➤ 4 segmentos: <i>freelancers, casual earners, reluctants, the financially strapped.</i> 	(Manyika et al., 2016)

3.2.2. Factores que dificultan la evolución de la *Gig Economy* en EEUU.

A pesar de que existen rasgos que manifiestan los posibles beneficios que derivan de los empleos *gig*, las señales de preocupación sobre los mismos continúan creciendo. Una encuesta elaborada por la conocida consultora global *McKinsey* en 2016 revela que, aunque no son mayoría, millones de trabajadores estadounidenses son trabajadores independientes por razones económicas o necesidad y no por elección (Manyika et al., 2016).

Es una tendencia comparar los beneficios que reporta esta economía en relación con los trabajos tradicionales. Las relaciones usuales entre empleador y empleado se desenvuelven en un ambiente de protecciones laborales y garantías como podrían ser la existencia de un salario mínimo, seguros, horas extras, bajas por maternidad o paternidad, planes de jubilación, etc. (Dokko et al., 2015). Esto unido a la constante revolución tecnológica que modifica las relaciones laborales, convirtiéndolas en más susceptibles y reclamando una legislación adaptada a este nuevo ecosistema, provoca la existencia de factores que dificultan la evolución de la Economía Bajo Demanda tanto a nivel de confianza como a nivel económico.

Regulación de los trabajadores

A medida que evoluciona la *Gig Economy* más difusa es la regulación aplicable a los trabajadores dentro de la misma y resulta más difícil encajar las denominaciones tradicionales que han venido siendo usadas por leyes, tribunales y agencias gubernamentales. Un tema importante es la clasificación jurídica aplicable a la fuerza de trabajo estadounidense de las nuevas relaciones entre empleador y empleado.

La importancia de determinar qué marco jurídico es aplicable a estos trabajadores deriva de que la legislación americana establece una serie de requisitos que deben cumplir los empleadores en relación con sus empleados, que no es lo mismo que trabajadores independientes. Requisitos tales como salario mínimo, horas extras, derechos de organización, etc. plantean la posibilidad de que los contratistas se valgan del vacío legal aplicable a los “gigonomics” para clasificar a los empleados como contratistas independientes en lugar de empleados para reducir sus costes (Dokko et al., 2015).

Los tribunales estadounidenses han desarrollado una serie de pruebas para determinar si un trabajador es un empleado o un trabajador independiente (Dokko et al., 2015). Teniendo en cuenta los siguientes factores, cabe la posibilidad de que un trabajador cumpla tanto con características de un empleado en la prueba uno, como de un contratista independiente en la prueba dos y viceversa:

1. Prueba de “derecho común”. Estima la situación del trabajador en relación a cuál de las partes tiene el derecho de controlar el trabajo: si recibe instrucciones/órdenes de cómo debe desarrollar su actividad laboral, horarios de trabajo, la posibilidad de poder trabajar para más de una empresa o no, etc.
2. Prueba de “realidad económica”. Centrada en la relación económica entre el trabajador y el empleador, toma en cuenta elementos tales como si existe una relación prolongada entre ambos, si el servicio del trabajador repercute directa o indirectamente en los resultados del empleador, si el trabajador participa en un beneficio o en una pérdida directa, etc.

Diferencias en la calidad del empleo en la *Gig Economy*

Como se ha dicho en apartados anteriores, la Economía Bajo Demanda está estrechamente ligada a la tecnología y, más concretamente, a las plataformas digitales. Teniendo en cuenta el rol que juegan estas plataformas, el control de los trabajadores y el salario de los mismos, en EEUU se pueden distinguir estas cuatro clasificaciones (Kalleberg & Dunn, 2016):

1. Salario alto/Control alto. Es el caso de las **plataformas en línea** como ODesk. Son plataformas orientadas para trabajadores con habilidades específicas y con alta cualificación, que son generalmente contratados para proyectos determinados lo que aseguran una duración relativamente larga. Además, pueden negociar sus salarios, tienen flexibilidad geográfica y autonomía en relación a cómo desarrollar su trabajo.
2. Salario alto/Control bajo. En esta categoría se incluyen las **plataformas de transporte** (Uber) o las **entregas a domicilio**. Los trabajadores se convierten en pieza esencial para el desarrollo de la actividad y ejercen menor control sobre la misma. Es la plataforma quien dicta la forma de trabajar, las tarifas a aplicar y los salarios.
3. Control bajo/Salario bajo. Hablamos de las **plataformas crowdwork** como *Mechanical Turk*. Se trata de mercados de trabajo en los que el empleador es quien posee el control y puede fijar la tasa salarial. Además, incluye tareas simples cuya duración puede llegar a alcanzar segundos conllevando un salario bajo.
4. Control alto/Salario bajo. El nivel de control que ejerce el trabajador sobre su trabajo es directamente proporcional a los ingresos que le reporta. En este sentido, no se han encontrado plataformas que ofrezcan la posibilidad de aplicar un control alto y, a su vez, un salario bajo.

GRÁFICA 12: DIFERENCIAS DE LA CALIDAD DE EMPLEO EN LA "GIG ECONOMY".



Problemas fiscales

Como regla general, la obtención de ingresos derivados del trabajo está sujeta a impuestos. El problema al que se enfrentan determinados negocios dentro de la *Gig Economy* es que desconocen sus obligaciones tributarias, no tienen en cuenta sus gastos deducibles o no realizan una estimación de sus pagos (Russ, 2017). Un informe realizado por la web *finder.com* en septiembre del pasado año reveló que casi 70 millones de estadounidenses realizan trabajos independientes cada año, ganando un promedio de 3.075 dólares que no tenían previsto declarar.

Los *gig-workers* ejercen su trabajo bajo la condición de contratistas independientes lo que significa que ellos son quienes deben hacerse responsables personalmente de sus declaraciones tributarias, controlar sus ingresos y estimar los pagos futuros. El blog para contratistas independientes de TurboTax señala que “como contratista independiente o consultor independiente, tiene que considerar una variedad de cuestiones impositivas, incluidas formas de reducir su factura de impuestos” (Tax, 2017).

Se teme que la *Gig Economy* pueda acarrear consigo nuevas formas de fraude fiscal. Aunque en sus inicios plataformas colaborativas como Airbnb no estaban sujetas a tributación fiscal, con su auge las fuerzas encargadas del cumplimiento de las leyes tributarias, en el caso de EEUU el IRS (*Internal Revenue Service*), han orientado sus labores a aplicar una normativa que regule la entrada de ingresos en este tipo de servicios, lo que a su vez ha obligado a las plataformas a adaptarse a dicha normativa, verse inmersas en conflictos legales y/o alcanzar acuerdos fiscales (García-Ovies, 2016). Lo mismo ocurre con plataformas *gig*, las cuales actualmente navegan en una legislación turbia y sin una normativa aplicada a su nuevo modelo de economía. La mayoría de los trabajadores de la *Gig Economy* no conocen sus obligaciones tributarias y para cumplir con las mismas deben invertir grandes cantidades de dinero y tiempo en asistencia fiscal. Además, se plantea si aquellos que hacen de un negocio *on-demand* su fuente principal de ingresos deben tributar de diferente manera que aquellos que la utilizan como una vía para obtener ingresos adicionales (Boehm, 2017).

Para evitar cualquier tipo de fraude fiscal, los legisladores norteamericanos han propuesto cambios dirigidos a plataformas *gig*, de manera que estas se ajusten al código impositivo. Una de esas vías está basada en requerir a las compañías *on-demand* que retengan el impuesto sobre la renta de sus contratistas y otra en simplificar el código tributario de manera que exista un único umbral impositivo para todos los ingresos, independientemente de su origen (con tarjeta de crédito o no) (Boehm, 2017).

TABLA 14: RESUMEN FACTORES QUE DIFICULTAN EL DESARROLLO DE LA GIG ECONOMY EN USA

FACTORES	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Regulación de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Importancia a la clasificación jurídica: distinguir entre empleados y trabajadores independientes. ➤ Los contratistas pueden aprovecharse del vacío legal para reducir costes. ➤ Empleado y contratista independiente tienen características en común: “prueba de derecho común” y prueba de “realidad económica”. 	(Dokko et al., 2015)
Diferencias en la calidad del empleo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnología como precursor de diferencias. ➤ Diferencias derivadas de: control de los trabajadores y salarios. ➤ Plataformas en línea, plataformas de transporte o entregas a domicilio, plataformas <i>crowdwork</i>. 	(Kalleberg & Dunn, 2016)
Problemas fiscales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingresos derivados del trabajo deben tributar. ➤ Plataformas o <i>gig-workers</i> desconocen sus obligaciones legales. ➤ IRS regula los ingresos derivados de plataformas <i>gig</i> y colaborativas. ➤ Plataformas se adaptan a los requerimientos legales, se sumergen en conflictos legales y llevan a cabo acuerdos fiscales. ➤ Tributación según ingreso primario o secundario. ➤ Nuevas vías para adaptar el código tributario a la <i>Gig Economy</i>. 	(Young, 2017) (Russ, 2017) (García-Ovies, 2016) (Tax, 2017) (Boehm, 2017)

3.2.3. Ejemplos de plataformas *gig* en Estados Unidos.

En numerosas ocasiones, los autores apuntan a que el fenómeno *Gig Economy* tuvo su nacimiento en el país anglosajón (Rivero, 2017). En 2017 se estimaba que los *gig-workers* suponían un 34% de la fuerza laboral estadounidense y que, además, se estimaba un crecimiento de hasta el 40% para el año 2020 (Gillespie, 2017). Estos datos reflejan como la Economía *On-Demand* va ganando adeptos a pesar de los inconvenientes que va encontrando a lo largo de su trayectoria.

La Economía Bajo Demanda ha disminuido la tendencia tradicional estadounidense de trabajar de 9 a 5, brindando la oportunidad de un trabajo más flexible, de obtener mayores ingresos y de que el propio trabajador elija su horario laboral. Sin embargo, un estudio de *McKinsey Global* elaborado en 2016, determinó que a pesar de que muchos trabajadores eligen esta forma de trabajo por satisfacción, otros lo hacen porque no encuentran otras oportunidades y preferirían un puesto de trabajo convencional (Manyika et al., 2016). Empresas como Uber, Wonolo y Amazon Flex son claros ejemplos de plataformas estadounidenses que han conseguido nacer y crecer en el contexto cultural del país y que, además, muestran las ventajas y/o desventajas que aporta esta economía.

3.2.3.1. Uber.

	Inicio de actividad: 2009
	Origen: San Francisco-USA
	Mercado: nacional e internacional
	Años para salir al extranjero: 1-2 (2011)
Descripción del modelo: aplicación que mediante la tecnología proporciona a sus clientes un servicio de transporte privado, conectándolos con conductores registrados en su servicio.	
Start-up	Inversión internacional: si

Uber posiblemente sea el ejemplo de *Gig Economy* más extendido y conocido a nivel mundial. Con su presencia en 633 ciudades repartidas por todos los continentes (Uber, 2018c), ha sido objeto de numerosos estudios, críticas y alabanzas de su modelo de negocio. Su puesta en marcha vino de la mano de la asociación entre Garret M. Camp y Travis Kalanik tras un viaje a París en donde esperaban un taxi que no aparecía o no paraba y se les ocurrió la idea de “¿qué pasaría si con un móvil pudiese llamar a un coche para que estuviese en el lugar adecuado en el momento adecuado?” (Rodríguez, 2015).

Su modelo ha superado fronteras, culturas e idiomas a la vez que conecta personas que necesitan un medio de transporte asequible con quienes buscan ganar dinero conduciendo un auto. Esto ha dado como resultado que la *startup* supere las mil millones de conexiones alrededor del mundo (Uber, 2018c). Ya conocemos los factores generales que facilitan la evolución de la *Gig Economy* en USA, veamos en la **Tabla 15** los **factores que favorecen** la gran evolución de esta plataforma tanto a nivel nacional como internacional.

TABLA 15: FACTORES FACILITADORES DE LA EVOLUCIÓN DE UBER

FACTORES	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS
DESDE LA PERSPECTIVA DEL USUARIO		
Servicio económico	Las tarifas de Uber están fijadas en función de traslados de un lado a otro, con independencia de la duración y pagando una tarifa ya estipulada. Esto permite a sus usuarios evitar las tarifas derivadas de taxímetros que, por normal general, suelen ser superiores. Por ejemplo, un estudio realizado en Australia por <i>Deloitte Access Economics</i> determinó que los ciudadanos ahorraron en 2015 casi un 20% en viajes usando Uber en lugar de los taxis convencionales.	(LAVOZ, 2016) (Lambert, 2016)
Entorno fiable	Al tratarse de un servicio que se maneja completamente desde una aplicación, todos los datos quedan registrados en la misma: el conductor, el cliente y el servicio. Entre las ventajas de este sistema, cabe destacar: servicio puerta a puerta, seguimiento vía mapa de todo el recorrido o conocimiento del perfil de conductor (matrícula del vehículo, foto, nombre, etc.).	(LAVOZ, 2016) (Uber, 2018b)
Pago fácil y sin dinero físico	El precio es cobrado automáticamente por la plataforma una vez terminado el trayecto y valorado al conductor. Se cobra al medio de pago que se encuentre asociado a la cuenta (tarjetas de crédito/débito, Paypal, etc.).	(LAVOZ, 2016) (Uber, 2018a)
Servicio variado	Ofrecen un servicio económico dentro del que se puede elegir entre UberX, UberXL o UberSELECT; un servicio premium enfocado a viajes lujosos de negocio o placer; un servicio accesible para sillas de ruedas o equipamientos para bebés; y un servicio para compartir coche (y gastos) con otros usuarios que vayan al mismo destino.	(Uber, 2018d)
DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONDUCTOR		
Flexibilidad y segundo trabajo	Ofrece la posibilidad de a los conductores de trabajar pocas horas, noches o días determinados, es decir, los <i>drivers</i> pueden trabajar cuando quieren. A su vez, les permite que Uber sea su segunda fuente de ingresos y, por tanto, que complementen sus ingresos primarios.	(LAVOZ, 2016)
Seguridad	Al igual que para los usuarios, la plataforma ofrece seguridad a sus trabajadores mediante el control tecnológico de todas las operaciones. Además, el hecho de que el pago no implique dinero físico permite que los conductores no estén expuestos a asaltos.	(LAVOZ, 2016)
Bonificaciones	Desde Uber se esfuerzan en contribuir con bonificaciones para los conductores de manera que minimicen sus costes y maximicen sus ingresos. Entre las acciones que desarrollan, cabe destacar: un programa de tarjeta para combustible, descuentos en neumáticos nuevos y revisiones del vehículo, descuentos en la tarifa del móvil, orientación para contratar un seguro de salud o para gestionar las finanzas, etc.	(Uber, 2018e)

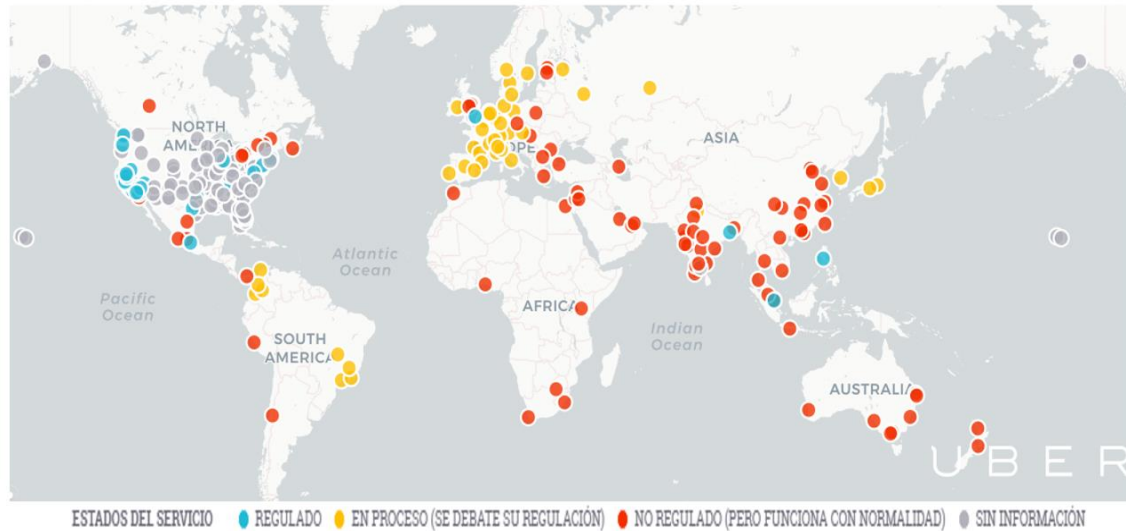
TABLA 15: FACTORES FACILITADORES DE LA EVOLUCIÓN DE UBER

FACTORES	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS
DESDE LA PERSPECTIVA DE LA EMPRESA		
Ahorro en costes	Los conductores de la compañía son trabajadores independientes que aportan sus propios recursos. En este caso, manejan sus propios vehículos y disponen de un <i>smartphone</i> que les permite conocer cuando un cliente necesita el servicio. Además, son los conductores quienes se encargan del mantenimiento de sus vehículos y quienes pagan la gasolina. La empresa se ahorra costos como el salario mínimo o la seguridad social.	(Mike & Noam, 2016)
Uso de las nuevas tecnologías	La base de la <i>startup</i> se encuentra en el uso de una plataforma que actúa como intermediaria entre los usuarios y los conductores. Desde la plataforma se gestionan todos los servicios, se realizan los pagos y se conoce el perfil de cada conductor, permitiendo que reduzcan las asimetrías de información entre usuarios y empresa.	(Uber, 2018b)
Ventaja competitiva	En el caso de los taxis convencionales, existe una barrera de entrada determinante que son las licencias municipales y, además, los precios que establecen son tarifas reguladas. En el caso de Uber, la adquisición de licencias no es tan tediosa y las tarifas que ofrecen son competitivas, lo que les permite ofrecer un mejor servicio a los usuarios.	(Almarza, 2017)
Mayor disponibilidad	A través de la plataforma y con el uso de geolocalización activado, la compañía pone en contacto al cliente con el conductor más cercano a su zona, incrementando la eficiencia del servicio y permitiendo que éste sea más rápido.	(Publimetro, 2013)

A pesar de haber cambiado la movilidad en cientos de ciudades, Uber despierta una discusión continua y global sobre su legalidad: protestas de taxistas en Europa, gobiernos tomando medidas para prohibir su negocio, investigaciones judiciales, etc. (Tiempo, 2017). Así, la plataforma cuenta con varios **factores negativos** con los que tiene que lidiar y que frenan una evolución más rápida:

- Ausencia de derechos y protección de los conductores. Al ser trabajadores independientes, no cuentan con los mismos derechos que un taxista regulado, es decir no tienen protección laboral (LAVOZ, 2016). Esto ha sido objeto de un debate incesante por parte de abogados, gobiernos y/o sindicatos que consideran que no deberían ser clasificados como *freelancers* sino como empleados a tiempo completo. Un ejemplo de esta discusión lo encontramos en dos demandas colectivas que se interpusieron a la compañía en California y Massachussets, la cual finalmente acabó en un acuerdo de la compañía con unos 385.000 conductores a quienes tuvo que pagar 100 millones de dólares y manteniendo a los conductores en su posición de autónomos (Mike & Noam, 2016).
- Competencia desleal. Se trata de uno de los principales argumentos de los taxistas para rechazar la presencia de Uber en las ciudades (Infonews, 2016). Los taxistas defienden que las tarifas de aplicaciones como Uber son inferiores a la de los taxis convencionales debido a que los primeros no precisan enfrenarse al coste de la adquisición de licencias ni al férreo control administrativo de las mismas (Snabo, 2017). En diciembre de 2014, un juez de Madrid decretó el cese de la actividad de Uber y su prohibición en todo el territorio nacional, justificando que carecen de autorización administrativa y que suponen una competencia desleal para los taxistas regulados. Esta decisión del Juzgado deriva de una solicitud por parte de la Asociación Madrileña del Taxi (Teknautas, 2014).
- Falta de regulación. Uber no se considera como una empresa de transportes sino como una plataforma intermediaria que comunica a conductores y clientes pero que no tiene en su propiedad ni una flota de vehículos ni una plantilla de chóferes (Suanzes, 2017). Sin embargo, son las características propias del negocio y de la *Gig Economy* las que ponen en duda el tipo de regulación a la que debería estar sometida, debido a que las leyes presentan grietas y están adaptadas a los sistemas tradicionales. A principios de 2017 en Emiratos Árabes, ciudades de la India, en México o América del Sur, el servicio de Uber no estaba regulado (pero funcionaba con normalidad) y en países como Colombia, España, Dinamarca o Sur Corea se encontraba en proceso por el debate de su regulación (Tiempo, 2017). **(Ver Gráfica 13)**
- Huelgas en su contra. Es un fenómeno que se ha extendido principalmente por Europa y América Latina. Un ejemplo en Europa es la concentración de más de 10.000 *black-cabs* que bloquearon el tráfico por las calles más emblemáticas del centro de Londres en protesta contra la plataforma y apuntando que esta opera fuera de la ley (Fresneda, 2014). En el caso de Latinoamérica, en Colombia más de 600 taxistas interrumpieron la circulación de vehículos en diversas calles de Bogotá, obligando a los pasajeros y conductores a bajarse de sus vehículos y unirse a la manifestación (RCN, 2016). Estas manifestaciones que en ocasiones implican amenazas o violencia física a los conductores y pasajeros de Uber, afectan negativamente a la plataforma, creando una mala imagen que puede reducir su número de usuarios o conductores.

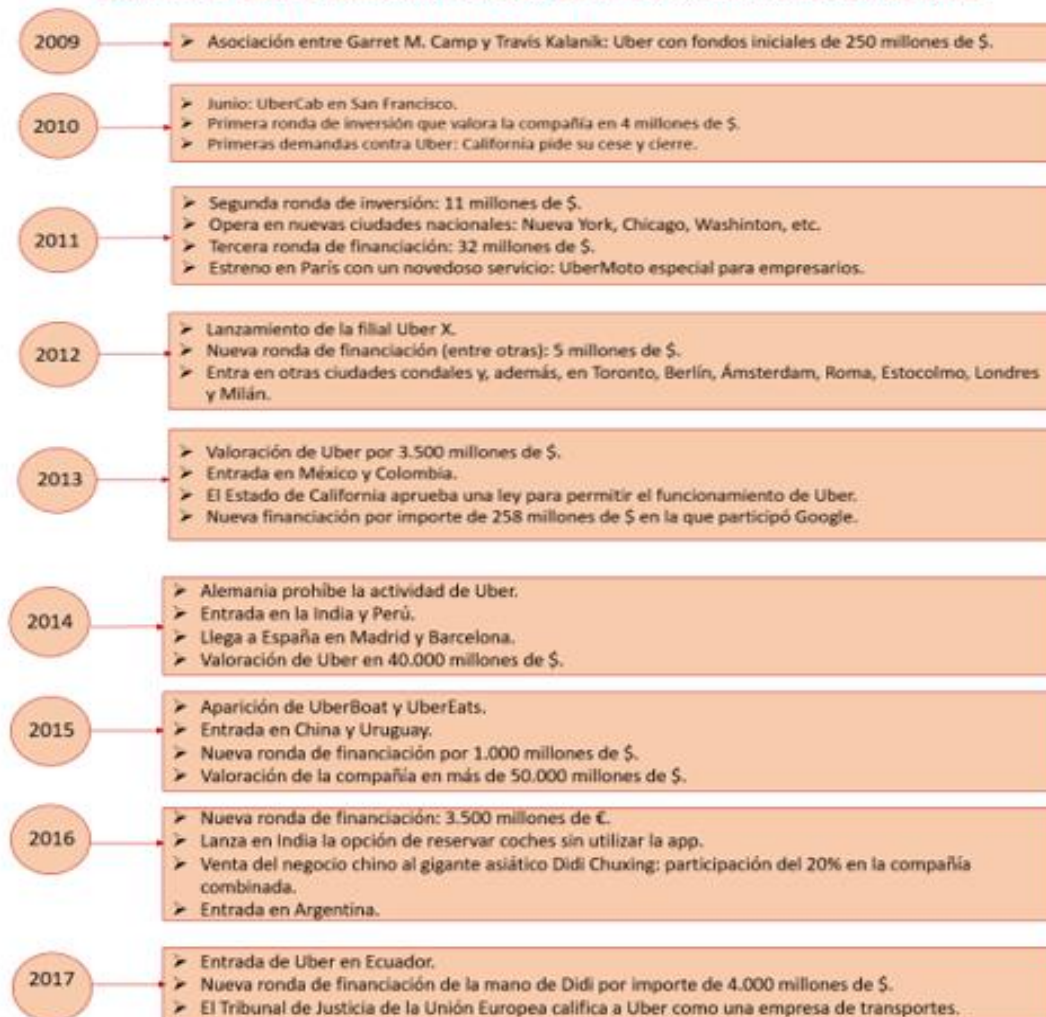
GRÁFICA 13: UBER EN EL MUNDO



Fuente: "Tiempo, 2017"

Internacionalización de Uber

GRÁFICA 14: BREVE HISTORIA PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UBER



Fuente: *Elaboración Propia.*

La internacionalización de Uber la ha llevado a estar presente en todos los continentes y a recaudar más de 12.000 millones de dólares procedentes de sus rondas de financiación. Este capital deriva de fondos internacionales y deuda convertible que ha permitido a la empresa su expansión internacional, ampliando su presencia en Oriente Medio en los últimos años y mejorando su tecnología (Martínez, 2016). En su última ronda de financiación en 2017, Uber fue valorada en 54.000 millones de dólares, situando al accionista japonés *SoftBank* como el mayor accionista de la compañía con un 15% del capital (Prieto, 2018).

3.2.3.2. Wonolo.

	Inicio de actividad: 2013
	Origen: USA
	Mercado: nacional
Descripción del modelo: plataforma de personal bajo demanda enfocado en el mercado de negocios. No realizan actividades <i>peer to peer</i> ya que solo satisfacen las necesidades de empresas.	
Start-up	Inversión internacional: si

Bajo la tutela de la incubadora *The Founders* de *startups* perteneciente a Coca-Cola, nació Wonolo con la idea inicial de abordar el inventario de productos fuera de stock y el problema del desempleo juvenil en Estados Unidos (Moye, 2014). *Coca-Cola Company* captó a Yong Kim y Aj Brustein (cofundadores de Wonolo) para que dieran con una idea que solucionara la necesidad de personal en momentos puntuales que tenía la compañía, necesidad que no podía prever con antelación y que debía solventar al instante (Scheiber, 2014).

La aplicación conecta a *Wonoloers* que solicitan un puesto de trabajo a empresas que publican listas de empleos en línea (Scheiber, 2014) y, a diferencia de la plataforma TaskRabbit, no conecta a los profesionales con consumidores sino únicamente con empresas (Wonolo, 2015). Las principales características que **favorecen** su éxito son las siguientes:

- Trabajadores como *independent contractors*. La plataforma no proporciona ningún tipo de compensación a los trabajadores, ni existe ningún tipo de relación contractual con los mismos. Sin embargo, mediante un porcentaje que se deduce de la tarifa diaria de un *Wonoler* la compañía ofrece un seguro de accidentes laborales que se designa para cubrir gastos médicos, lecciones accidentales, etc. (Wonolo, 2018).
- La posibilidad de volver a trabajar para la misma empresa. Mediante la función *Preferred Wonolers* disponible para las empresas solicitantes, se les permite seleccionar uno o más trabajadores específicos que gozarán de acceso una hora antes a la oferta publicada que el resto de trabajadores (Wonolo, 2018).
- Contratación directa. Las empresas pueden contratar directamente a los *Wonolers*, notificando previamente a la plataforma y pagando 600\$ por dicha contratación fuera de la aplicación (Wonolo, 2016).

- Fees aplicadas a las empresas contratantes. Wonolo aplica una tarifa del 45% más sobre el precio que pagará al trabajador por una tarea, pago que se efectúa únicamente después de que el trabajo sea aprobado por la empresa demandante de empleo (Wonolo, 2017a).
- Seguro para las empresas. Wonolo provee un seguro de responsabilidad general a las empresas, el cual cubre daños a sus productos, instalaciones u otros daños causados por *Wonolers* (Wonolo, 2017b).
- A pesar de contar con características positivas que la diferencian de otras plataformas similares, Wonolo no se queda indiferente a la mirada de quienes critican la *Gig Economy*. Algunos de los hándicaps con los que tiene que combatir se encuentran en la **Tabla 16**.

TABLA 16: FACTORES NEGATIVOS PARA LA EVOLUCIÓN DE WONOLO

FACTOR	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS
Tarifa por contratación directa	El hecho de obligar a los empresarios demandantes de empleo a pagar una tarifa por contratación directa puede menguar esta práctica y, por tanto, que evitar que los trabajadores independientes obtengan un empleo más estable.	(Wonolo, 2016)
Falta de derechos para los trabajadores	A pesar de contar con un seguro de accidentes en el lugar de trabajo, estar incorporados a la plataforma como trabajadores independientes, no tienen acceso a los derechos de un trabajador convencional. Esto implica no tener seguro de compensación laboral, derecho al salario mínimo, indemnización, etc.	(Scheiber, 2014)
Trabajos de baja cualificación	Existe mayor demanda de empleos que oferta, lo que provoca que cuando se publica un empleo muchos trabajadores lo demandan y que disminuya el poder de negociación de los trabajadores.	(Scheiber, 2014)

Wonolo formaba parte de la incubadora de *startups* fundada por Coca-Cola junto con otros negocios. *The Founders* cerró sus puertas a finales de 2016 a causa de que muchas de sus empresas no habían destacado notablemente y tuvieron que clausurar declarándose insolventes (Rodríguez, 2016). Sin embargo, Wonolo se mantuvo a flote a causa de varias inversiones que percibió, las cuales encontramos detalladas en la **Tabla 17** (CBInsights, 2018) y entre las que destaca una inversión internacional por parte de *Temp Holdings Co. Ltd.*, cuya sede se encuentra en Tokio (Kim, 2017).

TABLA 17: INVERSIONES EN WONOLO

INVESTOR	INVESTOR TYPE	LOCATION	PARTICIPATING ROUNDS
Foundry Group	Venture Capital	Boulder, Colorado, USA	Seed VC
CrunchFund	Venture Capital	San Carlos, California, USA	Seed VC
Drummond Road Capital	Venture Capital	Michigan, USA	Seed VC
Coca-Cola Founders	Corporation	Atlanta, Georgia, USA	Seed VC, Seed
Personal Innovation Fund	Corporate Venture	Tokio, Japón	Series A

Fuente: Elaboración Propia.

3.2.3.3. Amazon Flex.

	Inicio de actividad: 2015
	Origen: USA
	Mercado: nacional e internacional
	Años para salir al extranjero: 1 (2016)
Descripción del modelo: plataforma que capta autónomos para que aumenten sus ingresos mensuales mediante la entrega fácil de paquetes, usando su coche y su teléfono móvil.	
Start-up	Inversión internacional: no

El gigante del comercio electrónico Amazon desarrolló su propio concepto de entregas *freelance* como una vía para tratar de reducir el coste de la entrega de artículos en EEUU. Se trata de un servicio ligado a Amazon Premium de una hora de entrega, conocido como *Prime Now* (PerúRetail, 2016) y a *Logistics* en el que la franja horaria de trabajo varía (Menegus, 2017).

Este servicio enciende las alarmas del sector logístico por dos razones. En primer lugar porque prescinde del servicio de agencias de reparto como UPS, FedEx, MRW o Correos y, en segundo lugar, porque ofrece un pago a sus repartidores superior al del sector (Rodríguez, 2017a). Esto unido a los siguientes factores suponen una **fuentes de éxito** para la expansión del modelo *gig*:

- **Trabajadores autónomos.** Como en el resto de ejemplos de *Gig Economy*, este negocio se fundamenta en contar con trabajadores independientes, que en su web anuncia como *be your own boss* (Amazon, 2017). Además, señalan que se trata de una posibilidad de empleo apta para aquellos que ya se encuentren dados de alta como autónomos y, al no hacer referencia a una actividad específica, probablemente signifique que cualquier autónomo sin importar su actividad económica puede realizar las entregas de la compañía (Txerpa, 2017).

- Trabajadores aportan sus recursos. Según indica Amazon Flex en su web, para ofrecer sus servicios, los autónomos deben disponer de un vehículo propio que les permita recoger y realizar las entregas, y un *smartphone* para utilizar la app de la compañía (Amazon, 2017).
- Reducción de costes fijos y puntualidad del servicio. Las dos características anteriores implican que la empresa no tenga que incurrir en gastos de personal o gastos de actividad, al mismo tiempo que amplía su red de distribución y aumenta su compromiso para que los clientes estén satisfechos con el servicio *Prime Now*, cuya característica principal es la entrega de pedidos en una franja horaria de 1 hora (PerúRetail, 2016).
- Pagos superiores a los trabajadores. Las tarifas de pago que anuncia la compañía difícilmente pueden ser superadas por pequeñas empresas que trabajan en *last mille* (Rodríguez, 2017a). Así, por ejemplo, algunas compañías ofrecen alrededor de 6€ la hora en España (Plaza, 2017) mientras que Amazon Flex ofrece un pago de hasta 28€ por un bloque de 2 horas, lo que significarían 14€ la hora (Amazon, 2018).
- Flexibilidad laboral. Al igual que otras plataformas *gig*, Amazon Flex brinda la opción de elegir el horario de trabajo. Es un sistema que consiste en registrar la disponibilidad del autónomo a través de la app y, posteriormente, recibirá ofertas que se ajusten a ese calendario. Además, se puede comprobar los bloques horarios disponibles para aceptar ofertas durante el día (Amazon, 2017).

Como se ha descrito en los factores que dificultan la evolución de la Economía *On-Demand*, el principal inconveniente con el que cuenta esta economía es la existencia de un vacío legal que salta las alarmas de los organismos reguladores que defienden los derechos del trabajador, los cuales defienden que no deberían considerarse *freelancers* sino empleados (Dokko et al., 2015). Además, en el caso de Amazon Flex encontramos otros **factores negativos** que ponen en entredicho su viabilidad:

- Poca fiabilidad en su sistema de contratación. Según la web, los únicos requisitos para ingresar son tener 21 años o más, estar legalmente autorizado para trabajar, disponer de un teléfono inteligente y tener acceso a un automóvil (Amazon, 2017). Sin embargo, no se conoce con certeza qué empresa se encarga de realizar la verificación de antecedentes de los postulantes y, además, esta verificación puede variar desde 4 horas a un mes (Menegus, 2017).
- Escasa preparación de los autónomos. La capacitación previa a empezar los repartos que ofrece la compañía es mínima. Los conductores han asistido a capacitaciones de una hora, por vía telefónica o mirar vídeos con explicaciones y reglas de la compañía, algo que no satisface a los conductores (Menegus, 2017).
- Error en los datos de la app. Es un problema que afecta directamente a los repartidores ya que se han detectado casos de falta de información en la plataforma. Esto supone pérdida de tiempo y de información, que los trabajadores no tengan acceso al bloque horario que han elegido, que entreguen menos paquetería y que se reduzcan sus ingresos (Menegus, 2017).
- Limitación de horas para los autónomos. Amazon califica el programa como una oportunidad a tiempo parcial y los *Flexers* tienen un límite de 40 horas por semana. Los mensajeros defienden que al ser contratistas independientes debería tener la posibilidad de trabajar sin limitaciones (Menegus, 2017).
- Desconfianza en los repartidores. Los *Flexers* no llevan uniforme, solamente una placa identificativa con su nombre y sin fotografía (Menegus, 2017). Esto unido a que se han detectado casos de intento de robo de la paquetería por parte de los autónomos (CBS,

2017), daña la imagen de la plataforma, genera experiencias negativas entre los usuarios y los repartidores y alimenta la desconfianza y preocupación de los primeros (Steinbrecher, 2017).

Internacionalización de Amazon Flex

GRÁFICA 15: PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE AMAZON FLEX



Fuente: Elaboración propia.

Tras sus inicios en 2015 en la ciudad de Seattle (Demmitt, 2015), Amazon Flex ha ido extendiendo su servicio no únicamente en el ámbito nacional estadounidense sino también hacia mercados más lejanos. Actualmente se encuentra presente en 5 países y en 56 ciudades repartidas por Europa, Asia y América del Norte, aunque mantiene su fortaleza en Estados Unidos.

En 2016 comenzó la demanda de mensajeros en Reino Unido a través de Birmingham y con la intención de que el servicio se encargara de *Prime Now*. Se ofrecía un pago entre 13 y 15 libras la hora por recoger los paquetes en los centros de distribución de la compañía y entregarlos a los clientes (Champan, 2016). Sin embargo, no se ha detectado mucha actividad de la plataforma en el país anglosajón tanto que en la web oficial para Reino Unido no se indican las ciudades en las que opera ni se ofrecen grandes detalles como para el resto de países en los que desarrolla su actividad, lo que podría dar a pensar que aún se encuentra en proceso de captar mensajeros (Amazon, 2017).

Ya para 2017 su expansión internacional se materializa con más fuerza. Comienza en julio penetrando en el mercado asiático y ofreciendo por primera vez en Singapur el servicio *Amazon Prime Now*, un servicio que obtiene una respuesta positiva por parte de la demanda local (Zhen Tan, 2017). A esto le siguió su entrada a Europa, donde primero se estableció en Alemania (Berlín) y donde ofrecía la posibilidad de que los repartidores ganaran 64\$ por un bloque de entrega de 4 horas (Greis, 2017). En la actualidad continúa operando únicamente en Berlín (Amazon, 2018). Al poco tiempo, entró en España por medio de Barcelona para posteriormente

expandirse hasta Valencia y Madrid y donde ofrece un pago de hasta 14€ por hora (Txerpa, 2017).

En 2017, según el informe realizado por BrandZ™ *Top 100 Most Valuable Global Brands 2017*, Amazon fue elegida la marca más valiosa del sector *retail* del mundo (Merino, 2017). Con un valor de marca de casi 140 millones de dólares (Merino, 2017) y un crecimiento al alza que incluso preocupa al gobierno norteamericano (muycanal, 2017), Amazon goza de una cobertura financiera que le permite no convocar rondas de financiación/inversión para incrementar su actividad y, por tanto, brindar plena cobertura a su servicio de Amazon Flex (Rodríguez, 2017a).

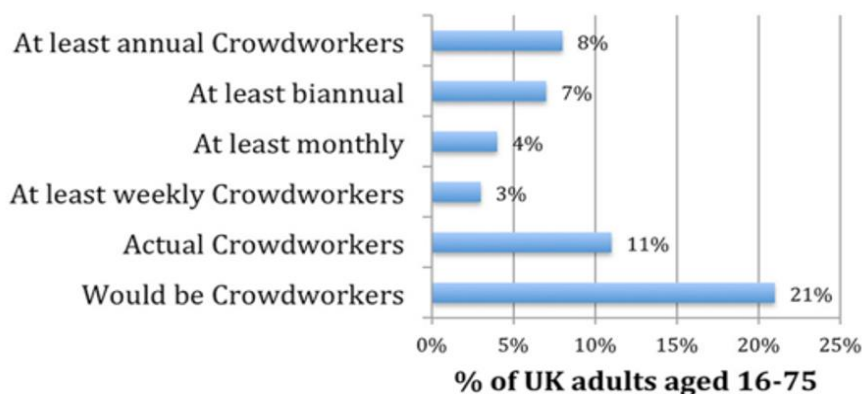
3.3. *Gig Economy* en Reino Unido.

Los servicios que ofrecen las plataformas digitales están cambiando la manera en la que funcionan los mercados en todo el mundo. Cuando hablamos de *Gig Economy* hacemos referencia a la tendencia creciente de usar plataformas en línea para encontrar un servicio inmediato al que con un solo clic tenemos acceso. En el caso de Reino Unido, el crecimiento de esta economía ha sido intenso. Un claro ejemplo de este auge queda representado por Uber o Deliveroo, dos empresas que se encuentran presentes en 75 ciudades y pueblos de Reino Unido, al tiempo que su crecida es a nivel mundial (RSA, 2017).

Los *gig-workers* han experimentado un crecimiento acelerado en UK desde el 2012 como un aspecto de la *Sharing Economy*, según un informe²⁶ de *Action and Research Centre* publicado en 2017. Según el mismo, hallamos dos tipos de plataformas: las plataformas basadas en activos y las plataformas basadas en el trabajo. Las primeras implican el intercambio de un activo (por ejemplo una casa, como en el caso de Airbnb) y las segundas se basan en aprovechar las habilidades y/o tiempo de una persona (por ejemplo la conducción, como en el caso de Uber) (RSA, 2017).

En 2015, un estudio conjunto de FEPS²⁷ y UNI²⁸ Europa llevada a cabo por la Universidad de Hertfordshire e Ipsos MORI²⁹ determinó, a través de una encuesta a 2.238 adultos en UK, que el 21% había intentado encontrar trabajo a través de plataformas *on-demand* (Huws & Joyce, 2016). Esto significa que alrededor de 9 millones de personas de la población adulta de Reino Unido pretendieron tener acceso a trabajos de Economía *Gig*.

GRÁFICA 16: UK CROWD-WORKERS



Fuente: "Crowd Working Survey. Huws & Joyce, 2016".

26. Este informe utiliza como sinónimos los términos Economía Compartida y Economía Bajo Demanda.

27. "Foundation for European Progressive Studies". Ver más información en www.feps-europe.eu.

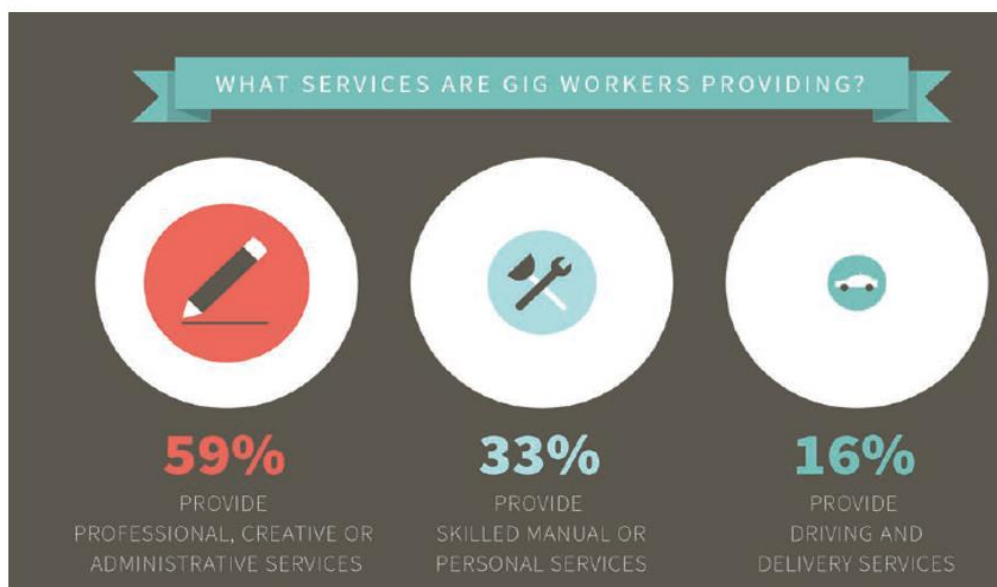
28. "Global Union". Ver más información en www.uni-europa.org.

29. Es la segunda organización de investigación de mercado más grande en el Reino Unido. Ver más información en www.ipsos.com.

En la actualidad, según indica una encuesta realizada por RSA³⁰ con ayuda de Ipsos MORI a 8000 personas, se estima que hay más de un millón de *gig-workers* en UK. El tipo de trabajo que ofrecen se pueden clasificar en tres categorías principales (RSA, 2017):

1. Servicios profesionales, creativos o administrativos. Los resultados determinaron que un 59% pertenecen a esta categoría, algo esperado debido a que previamente a la aparición de la *Gig Economy* ya existían plataformas para trabajadores independientes como diseñadores gráficos.
2. Expertos manuales o servicios personales. En esta categoría se encontró que el 33% se dedica a actividades como la fontanería o carpintería.
3. Servicios de conducción y entrega. Este rango cuenta con el menor porcentaje, solo el 16%. Quizá resulte sorprendente este resultado debido a que habitualmente trabajadores tales conductores o servicio de comida a domicilio se presentan más visibles que el resto de categorías.

GRÁFICA 17: ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS OFRECEN LOS *GIG-WORKERS*?



Fuente: "Goog Gigs, a fairer future for the UK's gig economy". RSA, 2017.

Como ocurre en el resto de países analizados, existen defensores y detractores de la *Gig Economy*. Los primeros son optimistas y consideran que este tipo de trabajo podrían mejorar las vidas de los ciudadanos ingleses, mientras que los segundos defienden que las innovaciones se disfrutarán a expensas de peores condiciones para los trabajadores. En medio de estas discrepancias se encuentra el gobierno, a quien se demanda la aclaración de cómo las plataformas de la Economía bajo Demanda pueden aumentar la calidad y seguridad del trabajo en un largo plazo (RSA, 2017). Veamos qué factores se encuentran a favor y en contra de esta economía.

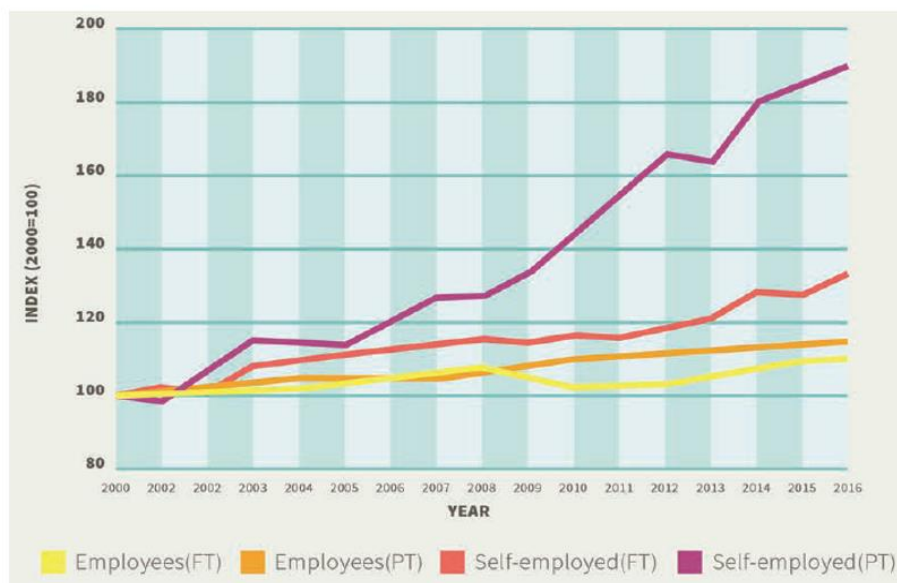
30. "Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce". Se trata de un "Action and Research Centre" cuya misión es enriquecer a la sociedad a través de ideas y acción. Ver más información en www.thersa.org.

3.3.1. Factores que favorecen el desarrollo de la *Gig Economy* en Reino Unido.

El crecimiento progresivo de la Economía Bajo Demanda ofrece nuevas oportunidades para las empresas o intermediarios, los trabajadores y los clientes o usuarios. Del lado de las empresas, éstas cuentan con la oportunidad de no emplear a trabajadores de manera permanente, demandar el talento necesario según la evolución de su negocio y, como consecuencia, un gran ahorro en costes. Por su parte, los trabajadores cuentan con la ventaja de un horario flexible que se adapte mejor a sus necesidades, junto con la posibilidad de obtener ingresos extras. Finalmente, los usuarios de plataformas *gig* gozan de la oportunidad de encontrar productos o servicios que se adecúen más a sus necesidades o recursos económicos (Resourcesolutions, 2017).

La *Gig Economy* es un modelo de economía que afecta a la industria inglesa de manera que, enfocando bien su concepto y no dejando vacíos legales en su regulación, puede ser aprovechada para convertirse en una herramienta de mayor utilidad para los trabajadores y los consumidores (RSA, 2017). Los resultados obtenidos por la encuesta del RSA indican que no hablamos de una moda pasajera, sino que estamos ante una tendencia que va a seguir creciendo y reforzándose, sobre todo si lo consideramos dentro del contexto del aumento del autoempleo en UK.

GRÁFICA 18: TENDENCIAS DEL MERCADO LABORAL EN UK



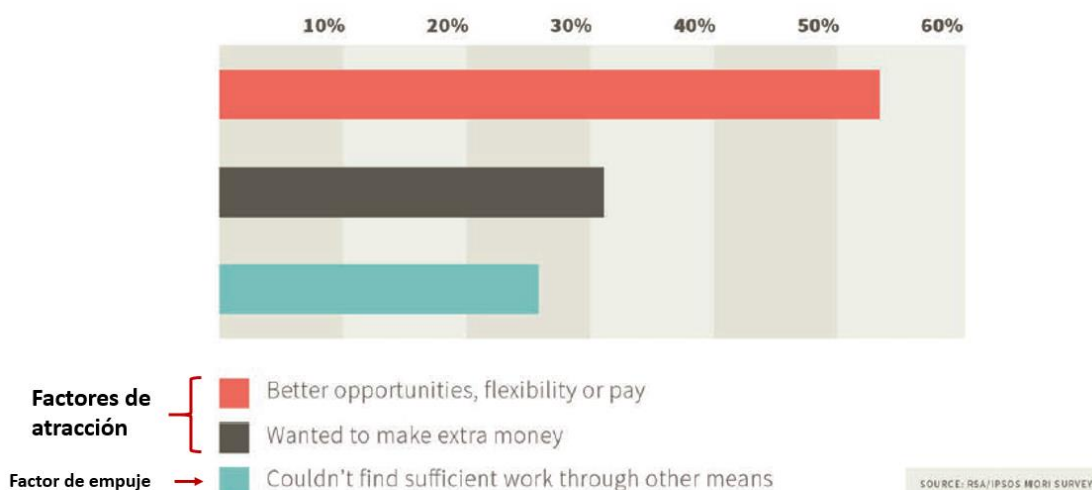
Fuente: "Goog Gigs, a fairer future for the UK's gig economy". RSA, 2017.

Además, en dicha encuesta se preguntó a los trabajadores cuáles son sus motivaciones para convertirse en *gig-workers*, obteniendo resultados que se distinguen entre "factores de atracción" y "factor de empuje" (RSA, 2017):

- Más del 50% se siente atraído por esta modalidad de empleo debido a que lo encuentran positivo, alegando que ofrece buenas condiciones tales como la flexibilidad³¹ o un salario digno. Aproximadamente, una tercera parte está interesada debido a que lo consideran como una fuente de ingresos extras.
- Cerca de un cuarto de los trabajadores indicaron que existían dificultades en el mercado de trabajo, es decir, no encontraban trabajo en otro lugar o por otros medios.

31. Se entiende flexibilidad como la capacidad de desarrollar un trabajo *gig* que se ajuste al resto de sus compromisos (RSA, 2017).

GRÁFICA 19: ¿QUÉ MOTIVA A LOS GIG-WORKERS?



Fuente: "Goog Gigs, a fairer future for the UK's gig economy". RSA, 2017.

Gig Economy como fuente de ventaja competitiva.

Cuando hablamos de ventaja competitiva hacemos referencia a que las plataformas *gig* gozan de una característica única que las diferencian de sus competidores, situándolas en una posición de superioridad frente al resto de empresas (Acedo y Galán, 2016). En el caso de la *Gig Economy* encontramos una **ventaja competitiva en costes**.

La mayoría de las plataformas que pertenecen a la Economía Bajo Demanda en UK no tienen que hacer frente al pago de NIC³² de sus trabajadores ya que éstos se clasifican como *self-employed* (RSA, 2017), dando como resultado un ahorro en costes fiscales que podrían estimar millones de libras por año. En octubre de 2017, la compañía Uber declaró que pagar el NIC para sus aproximadamente 50.000 conductores en Gran Bretaña le supondría un coste de decenas de millones de libras. A su vez, en una comparecencia Dan Warne, director administrativo de Deliveroo en el Reino Unido e Irlanda, reveló que las contribuciones al NIC "sumarían alrededor de 1 libra al costo de cada hora" (Costas Pitas, 2017).

Las empresas que desarrollan su actividad bajo las condiciones de la economía tradicional deben incurrir en estos costes de carácter fiscal. Además, en algunos casos, las plataformas *gig* también evitan la inversión en grandes superficies o tiendas en calles memorables y solo necesitan alquilar oficinas para emprender su actividad (RSA, 2017), sumando ahorro en costes y mejorando su ventaja competitiva.

Plataformas como "disruptores" de la industria

Las plataformas no únicamente ofrecen la posibilidad de realizar transacciones entre compradores y vendedores facilitando el intercambio de bienes y/o servicios a través de una aplicación o web, sino que también se convierten en estrategias de quebrantan la industria británica en dos diferentes vías y que, a su vez, benefician a los consumidores y vendedores (RSA, 2017).

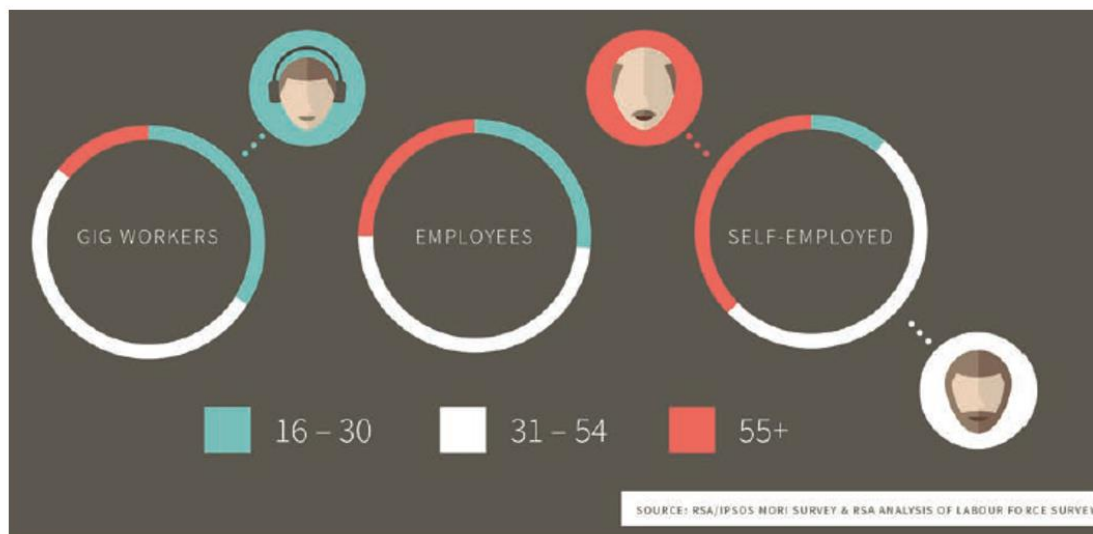
32. Sistema de impuestos que pagan los trabajadores y empleadores en Reino Unido. Para más información, visitar www.gov.uk.

1. Desagregación de la industria. Hace referencia a la obtención de productos o servicios que tradicionalmente se adquirirían por completo pero que en la actualidad es posible conseguirlos de manera individual. Un ejemplo ilustrativo es el de Spotify. Antiguamente para tener acceso a una canción favorita había que adquirir el disco completo, sin embargo, mediante dicha plataforma es posible elegir escuchar una única canción que nos interese sin la necesidad de apropiarse del pleno contenido.
2. Democratización de los mercados. Mediante el intercambio *peer to peer* se incentiva a los productores a que participen, ya que son ellos quienes crean valor a través de la difusión de sus propios contenidos o brindando bienes y servicios. Las plataformas no tienen el valor en sí mismas, sino que lo incrementan gracias a los usuarios, es decir, son dependientes de ellos. Esta característica se convierte en una clara diferenciación con la economía tradicional.

Oportunidad de autoempleo para los jóvenes

La oportunidad de convertirse en un *gig-worker* resulta más atractiva para jóvenes entre 16-30 años en Reino Unido. El estudio ejecutado por RSA pone de manifiesto que más de medio millón de jóvenes ingleses han intentado participar en un empleo *gig*, además de que se muestran más positivos a ello (RSA, 2017).

GRÁFICA 20: DESGLOSE GRUPO DE EDAD DE *GIG-WORKERS*



Fuente: "Goog Gigs, a fairer future for the UK's gig economy". RSA, 2017.

Las razones que explican esta tendencia son las siguientes (RSA, 2017):

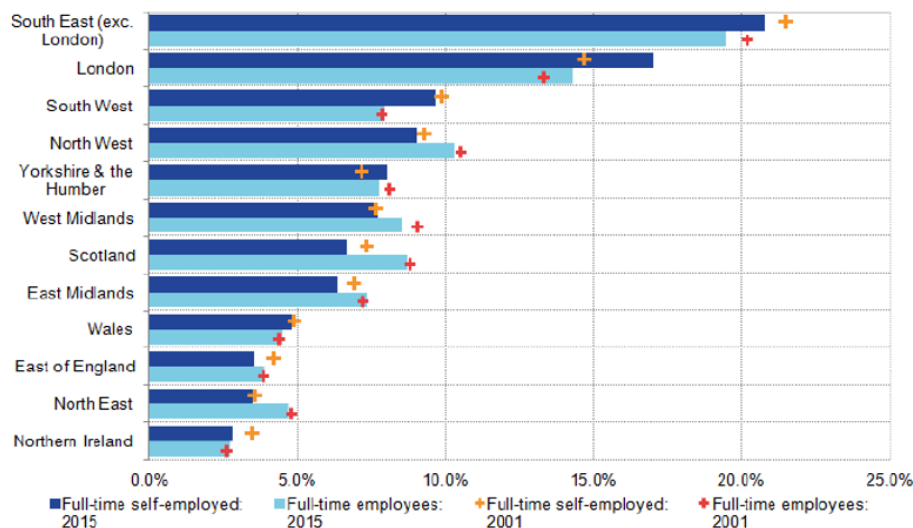
1. En la actualidad, la creciente alza de las nuevas plataformas está basada en trabajos de baja cualificación. Hacer entregas a domicilio o pasear a una mascota ofrece más oportunidades a los jóvenes y sirve como base para construir sus habilidades y primeras experiencias.

Este colectivo está más conforme con que la *Gig Economy* les ofrece mayor libertad y flexibilidad. El 15% de los jóvenes encuestados reconocen que el trabajo es adecuadamente flexible para adaptarse a sus responsabilidades académicas.

El futuro para otras regiones en UK

En el período desde 2001 hasta 2015 se ha producido un incremento de los trabajadores por cuenta propia a tiempo completo principalmente en Londres, pasando de un 14,6% a un 17% (Wales & Agyiri, 2016). También presenta una subida en regiones como Yorkshire y Humberside durante esta etapa.

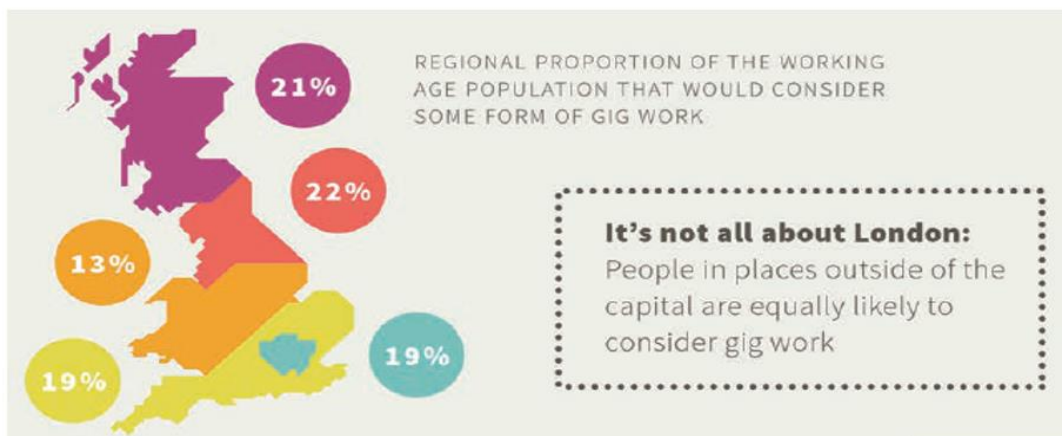
GRÁFICA 21: PROPORCIÓN DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA Y EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO POR REGIÓN EN UK (PORCENTAJE 2001 Y 2015)



Fuente: "Trends in self-employment in the UK: 2001 to 2015", Wales & Agyiri, 2016

A pesar de que las plataformas desarrollan sus actividades principalmente en la capital inglesa, la rapidez con la que se evolucionan unida a que en el resto de regiones de UK las personas también presentan una alta probabilidad de considerar convertirse en *gig-workers*, hace pensar que esta tendencia cambiará progresivamente en el futuro, incrementando las oportunidades laborales en el resto de regiones (RSA, 2017).

GRÁFICA 22: PROPORCIÓN REGIONAL DE LA POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR QUE CONSIDERARÍA ALGUNA FORMA DE TRABAJO GIG.

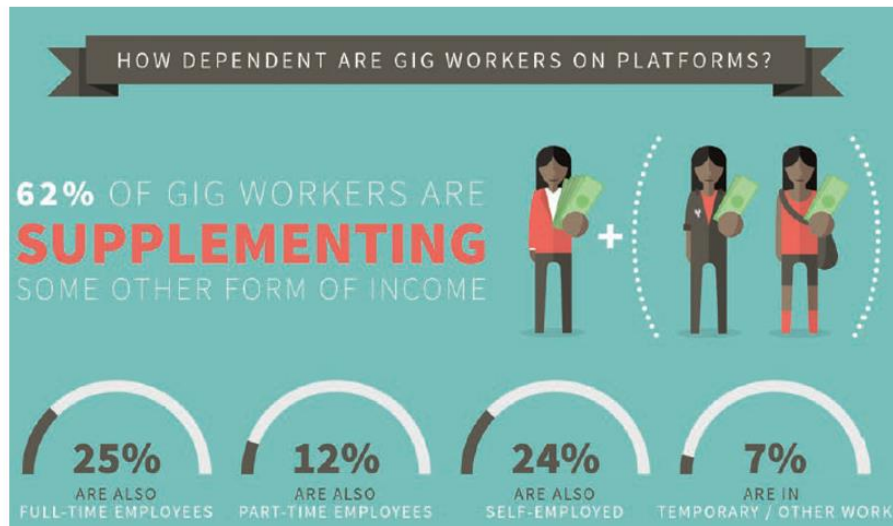


Fuente: "Goog Gigs, a fairer future for the UK's gig economy". RSA, 2017.

Fuente de ingresos complementarios

El estudio de RSA mostró que el 62% de los *gig-workers* se dedican a esta actividad para conseguir ingresos complementarios a su actividad principal. De ese porcentaje de trabajadores, el 37 por ciento son a su vez empleados (primera fuente ingresos) y el 31 por ciento restante obtiene ingresos a partir de otra forma de autoempleo o a través de otras formas de trabajo.

GRÁFICA 23: ¿CUÁNTO DEPENDEN LOS *GIG-WORKERS* DE LAS PLATAFORMAS?



Fuente: "Goog Gigs, a fairer future for the UK's gig economy". RSA, 2017.

TABLA 18: RESUMEN FACTORES QUE FAVORECEN EL DESARROLLO DE LA GIG ECONOMY EN REINO UNIDO

FACTOR	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Fuente de ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ventaja competitiva en costes. ➤ Ahorro de millones de libras en NIC. ➤ Ejemplos: Uber y Deliveroo. ➤ Ahorro de inversiones en inmovilizado material. 	(RSA, 2017) (Costas Pitas, 2017)
Plataformas como “disruptores” de la industria	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrategias que quebrantan la industria y benefician a consumidores o usuarios. ➤ Desagregación de la industria: acceso a productos individuales. ➤ Democratización de los mercados: intercambio <i>peer to peer</i>. 	(RSA, 2017)
Oportunidad de autoempleo para los jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oportunidad atractiva para jóvenes entre 16 y 30 años. ➤ Más de medio millón de jóvenes consideran trabajar en un empleo <i>gig</i>. ➤ Los jóvenes se muestran positivos a trabajos <i>gig</i>. ➤ Base para construir habilidades y primeras experiencias. ➤ Mayor libertad y flexibilidad. 	(RSA, 2017)
El futuro para otras regiones en UK	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incremento de los trabajadores por cuenta propia en el período 2006-2015 en Londres: de 14,5% a 17%. ➤ Subidas en Yorkshire y Humberside en la misma etapa. ➤ Incremento de oportunidades labores en el resto de regiones: rápida evolución de las plataformas y consideración de ser un <i>gig-worker</i>. 	(Wales & Agyiri, 2016) (RSA, 2017)
Fuente de ingresos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 62% lo usa como fuente de ingresos complementarios a su actividad principal. ➤ 37% son empleados a tiempo completo y tiempo parcial. ➤ 31% obtiene ingresos de otras fuentes de trabajo. 	(RSA, 2017)

3.3.2. Factores que dificultan la evolución de la *Gig Economy* en Reino Unido.

Presuntamente, los *gig-workers* disfrutan de la flexibilidad y la libertad que les ofrece trabajar en lo que ellos elijen, siendo los jóvenes, las personas mayores o aquellos que necesitan tener ingresos extras para completar sus necesidades financieras los que encajen mejor en estas actividades. Sin embargo, para los opositores de esta economía también puede significar bajos salarios, trabajo inseguro y la ausencia de derechos para los trabajadores (worksmart, 2017).

También existe la inquietud de que la ambición por recortar costes salariales por parte de los empresarios, arrastre a las empresas a contratar con progresiva frecuencia mano de obra por cuenta propia y, como consecuencia, a clasificar erróneamente a los trabajadores. Así, el papel que ejerza el gobierno británico será clave a la hora de determinar los derechos, deberes y obligaciones que tienen tanto el empleador como el “empleado” y garantizar una ley clara que disuada la clasificación errónea de los trabajadores (RSA, 2017).

Es importante que el gobierno encuentre un equilibrio a la hora de regular esta economía. Si aplica normativas duras y demasiado restrictivas podría concluir en una disminución de oportunidades y el cierre de puertas para determinados colectivos. Por otro lado, debe optar por un papel vigilante que asegure el cumplimiento de las normas, evite una carrera decreciente en términos de salarios y regule y obligue a rendir cuentas conforme a las leyes existentes (RSA, 2017).

Reducción de los ingresos fiscales

Además de velar por los derechos de los trabajadores y proteger el mercado de trabajo, el gobierno británico debe cuidar las fuentes de ingresos públicos. Si existen errores en la clasificación de los empleados, tratándolos como autónomos en lugar de trabajadores, acarrea efectos negativos en las finanzas públicas ya que los autónomos y las empresas que los contratan pagan tasas inferiores que los empleados y los negocios tradicionales (RSA, 2017).

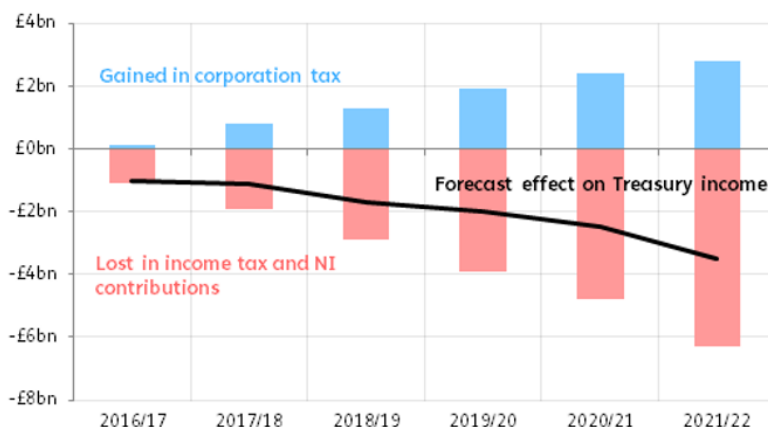
Un factor que favorece el crecimiento de la Economía bajo demanda en UK es la ventaja competitiva en costes de la que disfruta, es decir, las empresas que contratan trabajadores autónomos se libran de sufragar los costes de NIC. Un aumento de trabajo por cuenta propia erosiona la base de impuestos en Reino Unido ya que las contribuciones por NIC suponen la segunda fuente de ingresos para el gobierno británico, detrás de los impuestos sobre la renta y por encima de IVA. El crecimiento de *gig-workers* como autónomos afectaría a la financiación de las prestaciones legales de los empleados tales como la licencia de paternidad remunerada o el apoyo para servicios de bienestar social o cuidado de la salud (RSA, 2017).

Más empresas pequeñas, menos ingresos para el Estado

Se trata de un factor directamente relacionado con la reducción de los ingresos fiscales. En Reino Unido se ha detectado que una característica principal de la *Gig Economy* es el crecimiento de *owner-managed companies*, lo que significa que cada vez es más común que existan compañías administradas por sus propietarios y, con frecuencia, sin más empleados que el mismo administrador. Según *The Office for Budget Responsibility*, si continua el crecimiento de estas compañías supondrá “un coste de 3.5 billones de libras para las finanzas públicas para el 2021” (O’Leary, Joseph & Boulwood, 2017).

Esta situación supondría que *The Treasury*³³ de UK reciba más impuestos de sociedades a la vez que se produce una reducción del número de empleados y el incremento de autónomos, provocando una disminución de los ingresos por impuesto sobre la renta y las contribuciones al seguro nacional.

GRÁFICA 24: MÁS EMPRESAS PEQUEÑAS, MENOS INGRESOS PARA EL ESTADO



Fuente: "O'Leary, Joseph & Boulwood, 2017"

Situación laboral del *gig-worker*

Existe una exigencia apremiante de que el gobierno británico establezca una ley clara que evite la clasificación errónea de los *gig-workers*, de manera que se determinen correctamente sus derechos y protecciones.

Según un informe de la *Office of Tax Simplification*³⁴, en Reino Unido a pesar de existir dos categorías para definir la situación laboral de una persona, existen tres categorías de estatus para los derechos de empleo (OTS, 2017):

1. Empleado. Titular de los derechos de pleno empleo después de 24 meses.
2. "Trabajador". En general, una persona que tiene derechos básicos de empleo.
3. Autónomo. Sin derechos (excepto en la ley de discriminación, salud e igualdad).

Los trabajadores por cuenta propia dentro de la Economía bajo demanda no han sido tradicionalmente reconocidos como empleados por las organizaciones, hecho que cada vez ha sido mayormente cuestionado y sobre el que se ha exigido que los *self-employed* sean reclasificados como "trabajadores". Este estatus supondría nuevos derechos para los *gig-workers*: acceso al salario mínimo interprofesional en Reino Unido, vacaciones pagadas o pago por enfermedad. Sin embargo, al considerarse "trabajadores" en lugar de "empleados" no tendrías, por ejemplo, derecho a un despido improcedente (OTS, 2017). Hay que tener en cuenta que este nuevo estatus del trabajador sería con fines de derechos laborales, no fiscales y, por tanto, debería de pagar sus impuestos como autónomo.

33. "Ministerio de Economía y Finanzas del gobierno británico, el cual mantiene el control del gasto público, establece la dirección de la política económica del Reino Unido y trabaja para lograr un crecimiento económico fuerte y sostenible". Para más información, visitar www.gov.uk/government/organisations/hm-treasury

34. Brinda asesoramiento independiente al gobierno británico sobre el sistema impositivo del Reino Unido. Se trata de una oficina independiente del "HM Treasury". Para más información, visitar www.gov.uk/government/organisations/office-of-tax-implification.

En el año 2016, dos conductores de la compañía internacional Uber consiguieron que un juez falle a su favor reconociéndolos como *workers* de la compañía y no como *self-employed* (Bez, 2016). Los jueces consideraron que “el grado de control ejercido por el empleador putativo, la exclusividad del compromiso y su duración típica, el método de pago, el equipo que el trabajador putativo aporta, el nivel de riesgo asumido, etc.” son características suficientes para considerar a los conductores como trabajadores (RSA, 2017).

El caso expuesto anteriormente fue histórico y relevante para admitir el problema y la preocupación que hay con la categorización inexacta de los *gig-workers*. En 2017, tras la apelación de Uber a la denuncia por parte de los conductores, el Tribunal Laboral de Apelaciones de Londres reiteró que los trabajadores de la plataforma no son autónomos y que la compañía estadounidense debe respetar sus derechos y cumplir con la ley (elEconomista, 2017).

Riesgo de pérdida de pensiones

Las pensiones en Reino Unido funcionan como “un porcentaje de su salario se asigna al plan de pensiones automáticamente cada día de pago”. Además, la normativa británica señala que “a partir de 2012, todos los empleadores deben por ley ofrecer un plan de pensiones en el lugar de trabajo” y que “el empleador debe inscribir al trabajador automáticamente en un plan de pensiones y hacer contribuciones a su pensión si” (GOV.UK, 2016):

- “Tiene entre 22 y la edad de pensión estatal”.
- “Gana al menos 10.000£ al año”.
- “Trabaja en Reino Unido”.

Como se ha dicho anteriormente, los *gig-workers* al ser clasificados como trabajadores por cuenta propia pierden derechos tales como vacaciones pagadas, adhesión al salario mínimo interprofesional, etc. Además, hay que añadir que la conversión de estos autónomos en trabajadores les supondría el derecho automático a una pensión. La compañía de seguros Zurich, estimó que un trabajador que gane aproximadamente 25.000£ al año, está perdiendo alrededor de 22.000£ en contribuciones del empleador para el momento de su jubilación (Partington, 2017).

Algunos diputados británicos consideran que empresas como Uber o Deliveroo han aprovechado las lagunas existentes en la legislación actual y que en este entorno se están negando algunos derechos fundamentales de los trabajadores (Partington, 2017).

TABLA 19: RESUMEN FACTORES QUE DIFICULTAN EL DESARROLLO DE LA GIG ECONOMY EN REINO UNIDO

FACTORES	CARACTERÍSTICAS	REFERENCIAS
Reducción de los ingresos fiscales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Autónomos pagan tasas inferiores. ➤ NIC como segunda fuente de ingresos públicos. ➤ Daño a las prestaciones legales de los trabajadores. 	(RSA, 2017)
Más empresas pequeñas, menos ingresos para el Estado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Crecimiento de <i>owned-managed companies</i>. ➤ Coste de 3.5 millones de libras para las finanzas públicas para 2021. ➤ Disminución de los ingresos por impuestos sobre la renta y las contribuciones al seguro nacional. 	(O'Leary, Joseph & Boulwood, 2017)
Situación laboral del <i>gig-worker</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clasificación errónea de los <i>gig-workers</i>. ➤ Tres categorías de estatus para los derechos de empleo: empleado, trabajador y autónomo. ➤ De <i>self-employed</i> a <i>worker</i>: el caso de Uber. 	(OTS, 2017) (RSA, 2017) (elEconomista, 2017)
Riesgo de pérdida de pensiones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Porcentaje del salario se suma a las pensiones. ➤ El empleador debe inscribir al trabajador automáticamente en un plan de pensiones. ➤ Si un autónomo se convirtiera en trabajador y tuviera una ganancia anual de 25.000£ al año, 22.000£ sería contribución del empleador para su pensión. 	(Partington, 2017) (GOV.UK, 2016)

3.3.3. Ejemplos de plataformas *gig* en Reino Unido.

Millones de británicos ejercen actividades bajo el sistema de la *Gig Economy* en Reino Unido. A pesar de que muchos de ellos disfrutan de la flexibilidad que les reporta ser *freelancers* para las plataformas *on-demand*, otros acaban trabajando para dichas plataformas porque no encuentran otras opciones más tradicionales (Manyika et al., 2016). El gobierno de Theresa May afirmó que a este tipo de trabajadores se les otorgará más derechos una vez que lleven a cabo un importante informe gubernamental, en el que se recomienda incluir una redefinición legal del término *worker* y cambiarlo por *dependant contractor* (Griffiths & Groome, 2018).

La Economía bajo demanda afecta a múltiples sectores entre los que encontramos la informática y tecnología, servicios a domicilio, mensajería, etc. En este proyecto vamos a estudiar el caso de 3 empresas nacidas en el corazón de Reino Unido, Deliveroo, Bizzby y Quiqup, para conocer las tendencias dentro del país y las características que impulsan tanto el desarrollo como la limitación de estas plataformas.

3.3.3.1. Deliveroo.

	Inicio de actividad: 2013
	Origen: Londres-Reino Unido
	Mercado: nacional e internacional
	Años para salir al extranjero: 2 (2015)
Descripción del modelo: plataforma cuya misión es cambiar la forma de pedir comida a domicilio. Se asocia con los mejores restaurantes del sector, desde pequeños a internacionales y, mediante una solicitud a través de su web o app, lleva el pedido de los clientes directamente a su puerta.	
Start-up	Inversión internacional: si

El fundador de esta compañía internacional, Will Shu (Begum, 2017), tras mudarse de Nueva York a Londres y descubrir la dificultad que existía para pedir comida de calidad a domicilio, decidió que llevar comida de los mejores restaurantes a los clientes se convertiría en su misión personal (Deliveroo, 2018). Así, tras expandirse rápidamente en Londres y, en diciembre de 2014, hacia Brighton y Cambridge en sus inicios (Begum, 2017), actualmente está presente en más de 100 ciudades de Reino Unido (Deliveroo, 2018) y en 200 ciudades de todo el mundo (Sassard, 2017).

La compañía funciona como muchas plataformas de *Gig Economy*. Cuenta con una flota de conductores y una plataforma en línea que permite realizar pedidos a restaurantes adscritos a cambio de una comisión sobre las ventas (Begum, 2017); sus trabajadores son autónomos, y tienen flexibilidad para trabajar en su tiempo libre (Deliveroo, 2017); los *freelancers* deben tener una moto o bicicleta propias y un teléfono móvil para realizar los entregas, y en Reino Unido ganan aproximadamente 7 libras por hora más 1 libra por cada entrega (el sistema varía dependiendo del país) (Jackson, 2017). Estos **factores de éxito** unidos a los descritos en la **Tabla 18**, convierten a Deliveroo en una plataforma valorada en más de 1.673 millones de euros y en una de las líderes de las aplicaciones de entrega de comida (Economía Digital, 2017).

TABLA 20: FACTORES DE ÉXITO DE DELIVEROO

FACTOR	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS
Comida gourmet	La idea de la plataforma y que sirve como característica distintiva de otras aplicaciones de entrega como JustEat, es que los consumidores tengan acceso en su casa a comida procedente de restaurantes gourmet y que, por tanto, la experiencia que se puede vivir en un restaurante se traslade a casa del cliente, manteniendo el sabor y la comida caliente.	(jungleworks, 2016)
Sistema logístico	Debido a que Deliveroo no se ocupa de la elaboración de los alimentos sino de su reparto, el sistema logístico es esencial. Su idea de entrega de comida gourmet le lleva a comprometerse a realizar el reparto en menos de 32 minutos y a, incluso, ofrecer el servicio de entrega a domicilio de aquellos restaurantes que no tienen, como es el caso de Wagamama.	(jungleworks, 2016) (Jackson, 2017)
Innovación	Con la intención de expandir la oferta, Deliveroo comenzó a invertir en su propio espacio de cocina conocido como Roobox. El sistema consiste en brindar a los restaurantes asociados cocinas totalmente equipadas para que satisfagan la demanda de zonas con poca oferta de restaurantes.	(O’Hear, 2016) (I. Taylor, 2016)
Estudios para optimizar el servicio	Además de contar con un poderoso software de enrutamiento, Shu analiza otros datos serios que pueden influenciar en el tiempo de entrega y la calidad del servicio: tiempo en que tarda en enfriarse un plato, tipo de empaquetado necesario, rutas secundarias, tráfico, etc.	(jungleworks, 2016)
Ingresos dobles de la compañía	Los ingresos obtenidos por Deliveroo provienen de 2 vías: el pago del servicio del cliente y la comisión por venta que recibe de los restaurantes.	(jungleworks, 2016)

A pesar de tratarse de una compañía que ha triunfado a nivel internacional y que cuenta con factores de peso que le permiten continuar con su expansión, Deliveroo despierta críticas y acciones que conllevan el retraso de su crecimiento. El principal **factor negativo** que afecta a la compañía está relacionado con la condición de los trabajadores. Los organismos encargados de velar por los derechos de los trabajadores consideran que bajo las condiciones en las que trabajan los *riders* no deberían de ser considerados trabajadores independientes sino empleados de Deliveroo y, por tanto, tener acceso a vacaciones, derecho a un salario mínimo y todos los derechos de los que goza un trabajador (ITV REPORT, 2017). En torno a esta idea, han surgido protestas, huelgas, desacuerdos y denuncias en numerosos países en los que se encuentra presente la plataforma. Veamos algunos ejemplos:

- **España.** UGT registró una denuncia en la Dirección General de Trabajo para reclamar la relación laboral que existe entre los trabajadores y Deliveroo y que presuntamente derivaba de varias denuncias registradas en su web por parte de trabajadores de la plataforma (Rodríguez, 2017b).

- **Holanda.** Ha recibido críticas por parte del ministro de asuntos sociales, Lodewijk Asscher, tras el anuncio de la plataforma de que consideraba reemplazar a los trabajadores con contratos por trabajadores independientes (Dutchnews, 2017).
- **Reino Unido.** Tras recibir denuncias en contra de la plataforma inglesa, el Comité Central de Arbitraje falló a favor de la compañía considerando que los *riders* deben considerarse autónomos y que, por tanto, no tienen derecho al pago de vacaciones, a un salario vital nacional o a derechos de negociación colectiva. Sin embargo, el Sindicato Independiente de Trabajadores de Gran Bretaña busca una revisión judicial a dicho fallo (Chapman, 2018).
- **Hong Kong.** Surgió una protesta por parte de los trabajadores de Deliveroo debido a una actualización en el sistema que permitía a la compañía “deducir una o dos horas de tiempo de trabajo” de los horarios de los *riders* (Kao, 2018).

Tras conocer las claves del éxito de esta plataforma *on-demand*, analizaremos su proceso de expansión, el cual empezó en 2015 hacia Francia y Alemania y que, con la ayuda de varias rondas de financiación, ha conseguido expandirse hasta alcanzar presencia en 12 países.

Internacionalización de Deliveroo

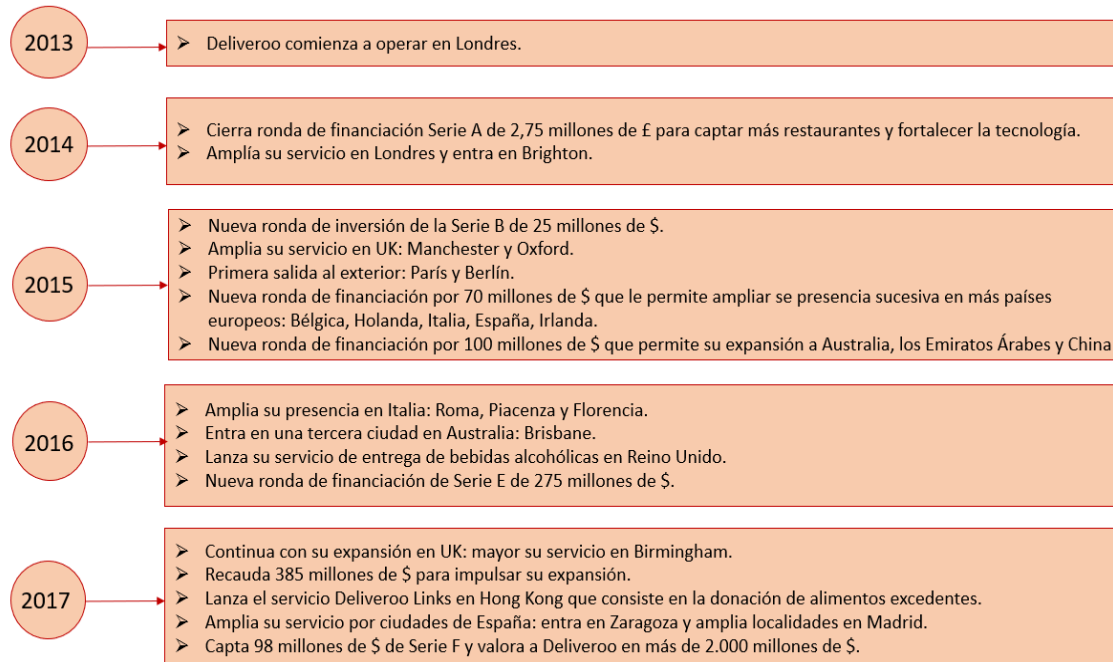
En la **Gráfica 25** podemos observar un resumen del proceso de internacionalización que ha experimentado esta compañía. Tras el inicio de su actividad en 2013, ha recaudado millones de dólares que han servido para impulsar su internacionalización, mejorar su tecnología o innovar en el mercado de servicio a domicilio. Su primera ronda de financiación valorada en 2,75 millones de libras fue liderada por Index Ventures y destinada a fortalecer su sistema logístico y plataforma de entrega (Index Ventures, 2014). Además, en el mismo año, 2014, amplió los servicios a 12 vecindarios en Londres y empezó a operar en Brighton (Index Ventures, 2015).

Para 2015 ya comenzó su trayectoria internacional. Con la ayuda de una nueva ronda de inversión por valor de 25 millones de \$ y liderada por Accel Partners comenzó su plan de internacionalización, en primer lugar, Europa (Index Ventures, 2015). Su primera salida se materializará hacia París y Berlín, donde registró más de 30 y 50 restaurantes respectivamente (Cook, 2015). Le seguirían países como Holanda y Bélgica (Corporate Account Manager, 2018) o Irlanda, llevando comida de más de 40 restaurantes (Úna, 2015). Posteriormente, con el respaldo de una nueva ronda de inversión en julio valorada en 70 millones de \$ (Sawers, 2015), comenzará su expansión hacia España donde empezó en Madrid con 60 restaurantes y 4 repartidores (La Vanguardia, 2016) y hacia Italia (“¡Un año de Deliveroo en Italia! - Clave de medios,” 2016). A finales de este año, recauda 100 millones de \$ en una ronda de Serie D liderada por *DTS Global* y *Greenoaks Capital*, la cual impulsará a Deliveroo a salir fuera de Europa (Sawers, 2015). Así, gracias a esta última ronda de inversión, la plataforma se expande hacia Hong Kong, Dubai, Singapur, Melbourne y Sydney (Weiteng, 2015).

En los años posteriores a 2015, Deliveroo continúa recibiendo financiación (INDISA.es, 2016) y aumentando el número de ciudades con servicio en los países en los que se encuentra establecido (Bogle, 2016). Además, hay que destacar que las últimas captaciones económicas que ha obtenido la plataforma, han sido destinadas a la innovación de servicios más que a la expansión internacional. Por ejemplo, en 2016 lanza en Reino Unido su servicio de entrega de bebidas alcohólicas en menos de 20 minutos (Sawers, 2016) y, en 2017, inicia el servicio Deliveroo Links que funciona como una campaña de donación de alimentos para los más necesitados (Fintechnews, 2017).

Finalmente, Deliveroo está planeando operar en la India en 2018, donde se encuentra en proceso de contratar un responsable en el país y un equipo completo que le permita iniciar actividades en el país surasiático (Sharmal, 2018).

GRÁFICA 25: BREVE HISTORIA PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE DELIVEROO



Fuente: Elaboración propia.

3.3.3.2. Bizzyby.

	Inicio de actividad: enero de 2014
	Origen: Londres-Reino Unido
	Mercado: nacional e internacional
	Años para salir al extranjero: entre 2-3 (2016-2017)
	Descripción del modelo: empresa de servicios <i>on-demand</i> a domicilio. Permite la contratación de trabajos a través de su web o aplicación, conectando a los usuarios con servicios como limpieza profesional, fontanería, mudanzas, etc.
Start-up	Inversión internacional: si

Fundada por Rohan Sinclair Luvaglio, Michale Camillari-Ferrante y Howard Lewis (Platt, 2014), Bizzyby es una plataforma dedicada a suministrar servicios profesionales bajo demanda a quien reserve los servicios en línea y con el compromiso de que el profesional se encuentre en la puerta del usuario en un período máximo de 60 minutos. Sus servicios van desde limpieza hasta servicios de belleza y salud o entrenadores personales (BIZZYBY, 2018).

Como en los casos anteriormente estudiados, Bizzby conecta a profesionales autónomos con clientes a través de plataformas tecnológicas (Nixon, 2016). Sus principales prioridades son la calidad y el servicio (Platt, 2014), por lo que cuenta con una serie de **ventajas** que le permiten satisfacer sus preferencias y un crecimiento óptimo:

- El usuario no adquiere un compromiso con la plataforma ya que no hay tarifas de suscripción o registro y únicamente se reservan los servicios cuando el usuario tiene una necesidad (maximizing money, 2016).
- No requiere una reserva anticipada del servicio. El cliente reserva el servicio a través de la aplicación o la página web en el momento que lo necesite y el profesional se presentará en 60 minutos en la casa del usuario (maximizing money, 2016).
- Los proveedores elegidos para suministrar los servicios que ofrece la plataforma son entrevistados previamente y valorados por completo. Además, se exigen altos requisitos de cualificación y en caso de que alguno reciba comentarios negativos, es eliminado “inmediatamente” de la plataforma (Platt, 2014).
- El sistema de cobro es equitativo ya que al cliente se le cobra por minutos los servicios que solicitan y, por tanto, se descarta la posibilidad de una sobrecarga (Platt, 2014).
- Los pagos se realizan únicamente a través de la plataforma, no en efectivo y solo una vez terminado el servicio. De esos pagos Bizzby deduce un porcentaje y el resto se lo remite al proveedor (BIZZBY, 2018).


La tecnología usada por Bizzby está basada en JavaScript, lo que significa que es independiente de la plataforma. Gracias a esta característica, la compañía puede escalar con mayor rapidez y establecerse en diferentes ciudades o países (Benzikie, 2014). Veamos a continuación como ha ido creciendo la plataforma, hasta qué ciudades se ha extendido y como han evolucionado sus servicios.

Internacionalización de Bizzby

A los tres meses de su funcionamiento, en 2014 Bizzby recaudó 10 millones de dólares procedentes de un fondo de inversión estadounidense desconocido en una *Venture Round*(startupranking, 2018). Dicho respaldo económico llevó el servicio a “tres grandes ciudades” más aparte de Londres (Platt, 2014). Actualmente, cuenta con más de 1.000 servicios disponibles y con una presencia en más de 120 ciudades repartidas por todo Reino Unido(Bizzby, 2018).

Para finales de 2015, la plataforma ofrecía un servicio novedoso de eliminación de basura bajo pedido. Este servicio conecta a pequeñas empresas y profesionales autorizados que se dedican a la eliminación de basura con clientes, a través de sus *smartphones* (Bizzby, 2015). Con el objetivo de internacionalizarse para 2016 (Bizzby, 2015), con la ayuda de su tecnología y una vez que descubrió las preferencias culturales de otros países y creó una base de proveedores (Benzikie, 2014), Bizzby ofrece más de 1.800 servicios en Estados Unidos y opera en 3 ciudades de dicho país (Alaska, Nueva York y California); más de 3.000 servicios en Canadá, con presencia en 13 ciudades (Alberta, Manitoba, Ontario, etc.) ; y 1.114 servicios en Dubai (BIZZBY, 2018).

3.3.3.3. Quiqup.

	Inicio de actividad: septiembre de 2014
	Origen: Londres-Reino Unido
	Mercado: nacional
Descripción del modelo: empresa de entrega bajo demanda que inicialmente permitía a los usuarios pedir algo desde su aplicación para una entrega local y que, posteriormente, también sirve como mensajero para las entregas <i>last mille</i> de empresas.	
Start-up	Inversión internacional: si

Fundada por Bassel El Koussa, Tim Linssen, Federico Ferraro, Rami Idriss y Danny Hawkins, Quiqup nació bajo la idea de que el tiempo es un “artículo” cada vez más importante para los consumidores y las empresas en Londres. A través de la aplicación, los usuarios pueden realizar su pedido, cuando lo necesiten, con el simple gesto de unos clics (Kamsyn, 2016).

En sus inicios, la compañía se financió de fondos procedentes de amigos y familiares y, posteriormente, mediante rondas de financiación que han permitido que la plataforma crezca y se expanda en el mercado inglés (Kamsyn, 2016). Este desarrollo ha dado como resultado que Quiqup promueva relaciones entre sus usuarios en dos direcciones:

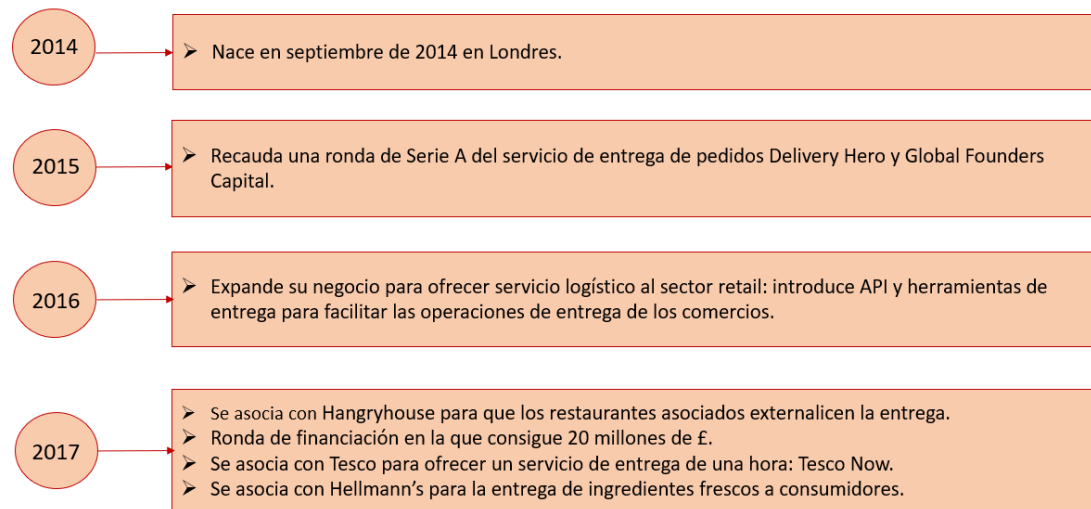
1. **B2C.** Es la relación que se da entre profesional y consumidor (Rodríguez Marín, 2017), es decir, entre los mensajeros que ofrecen el servicio de entrega a domicilio y los usuarios de la plataforma que lo solicitan. Para Quiqup, su público objetivo son trabajadores entre 25 y 34 años que ganan más de 40.000 libras al año (Kamsyn, 2016).
2. **B2B.** En este caso, la relación es de profesional a profesional, es decir, entre los mensajeros de la plataforma y otras empresas. La compañía basa su adquisición de socios en cuatro vertientes: venta al por menor y supermercado, cadenas de restaurantes, minoristas independientes y socios de terceros (Kamsyn, 2016).

En torno a estas dos categorías de relaciones, Quiqup ha experimentado el proceso de expansión en territorio nacional que apreciamos en la **Gráfica 26**. Tras un año de funcionamiento, en 2015 recauda millones de libras de una ronda de Serie A procedentes de la compañía global *Delivery Hero* y *Global Founders Capital* (O’Hear, 2015). En 2016, amplía su servicio para prestar apoyo logístico al sector *retail* mediante su API (*Application Programming Interface*) y herramientas de entrega que facilitan las operaciones logísticas de los comercios.

Como resultado de su ampliación, a principios de 2017 comienzan sus primeras relaciones B2B mediante la asociación con *Hungryhouse* que permitirá que los restaurantes asociados a esta última tengan acceso a los servicios de Quiqup y externalicen sus entregas (O’Hear, 2017b). En mayo del mismo año, recauda 20 millones de libras de la Serie B en una ronda liderada por la neoyorkina *Jobi Capital* (Price, 2017). Finalmente, establece relaciones con el supermercado británico *Tesco* para ofrecer un servicio de una hora de entrega en Londres denominado *Tesco Now* (Lomas, 2017) y con la marca global de aderezos *Hellmann’s* para permitir a los clientes

elegir una receta y obtener ingredientes frescos entregados en una hora (Unilever Foundry, 2017).

GRÁFICA 26: PROCESO DE CRECIMIENTO DE QUIQP.



Fuente: *Elaboración Propia.*

La última financiación de la compañía tenía como destino la ampliación del negocio en más ciudades de UK e impulsar su internacionalización (O'Hear, 2017a). Teniendo en cuenta esos deseos de la compañía y sus relaciones con inversores y empresas internacionales, el próximo paso de Quiqp podría ser su expansión internacional, aunque trabajen con paciencia y tengan como principal objetivo ser un negocio rentable (Kamsyn, 2016).

4. Conclusiones.

La crisis mundial que comenzó en el año 2008 provocó un cambio en la mentalidad de las empresas y de los consumidores. De un lado, las empresas comenzaron a buscar métodos para reducir sus costes, métodos que pasaban desde la reducción de su plantilla de trabajadores a la liquidación de las empresas. De otro lado, los consumidores al experimentar una reducción notable en su poder adquisitivo buscaron vías que les permitieran tener acceso a recursos por un coste menor, incluso planteándose la posibilidad de compartir con otros consumidores, dando lugar al nacimiento de la **Sharing Economy**. Así, plataformas colaborativas como Bla Car o Airbnb experimentaron su auge desde este período hasta la actualidad, en la que los consumidores han hecho que compartir y usar antes que poseer sea uno de los cimientos de la sociedad actual.

Por otro lado, la era de la digitalización ha permitido la globalización de los sectores y de las empresas, la homogenización de las pautas de comportamiento de los consumidores y que surjan nuevas ideas de negocio basadas en el uso de la tecnología y en el ahorro de costes para todos los agentes que intervienen en una transacción, dando como resultado la **Gig Economy**. En este caso, las empresas reducen sus gastos de explotación mediante la adquisición de mano de obra que trabaja bajo la condición de trabajadores independientes, adquiriendo el personal que más se adapte a sus requerimientos y sin la necesidad de contar con trabajadores o establecer contratos fijos. Empresas internacionales como Uber, Glovo o Deliveroo muestran claramente las características de este nuevo modelo de negocio, en el que actúan como

plataformas intermediarias entre el consumidor y el prestador del servicio a cambio de una comisión y generando relaciones B2B y/o B2C.

Existe una extendida confusión entre los términos de Economía Compartida y Economía Bajo Demanda e, incluso, entre las actividades que se consideran Economía de Acceso. Pese a observar similitudes entre los dos primeros conceptos (ver Anexo 1), no podemos utilizarlos como sinónimos debido a que prevalece una diferencia fundamental entre ambos: la existencia de una **relación comercial** en el caso de la **Gig Economy**. En esta existen *freelancers* que reciben una contraprestación económica por la ejecución de sus servicios y en la Economía Compartida existen intercambios de bienes o servicios sin una relación de empleo. Además, es fundamental determinar el papel que juegan las plataformas dentro de los nuevos modelos económicos. Éstas únicamente ejercen el papel de intermediarias entre los distintos agentes que intervienen en los modelos colaborativos y bajo demanda, mientras que son los agentes quienes en realidad desarrollan la actividad subyacente (compartir, contratar un servicio pagando una contraprestación, intercambiar, etc.). Para mayor diferencia, en el caso de la Economía de Acceso sí son las plataformas las que desarrollan la actividad subyacente, marcando una diferencia importante con los otros dos modelos económicos. Para entenderlo de otra manera, por normal general, la *Sharing Economy* está relacionada con la compartición de costes y se puede realizar con y sin ánimo de lucro (Airbnb y Couchsurfing respectivamente) y, por el contrario, la *Gig Economy* genera actividades con fines lucrativos y existen prestadores de servicios que son compensados por ello.

4.1. Conclusiones internacionalización.

El nacimiento de plataformas de Economía Bajo Demanda viene de la mano de **startups**, potenciado por características como la innovación y tecnología para identificar nuevas ideas de negocio, la escalabilidad para extender ese negocio a un gran número de usuarios sin incurrir en costes elevados y la incertidumbre del negocio que para crecer necesita de recursos financieros externos. A su vez, estos elementos se convierten en aliados para la rápida internacionalización de las organizaciones, dando lugar a empresas conocidas como **born global**. Este fenómeno se desarrolla en sentido creciente en los países que se han analizado en este proyecto, con una frecuencia de 1-3 años para salir al mercado foráneo: Glovo 1 año, Uber 1-2 años, Amazon Flex 1 año, Deliveroo 2 años y Bizzby 2-3 años.

La globalización de la economía, la revolución tecnológica o la existencia de redes comerciales, personales y alianzas estratégicas son las **principales razones** que causan una acelerada internacionalización de las empresas. Las **born global** son más susceptibles a dichas causas como consecuencia de sus rasgos característicos, es decir, estamos antes organizaciones que aprovechan máximamente las nuevas tecnologías, que tienen una visión internacional desde su nacimiento, que tienen una alta propensión al riesgo y que son excelentes para establecer relaciones o alianzas exteriores que les permite ampliar sus recursos a pesar de poseer unos limitados en sus inicios. Así, gracias a todos estos factores, emerge un modelo que supera las barreras de los sistemas clásicos de internacionalización de empresas: las **global startups**.

Las **global startups** que trabajan bajo el modelo de Economía Bajo Demanda se han extendido a numerosos sectores y, como muestra la Gráfica 2, dicha economía presenta una internacionalización a gran escala. Valga de ejemplo los casos estudiados en este proyecto, que se enmarcan en sectores de mensajería, de servicio de comida a domicilio, de servicios profesionales *on-demand*, *ridepooling*, etc. y en países repartidos por todos los continentes.

Viendo la magnitud que alcanzan estas plataformas, resulta interesante plantearse si la *Gig Economy* facilita el fenómeno *born global*.

Si tomamos en cuenta las características de ambos fenómenos, encontramos similitudes que no pueden pasar desapercibidas. Por un lado, la fuerte implicación de la **tecnología** como base principal para su desarrollo y como herramienta de apoyo para mejorar la comunicación con los usuarios y otras empresas, prescindiendo de la presencia física para llevar a cabo tales relaciones y, como consecuencia, ahorrando en costes. En segundo lugar, si las empresas *born global* cuentan con escasos recursos financieros, por medio de la Economía *On-Demand* pueden **comprimir sus gastos de explotación** a través de una mano de obra procedente de *freelancers* e inmovilizados materiales mínimos. En tercer lugar, con los pocos recursos con los que cuenta una empresa de temprana salida internacional, es preciso buscar nuevas formas de hacer negocio de manera que resulte económico tanto para la empresa como para los clientes. Así, la Economía Bajo Demanda impulsa la **detección de nuevos nichos de mercado** que no han sido satisfechos, mediante el uso de las nuevas tecnologías y basado en ofrecer un producto/servicio asequible para los usuarios. Finalmente, dada la importancia de **establecer relaciones exteriores** para una más fácil salida al extranjero, la *Gig Economy* actúa como promotora de estas relaciones mediante 2 vías: la creciente demanda de profesionales *gig* por parte de grandes empresas multinacionales a causa de los beneficios que les reporta sobre los procedimientos tradicionales (flexibilidad, reducción de costes, mayor rapidez, calidad, etc.) y las inversiones estratégicas por parte de grandes inversionistas como Google, First Round Capital o SV Angel.

La internacionalización de las plataformas *on-demand* estudiadas en este proyecto es fruto de las relaciones internacionales que han establecido con compañías en el país de destino, así como de las rondas de financiación que han llevado a cabo a lo largo de su historia. En el caso de **Glovo**, su proceso de expansión internacional comenzó en Italia a través de la adquisición de la empresa italiana Foodinho. El fundador de esta última se convirtió en el *country manager* de Glovo en Italia, lo que deja patente la importancia de la relación y, al no existir grandes líderes en el sector en 2014, Glovo entraba como posible líder del mercado italiano. Otro gran salto internacional que experimentó la compañía fue hacia Latinoamérica, una operación que vino de la mano de una *Joint Venture* con la internacional Cabify. Estas y el resto de inmersiones en mercados extranjeros han podido materializarse gracias a las rondas de inversión/financiación que ha ejecutado Glovo, recaudando más de 30 millones de € procedentes de inversores nacionales e internacionales como el creador de Tuenti, Zarin Dentzel, o la japonesa Rakuten.

Lo mismo ocurre en el caso de **Uber**, **Deliveroo** o **Bizzby**. Gracias a rondas de financiación millonarias lograron ampliar, en primer lugar, su negocio a mayores ciudades dentro de su país de origen para posteriormente lanzarse a mercados extranjeros. Sin embargo, en el caso de **Amazon Flex** no se ha encontrado información referida a inversiones en la compañía, un hecho que puede justificarse a que esta plataforma es un brazo del potente y global Amazon, lo que implica la no necesidad de financiación directa a la plataforma *on-demand*.

El resto de compañías estudiadas en el presente proyecto, **3Presupuestos**, **Koiki**, **Wonolo** y **Quiqup** actualmente no son internacionales. Las razones que justifican este hecho difieren según el caso:

- Prioridades de negocio diferentes. 3Presupuestos enfocada en consolidarse en el mercado nacional, Koiki orientada en su labor social y con el medioambiente y Quiqup en convertirse en una empresa rentable a nivel nacional, son razones que anteponen a la salida al extranjero.

- La competencia en mercados extranjeros. 3Presupuestos tienen que luchar contra grandes del sector ya líderes en sus mercados nacionales como es el caso de TaskRabbit en EEUU o contra numerosas plataformas que se encuentran en la misma situación como Gigwalk o Handy. Koiki y Quiquip luchan con grandes ya establecidos como es el caso de Glovo en España y en el extranjero, Postmates en EEUU, etc.
- Wonolo únicamente se dedica a satisfacer demanda procedente de empresas lo que recorta su abanico de posibilidades y tienen que enfrentarse a otras numerosas plataformas internacionales o nacionales que se dedican a lo mismo como Jobbatical o Moonlighting.

A pesar de esas trabas, todas las compañías, a excepción de 3Presupuestos, cuentan con inversiones procedentes de capitales extranjeros o, incluso, establecen acuerdos con compañías globales como es el caso de Koiki con DHL. Estos rasgos potencian la idea de que son *startups* con una vida próxima a la internacionalización de sus negocios.

4.2. Conclusiones de los distintos contextos culturales.

A pesar de tratarse de un fenómeno originario de Estados Unidos, la Economía Bajo Demanda se ha extendido a todos los continentes y, en este proyecto, nos hemos centrado en su evolución en España, USA y Reino Unido. Los tres países cuentan con factores facilitadores para la expansión de la *Gig Economy* que especialmente están relacionados con la **tecnología** y, a su vez, cuentan con una **angustia principal común**: la regulación de los trabajadores.

ESPAÑA

En el caso de España, una encuesta de Oracle revelaba que el 38% de las empresas participantes ya contrataban personal en función de necesidades puntuales y que sería una **tendencia creciente** en nuestro país. Las razones que impulsaron esta tendencia son la **confluencia de factores** como la crisis económica que provocó cambios en la mentalidad de las personas, la revolución tecnológica que permite tener acceso a productos o servicios mediante un clic y la época de la generación Y, una generación cuya mentalidad es ahorrativa y dependiente de la tecnología.

El crecimiento en el porcentaje de conectividad de la población española y un **mayor uso de dispositivos tecnológicos**, permiten a los consumidores estar conectados 24/7 y acceder plataformas *gig* sin preocupación de tiempo y lugar. A su vez, esto se convierte en un factor que promueve un **cambio cultural**, modificando las formas de comunicación de las personas y su papel de consumidor para convertirse en *prosumidor*. El avance tecnológico también afecta a las **prioridades de consumo** y a las **formas de pago** de las mismas. En el período de 2006 a 2015 ha aumentado notablemente el gasto en comunicaciones en comparación con otras partidas (Ver Gráfica 5) y han evolucionado las formas de pago de *E-commerce*. Si antiguamente preferíamos ir a comprar o solicitar un servicio en una tienda física, actualmente existe una tendencia creciente a las compras *online* por razones como la existencia de mayores ofertas por Internet, la comodidad o rapidez de las transacciones y, además, por los numerosos sistemas de pago como monederos o divisas virtuales que nacen cada vez con más frecuencia. Gracias a estos factores, la Economía *On-Demand* se desenvuelve en un entorno favorable para su expansión, que mediante plataformas digitales ofrece una amplia gama de servicios adaptada para todos los bolsillos y reduce asimetrías de información entre clientes y empresa.

Sin embargo, también existen **factores que perjudican** el crecimiento de esta economía. En relación al comercio electrónico, España cuenta con una **regulación específica** que las plataformas deben respetar para poder ejercer en el país y los organismos reguladores temen que la *Gig Economy* pueda saltarse la norma, vulnerando los derechos de los consumidores y/o generando una competencia desleal en el mercado. Además, se establecen normativas no solo por parte de los países miembros de la UE, sino también por parte de autoridades regionales o locales de cada país. Esto implica que la variabilidad de normativas fragmente el mercado único y actúe como barrera para la expansión del modelo *gig* y limite el acceso de los consumidores a la misma. En el caso de los marcos jurídicos existentes, hay que tener en cuenta que la normativa está principalmente orientada a regular la economía tradicional, por lo que el modelo de *Gig Economy* genera dudas acerca de los consumidores, los proveedores de servicios, el papel de las plataformas o de los trabajadores. El **principal rechazo** de esta economía deriva de si existe una relación de empleo o no entre la plataforma y el trabajador, es decir, si los autónomos deberían considerarse como tal o como asalariados de las empresas. Para ello, la Comisión Europea emitió en 2016 un informe donde fomenta dar respuesta a esta duda en función de cada caso en particular y de 3 criterios: si existe un vínculo de subordinación, la naturaleza del trabajo y la existencia de una remuneración. A pesar de estas pautas, continúan las discrepancias en el mercado, lo que ocasiona desconfianza y ralentiza el crecimiento de la Economía *On-Demand*.

En el contexto cultural español, han visto la luz aplicaciones de diversa índole enmarcadas en el régimen *on-demand*. Este proyecto se ha centrado en el **estudio de 3 start-ups**: 3Presupuestos, Glovo y Koiki, las 3 con un origen y una idea de negocio diferente. Mientras la primera está orientada en ofrecer profesionales para determinadas tareas a sus usuarios, las dos últimas ofrecen servicios de mensajería, pero con una orientación diferente. Glovo persigue la idea de conectar a usuarios con *glovers* que pongan a su disposición “todo lo que quieras, entregado en minutos”, mientras que Koiki tiene una finalidad más sostenible y concienciada con la sociedad más desfavorecida. Las 3 plataformas actúan como intermediarias entre usuarios y prestadores de servicios a cambio de una comisión por servicio prestado y cuentan con trabajadores autónomos que contribuyen con sus medios para desarrollar la actividad laboral.

Las compañías estudiadas ofrecen un servicio y acceso fácil a los usuarios y gozan de **ventaja competitiva** sobre empresas del sector. Una ventaja competitiva en costes debido a que, en los 3 casos, las empresas tienen bajos gastos de explotación derivados de la ausencia salarial a los autónomos y la escasa inversión en inmovilizado material, y una ventaja en servicio ya que 3Presupuestos permite a los usuarios elegir el profesional que más se adecue a sus necesidades y al precio que mejor se adapte a su economía y Glovo y Koiki ofrecen servicios de mensajería a precios asequibles con la flexibilidad horaria que no ofrecen las empresas de mensajería tradicional. Sin embargo, sus fondos están mayormente destinados a mejorar su tecnología y la seguridad de la misma, para desarrollar sus aplicaciones, optimizar su servicio logístico e incrementar la confiabilidad en la plataforma.

En el caso de **Glovo**, es importante destacar las trabas que ha experimentado y experimenta actualmente. A través de inspecciones de trabajo, acusaciones de saltarse la ley o denuncias sindicales, se ha evidenciado el **principal problema** al que se enfrenta la plataforma: **la regulación de los trabajadores**. Se le acusa de contratar “falsos autónomos” que, por las características de su trabajo (se encuentra localizados por sistemas GPS, obligados a estar disponibles durante una franja horaria, etc.) deberían ser trabajadores asalariados.

ESTADOS UNIDOS

Este país es considerado el precursor de esta economía e, inclusive, empresarios que han vivido en el país y conocido el sistema *gig*, han llevado la idea de negocio a otros países, como fue el caso de los creadores de Glovo en España o Deliveroo en Reino Unido. El crecimiento de la *Gig Economy* en EEUU ha supuesto una reducción considerable en los contratos fijos, ha alterado la tasa de desempleo, las horas de trabajo y la productividad del país. Además, si tenemos en cuenta el **carácter temporal** de las relaciones *gig*, Kalleberg & Dunn defienden que pueden existir “trabajos buenos y malos” que vendrán medidos en función del nivel de control que se ejerce sobre el trabajador y los salarios y duración del empleo. Así, cuanto mayor control ejerza el autónomo en su vida laboral (horario, duración, tipo de proyecto, etc.), mayor duración tenga el proyecto al que se enfrenta y mayor sea el salario que perciba, el trabajo será “bueno” y viceversa.

En EEUU, la Economía Bajo Demanda se ha visto beneficiada por las escasas barreras de acceso a esta economía y por la mentalidad de los estadounidenses, quienes encuentran en esta vía una puerta para la obtención de ingresos extras y un beneficio para sus usuarios. **El incremento del trabajo eventual** es el resultado de la consecución de beneficios para diferentes agentes, procedentes principalmente de la **tecnología**. De un lado, **los empresarios** economizan sus recursos, obtienen personal específico para proyectos puntuales, ejercen un mayor control sobre sus negocios, establecen relaciones más allá de la empresa, mantienen contacto permanente con sus clientes y poseen información actualizada de los mismos. De otro lado, hay **trabajadores** encuentran atractivo obtener ingresos extras, trabajar bajo demanda en períodos de interrupción laboral, la autonomía y la flexibilidad que ofrece este sistema. Finalmente, aporta **beneficios macroeconómicos**, bien reduciendo la tasa del paro del país, brindando primeras oportunidades laborales o impulsando el consumo de USA.

A pesar de que existen trabajadores motivados por esta economía, existe otro porcentaje que elige trabajar bajo demanda por razones económicas o necesidad. Esta **desmotivación** se ve agravada por la existencia de **diferencias en la calidad de empleo *gig***. Según el tipo de plataforma, los trabajadores pueden obtener un salario alto/bajo y ejercer un control alto/bajo en su actividad, dando como resultado 4 combinaciones más o menos atractivas para los trabajadores. Por otro lado, se encuentran los **problemas fiscales**. En ocasiones, los agentes *gig* no son conscientes de sus obligaciones tributarias, por lo que se teme que la Economía Bajo Demanda acarree fraudes fiscales. Además, se repite el problema de la regulación de los trabajadores que, en el caso de EEUU, los tribunales estadounidenses han intentado implantar unas pruebas para determinar la naturaleza de un trabajador, pero sin mucho éxito, ya que, según el carácter de las pruebas a realizar, un “*gigonomic*” puede responder a características tanto de empleado en una prueba como de trabajador individual en la otra. Todos estos factores aumentan el periodo de expansión de esta economía y provocan un retraso en la materialización de sus resultados.

Para EEUU, se han elegido **3 startups** también distintas entre ellas por su idea de negocio: Uber, Wonolo y Amazon Flex. **Uber** posiblemente sea la plataforma más conocida tanto nacional como internacionalmente. Sus servicios no han quedado indiferentes a la mirada de aquellos que admiran su negocio y de aquellos que se oponen al mismo. La plataforma ha conseguido expandirse a todos los continentes, ofrecer variedad de servicios y, recientemente, ha ampliado su idea hasta ofrecer *Uber Health* como una vía para asociarse con organizaciones de atención médica americanas y proporcionar un transporte cómodo y confiable para los pacientes. A pesar de ofrecer un servicio económico, variado y fiable para los clientes y flexibilidad y seguridad para

los trabajadores, Uber también es objeto de **críticas** que influyen negativamente en la imagen del negocio y que le repercute económicamente. Se acusa a la plataforma de competencia desleal en el sector del taxi porque no trabajan bajo las mismas condiciones que éstos y, a su vez, de que sus conductores independientes no gozan de derechos ni de protección. Es una idea que se ha extendido a nivel internacional y que le acarrea consecuencias dañinas como agresiones a sus conductores, destrucción de vehículos propiedad de sus conductores, huelgas por parte de los trabajadores e, inclusive, denuncias por parte de los mismos que, en el caso de Reino Unido, culminó con la aceptación de que los *drivers* no son autónomos a ojos de un juzgado inglés.

El caso de **Wonolo** es diferente. Gracias al impulso de la compañía Coca-Cola ha permanecido a flote, con una principal **característica diferenciadora** de otras aplicaciones similares: conecta a profesionales únicamente con empresas, no con particulares. Cada vez es más frecuente que las compañías recurran a plataformas de trabajo bajo demanda para solucionar la contratación y gestión flexible de la fuerza de trabajo. Wonolo ofrece esa solución para las empresas, actuando como plataforma intermediaria entre autónomos y empresas que necesitan personal y ofreciendo un seguro por daños a las mismas. Por su parte, los *freelancers* llegan a acuerdos con las empresas demandantes de empleo sin establecer ningún tipo de relación contractual y, a su vez, si la empresa demanda posteriormente el servicio procedente del mismo autónomo, este tiene la posibilidad de establecer una “relación directa” prescindiendo de los servicios de la plataforma. Sin embargo, esta acción acarrea costes de cientos de dólares a las empresas, lo que puede suponer una barrera para dicha “relación directa”.

Finalmente, **Amazon Flex** es una idea del gigante americano del *E-commerce* Amazon para cubrir con mayor eficiencia su servicio de mensajería y, principalmente, el servicio *Amazon Prime Now*. Este negocio le supone reducir sus costes fijos al prescindir o disminuir del servicio de otras agencias de entrega con las que trabaja, ser más puntual en sus entregas y ofrecer un pago a los autónomos superiores a los del sector. Sin embargo, este servicio novedoso manifiesta desconfianza en los clientes ya que los repartidores no llevan uniformes ni credenciales confiables que les acrediten como trabajadores de la plataforma.

REINO UNIDO

Se estima que en UK existen más de un millón de *gig-workers*, distribuidos entre quienes ofrecen servicios profesionales (59%), servicios personales (33%) o servicios de conducción o entrega (16%) (ver Gráfico 9). Como en el resto de países, la *Gig Economy* en este país cuenta con factores que favorecen y dificultan su evolución. Un **factor positivo diferenciador** del resto de países, es que entorno al 20% de la población de cada región de Reino Unido consideraría la posibilidad de trabajar en alguna actividad amparada por la Economía Bajo Demanda, brindando más oportunidades laborales para los jóvenes y extendiendo esta economía más allá de principales ciudades como Londres o Liverpool. A esto se suma la ventaja competitiva en costes de la que presumen las plataformas *on-demand* y los beneficios que aporta a los consumidores.

Las **principales preocupaciones** de los británicos respecto a esta economía y, por tanto, los principales factores que afectan a su evolución están relacionados con temas fiscales y la situación del trabajador. El incremento de *freelancers* en el país supone la reducción de ingresos públicos para el mismo, teniendo en cuenta que la recaudación del estado proveniente de NIN supone su segunda fuente de ingresos, no resulta anormal que se tema por una erosión de la base de impuestos y por la afectación a la financiación de las prestaciones legales de los

empleados (paternidad remunerada, servicios sociales, salud, etc.). Por otro lado, se encuentra la clasificación de los trabajadores. Se reclama que estos deben ser catalogados como empleados en lugar de *self-employers* y, por tanto, tener acceso a derechos como un salario mínimo, seguros, vacaciones pagadas, etc. Además, bajo su condición de autónomos, los trabajadores no tienen derecho a pensiones, lo que podría suponer pérdidas de miles de libras en contribuciones del empleador para el momento de su jubilación.

Desde la capital del país han nacido numerosas *startups* enmarcadas en la Economía *On-Demand*. En este proyecto se han estudiado **3 plataformas** que han nacido bajo las tendencias británicas, dedicadas a diferentes actividades: Deliveroo, Bizzby y Quiqup. La primera se dedica a la distribución de comida gourmet, la segunda a ofrecer servicios *on-demand* y la última al sector de la mensajería. Todas cuentan con una **característica común**: los servicios que ofrecen son a domicilio.

A diferencia de otras plataformas de reparto de comida a domicilio como *Just Eat* o *Uber Eats*, **Deliveroo** está enfocada en repartir **comida gourmet** de los mejores restaurantes, basada en un **sistema logístico potente** y en la **continua innovación**. La idea de satisfacer con el servicio al mayor número de personas posibles, le ha llevado a innovar en el sector hasta el punto de crear Roobox, un sistema mediante el cual ofrece cocinas completamente equipadas a los restaurantes adheridos para que ofrezcan servicio en aquellas zonas con escasez de restauración. Sin embargo, la plataforma también se ha visto envuelta en huelgas, protestas, desacuerdos y denuncias que sitúan a la **condición de sus riders** como causante de las mismas, es decir, reaparece el debate sobre si deben considerarse autónomos o trabajadores asalariados y, por tanto, tener acceso a mayores prestaciones y derechos.

En el caso de **Bizzby**, la facilidad de contratar un servicio, la cualificación de los proveedores de dicho servicio o su sistema de cobro equitativo, son causantes del **éxito** de esta plataforma. A pesar de contar con trabajadores autónomos que se adhieren a la aplicación para ofrecer sus servicios a un usuario, no se ha encontrado información negativa o quejas referidas a la situación de los *freelancers*, lo que incita a plantearse en qué se diferencia esta plataforma de otras del mismo o de diferente sector.

Finalmente, **Quiqup** nace como idea para solucionar el problema de falta de tiempo que padecen los británicos. Así, mediante sus **relaciones B2C y B2B** ofrece a los usuarios tramitar sus peticiones cuando y como lo necesiten con unos simples clics. En su versión más innovadora, pone a disposición de restaurantes y supermercados sus *riders*, de manera que los primeros externalicen sus servicios de comida y los últimos ofrezcan servicios de entrega a domicilio más veloces.

Todos los países analizados en este proyecto cuentan con un **factor común** que otorga privilegios y beneficios a las empresas enmarcadas en la *Gig Economy*: **la tecnología**. Gracias a este elemento, las plataformas pueden: diferenciarse del resto de empresas tradicionales mediante ventajas competitivas de coste y servicio; modificar los hábitos de consumo de la población mediante un acceso más fácil y rápido a productos y servicios a través de Internet; generar nuevas oportunidades laborales compatibles con otros trabajos; y, como consecuencia, afectar los resultados macroeconómicos de cada país. Sin embargo, a su vez cuentan con un **obstáculo común** que provoca la ralentización de su crecimiento, costes para las empresas y daño a su imagen: **la situación de los trabajadores**. Dentro de este aspecto, cabe destacar que se observan diferencias según la mayor o menor especialización de los trabajadores, es decir, existe mayor

movimiento en contra de aquellas plataformas que cuentan con autónomos que desarrollan tareas de baja cualificación.

Las compañías de mensajería, de reparto de comida a domicilio o de servicios de transporte como Glovo, Deliveroo o Uber son las que frecuentemente despiertan dudas sobre la legalidad de la condición del trabajador y, por el contrario, las plataformas que ofrecen servicios de profesionales ya sea para usuarios particulares o para otras empresas no son objeto de crítica. Posiblemente se encuentre relacionado con lo que predicen Kalleberg & Dunn, que existen **“trabajos buenos y malos”** en función del nivel de control que se ejerce sobre el trabajador y los salarios y duración del empleo. Así, los **“trabajos buenos”** vendrían de la mano de plataformas de servicios *on-demand* como Bizzby, SnagAJob, ShiftGig o Field Nation que ponen en contacto a *freelancers* profesionales del sector minorista, atención médica, entretenimiento, etc. con personas o empresas que demandan sus labores. Estos trabajos estarían caracterizados por la flexibilidad de elegir la tarea a desarrollar y del horario para el autónomo, un menor control por parte de los demandantes, una duración menos fluctuante y un salario mayor. Por el contrario, los **“trabajos malos”** estarían relacionados con negocios como Glovo, Uber, etc. a quienes se acusa de ejercer un elevado control sobre el trabajador y sus horarios, ofrecer unos salarios bajos, duraciones más cortas y malas condiciones laborales.

Para conseguir armonía entre los puntos fuertes y débiles de esta economía, se precisa de la **intervención de los gobiernos** de cada país para disuadir la clasificación errónea de los trabajadores *gig*. De un lado, los gobiernos deben fomentar activamente la innovación y apoyar a las plataformas y, de otro, asegurar unas normas laborales que respeten los derechos de los trabajadores y se adapten a las nuevas tendencias económicas. Deben partir de la concienciación de que la realidad económica está cambiando a nivel mundial y que eso afecta a la sociedad, al mercado de trabajo y a los ingresos públicos. Además, deben publicar claramente los derechos y obligaciones de los trabajadores y empresarios en el marco de la Economía Bajo Demanda, fortalecer las sanciones en caso de incumplimiento de los mismos y aportar soluciones que se adapten a los nuevos mercados de trabajo, que incluyan asesoría, información y orientación a los *“gigonomics”*.

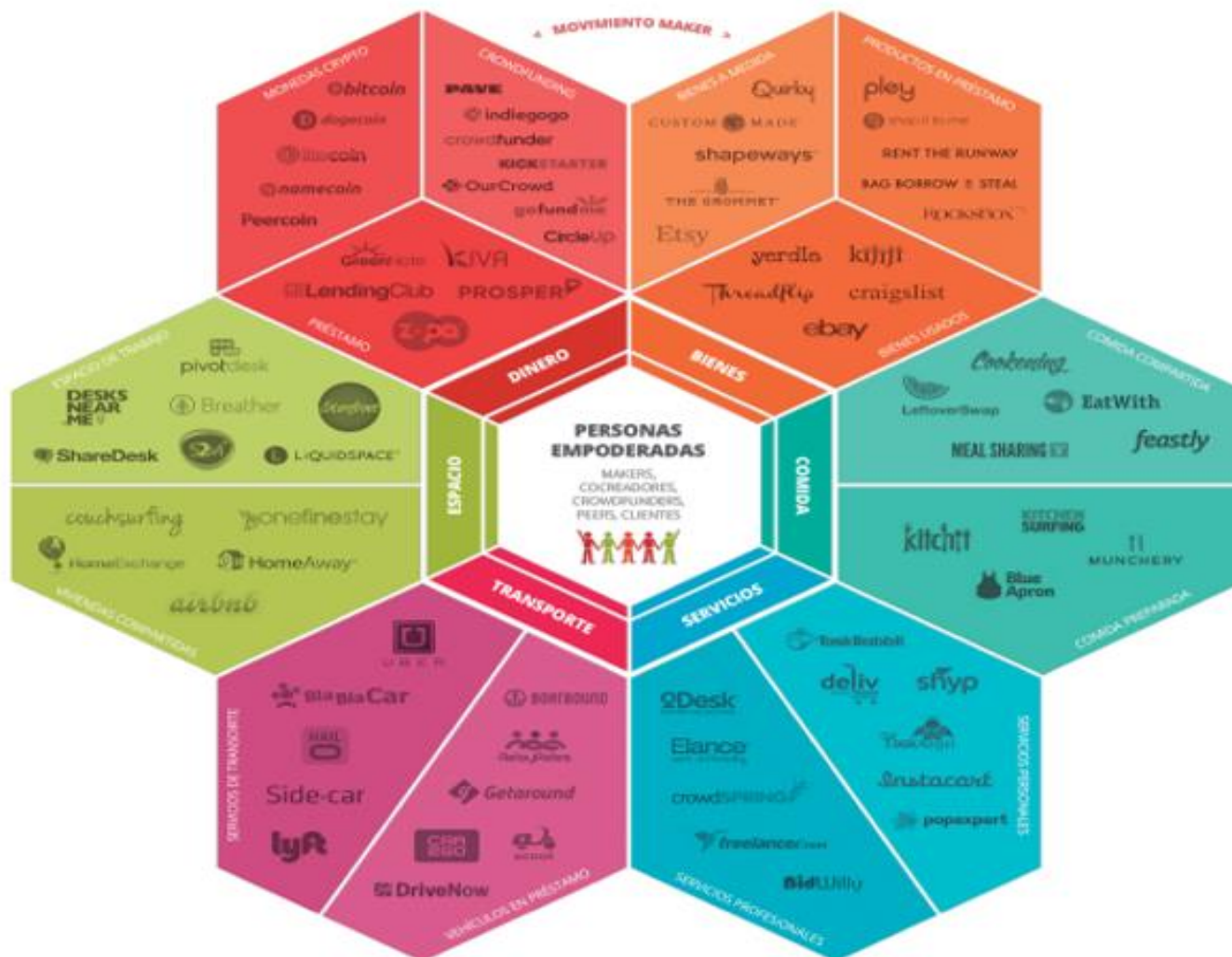
5. Anexos.

ANEXO 1: CARACTERÍSTICAS GIG ECONOMY Y SHARING ECONOMY

CARACTERÍSTICAS	GIG ECONOMY	SHARING ECONOMY
Modelo de consumo	✓	✓
Modelo de producción		✓
Existencia de una plataforma digital que actúa como intermediaria	✓	✓
Con/sin ánimo de lucro	✓	✓
Existencia de una relación comercial	✓	
Los proveedores del servicio son compensados por los trabajos	✓	
Contratación de trabajadores independientes	✓	
Contrataciones a c/p o bajo pedido	✓	
Uso temporal de bienes o servicios ofrecidos por particulares	✓	✓
Uso compartido de bienes y servicios infrautilizados		✓
Reducción de intermediarios	✓	✓
Inmediatez y reducción de costes de transacción	✓	✓
Impacto medioambiental positivo	✓	✓
Empoderamiento del consumidor y usuario	✓	✓
Las plataformas crean comunidades de usuarios	✓	✓
Disminución o desaparición de la información asimétrica	✓	✓
Plataformas con sistema de verificación de usuarios	✓	✓

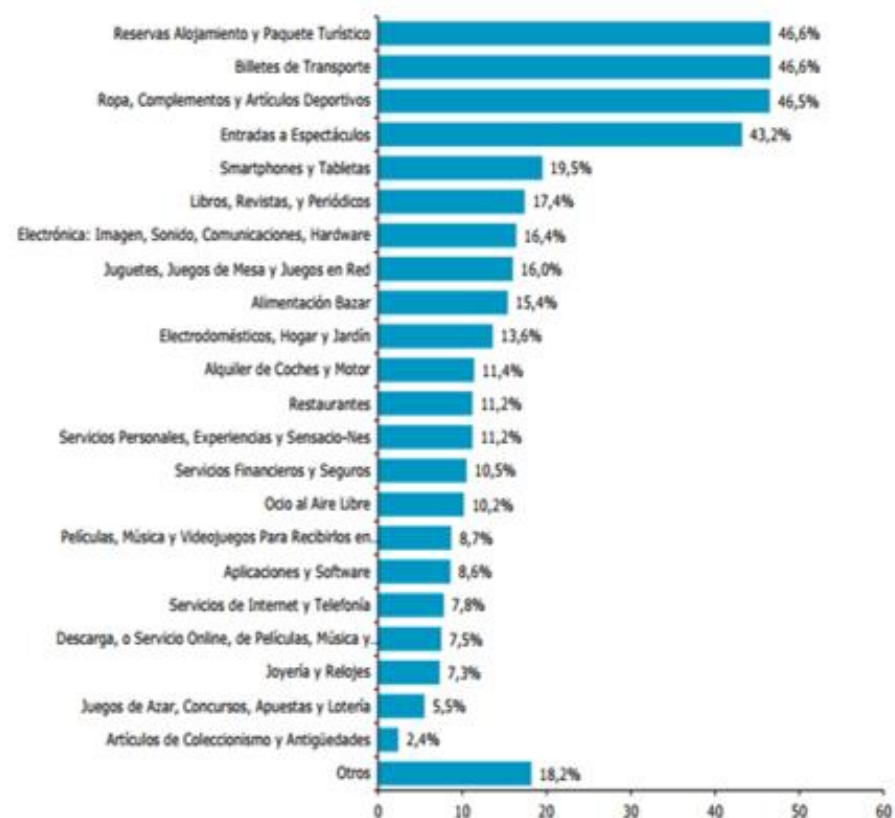
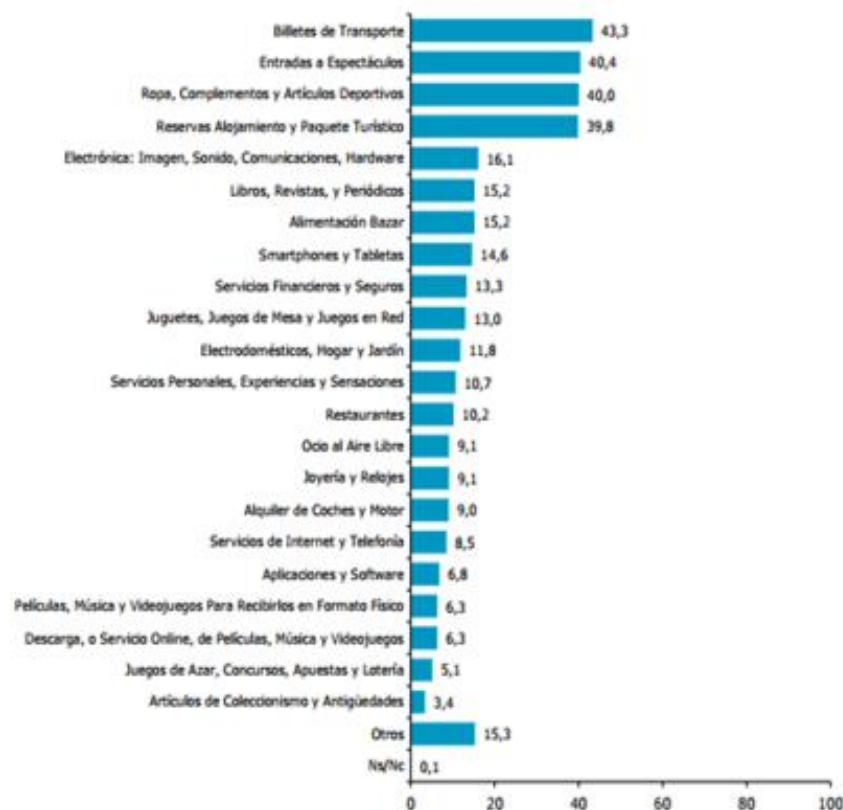
Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 2: PANAL DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA



Fuente: "Futuro et al, 2013"

ANEXO 3: BIENES Y SERVICIOS COMPRADOS POR INTERNET EN 2015/2016 (%)



Fuente: ONTSI, Panel Hogares

6. Bibliografía.

- ¡Un año de Deliveroo en Italia! - Clave de medios. (2016). Retrieved February 21, 2018, from http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx_ttnews%5Btt_news%5D=66566&cHash=a62d7967355f254ef6eac785df67eb0f
- 3Presupuestos. (2010). Quiénes somos. Recibe 3 Presupuestos Gratis Online. Retrieved February 7, 2018, from <https://www.3presupuestos.com/quienes-somos>
- Acedo y Galán, 2016. (n.d.). Estrategia y Organización de empresas internacionales.
- Almarza, O. (2017). Uber: qué es, cómo compite y por qué es polémica. Retrieved February 13, 2018, from <https://urbantecno.com/motor/uber-beneficios-inconvenientes>
- Amazon. (2017). Amazon Flex FAQs. Retrieved February 16, 2018, from <https://flex.amazon.co.uk/>
- Amazon. (2018). Amazon Flex - About Amazon Flex. Retrieved February 16, 2018, from <https://flex.amazon.de/about/>
- Amazon.com Inc. (2017). Amazon Flex: Be Your Own Boss. Great Earnings. Flexible Hours. Retrieved February 16, 2018, from <https://flex.amazon.com/>
- Ana B, N (2016): “la gig economy puede cambiar el mercado laboral”, eldiariony.com, 17 de noviembre, <https://eldiariony.com/2016/11/17/la-economia-gig-puede-cambiar-el-mercado-laboral/> (Consultado 02/06/2017). (n.d.).
- Anselmo. (n.d.). Entiende qué significa startup. Retrieved January 24, 2018, from <http://destinonegocio.com/negocio-por-internet/guia-definitiva-para-entender-que-significa-startup/>
- Avanzados, E. (2004). Redes internacionales de dependencia.
- Avenidaño, E. (n.d.). MEDIOS DE PAGO , SEGURIDAD E IDENTIDAD DIGITAL, 127–143.
- Begum, S. (2017). Deliveroo founder Will Shu on how his “simple idea” became a multi-million pound business - Manchester Evening News. *Manchester EveningNews*.
- Benvenuto, S. (n.d.). Qué son los millennials - VIX. Retrieved January 12, 2018, from <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/7936/que-son-los-millennials-eres-tu-uno-de-ellos>
- Benzikie, S. (2014). UK startup BIZZBY raises \$10M to bring on-demand services to mobile. *ResponseSource*.
- Berengueras, J. M. (2015). Glovo: así funciona el recadero colaborativo. *elPeriódico*.
- Bez. (2016). Reino Unido obliga a Uber a reconocer a sus conductores como empleados.
- Bizkaia. (2016). Koiki, clara apuesta por la economía social - Seed Capital Bizkaia. Retrieved February 12, 2018, from <http://www.seedcapitalbizkaia.eus/koiki-gizarte-ekonomiaren-aldeko-apustu-argia/>
- Bizzby. (2015). On-demand junk removal services app BIZZBY launches across UK. *Recycling & Waste World*.
- Bizzby. (2018). BIZZBY - Services On-Demand across the UK - Best Prices & Highest Ratings. Retrieved February 22, 2018, from <https://www.bizzby.com/uk/>

- BIZZBY. (2018). BIZZBY - On-Demand Services - Professional Cleaners, Handymen, Plumbers, Electricians, Beauticians And More. | BIZZBY - App Your Service ®. Retrieved February 22, 2018, from <https://www.bizzby.com/>
- Boehm, E. (2017). How America's Outdated Tax Code Fails Gig Economy Workers - Reason.com. Retrieved March 14, 2018, from <http://reason.com/archives/2017/09/06/taxes-and-the-sharing-economy>
- Bogle, A. (2016). Food delivery startup Deliveroo launches in third Australian city. Retrieved February 21, 2018, from <https://mashable.com/2016/04/11/deliveroo-launches-brisbane/#tNZ4aRmZoGq2>
- Cambridge Online Dictionary. (2018). Meaning in the Cambridge English Dictionary. Retrieved March 13, 2018, from <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/gig-economy>
- CBInsights. (2015). The On-Demand Landscape: An Overview. Retrieved January 29, 2018, from <https://www.cbinsights.com/on-demand-overview>
- CBInsights. (2018). Wonolo Funding & Wonolo Investors - CB Insights. Retrieved February 15, 2018, from <https://www.cbinsights.com/company/wonolo-funding>
- CBS. (2017). Customer issues warning after driver attempts to steal package | WREG.com. *NEWS CHANNEL 3*.
- Cesar, M. (2016). Transformación Digital : The Gig Economy | Mobilbox. *Mobilbox*.
- Champan, B. (2016). Amazon is offering one hour deliveries using customers as drivers | The Independent. *INDEPENDENT*.
- Chapman, B. (2018). Gig economy union seeks judicial review of Deliveroo minimum wage ruling | The Independent. *INDEPENDENT*.
- Chotard, L. (2017). International Success of Startups Worldwide | TextMasterGo Global. Retrieved January 25, 2018, from <https://www.textmaster.com/blog/internationalization-startups-worldwide/>
- CNMC. (2010). *Uno de cada tres internautas utilizan plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año*. Director. <https://doi.org/10.1126/science.aab3417>.The
- Comité, A. L., Social, E. Y., & Al, E. Y. (2016). *ES*.
- Conector Startup Accelerator. (2015). Glovo cierra una ronda de inversión de 140.000€ | Conector. Retrieved February 9, 2018, from <http://www.conector.com/glovo-cierra-una-ronda-de-inversion-de-140-000e/>
- Consejo Económico y Social de España. (2016). *Nuevos hábitos de consumo, cambios sociales y tecnológicos. Colección Informes (Vol. 04/2016)*.
- Cook, J. (2015). Food delivery startup Deliveroo expands to Paris and Berlin - Business Insider. *BUSINESS INSIDER UK*.
- Corporate Account Manager. (2018). Deliveroo zoekt Corporate Account Manager - Vacature Via Ginny. Retrieved February 21, 2018, from <https://www.vacatureviaginny.nl/vacature/deliveroo-corporate-account-manager/>
- Costas Pitas, M. H. (2017). Uber says UK National Insurance contributions would cost millions | The Independent. *INDEPENDENT*.
- Cruz Peña, J. (2015). 3Presupuestos: Haga sus reformas con el servicio adecuado. Retrieved

February 7, 2018, from <http://www.finanzas.com/noticias/empresas/20150417/presupuestos-haga-reformas-servicio-2917611.html>

- Danti, N. (2016). Informe Economía Colaborativa, *O*.
- Deliveroo. (2017). Ride with us - Apply now! Retrieved February 20, 2018, from <https://deliveroo.co.uk/apply>
- Deliveroo. (2018). Sobre nosotros & Preguntas frecuentes - Deliveroo. Retrieved February 20, 2018, from <https://deliveroo.es/es/faq>
- Demmitt, J. (2015). Confirmed: Amazon Flex officially launches, and it's like Uber for package delivery – GeekWire. *GeekWire*.
- Dokko, P. J., Mumford, M., & Schanzenbach, W. (2015). *Los trabajadores y la economía del carruaje en línea*.
- Donovan, S. A., Bradley, D. H., & Shimabukuro, J. O. (2016). *What Does the Gig Economy Mean for Workers? Congressional Research Service: Report*.
- Dutchnews. (2017). Deliveroo to roll out freelance delivery worker scheme across NL - DutchNews.nl. *DutchNews.nl*.
- Economía Digital. (2017). Deliveroo ya vale más de 1.600 millones (pero no le alcanza). *ED Economía Digital*.
- elEconomista. (2017). Revés judicial para Uber en Londres: los conductores de la plataforma en Reino Unido no son autónomos - elEconomista.es. *elEconomista.es*.
- ElMundo. (2015). La recadería colaborativa de Glovo capta dos millones para el salto internacional | Innovadores | EL MUNDO. *ElMundo*.
- ElPaís. (2016). La “app” de reparto a domicilio Glovo consigue cinco millones para crecer | Economía | EL PAÍS. *EL PAÍS*.
- Expansión. (2017). Gig Economy, ¿ahorro en costes de la empresa? *Expansión*.
- Expansión. (2018). Estados Unidos: EPA - Encuesta de Población activa 2017 | datosmacro.com.
- Fintechnews. (2017). Deliveroo Launches Deliveroo Links –A First-Of-Its-Kind Surplus Food Donation Campaign In Hong Kong | Fintech Hong Kong. *Fintechnews.hk*.
- Forde, C., Stuart, M., Joyce, S., Oliver, L., Valizade, D., Alberti, G., ... CERIC. (2017). *The Social Protection of Workers in the Platform Economy*.
- Fred. (2018). Working Age Population: Aged 15-64: All Persons for the United States© - FRED - St. Louis Fed. Retrieved March 13, 2018, from <https://fred.stlouisfed.org/series/LFIN74TTUSQ647N>
- Fresneda, C. (2014). Los “black-cabs” bloquean el centro de Londres en protesta contra Uber | Internacional | EL MUNDO. *El Mundo*.
- Frutos, M. (2017). Koiki, e-commerce con conciencia social | Tecnología | Cinco Días. *EL PAÍS ECONOMÍA*.
- Futuro, E. L., Estuvo, N., Presente, T. A. N., Cañigueral, A., Wwww, F. D. E., & Com, C. (2013). CONSUMO COLABORATIVO. *Learners Magazine*, 18–23.
- Galtés, M. (2017). Rakuten invierte en Glovo en una ronda de más de 25 millones. *LA*

VANGUARDIA.

- García-Ovies, C. (2016). Los problemas legales obligan a Airbnb a cerrar acuerdos fiscales con más de 500 ciudades. *Ok Diario*.
- General, E. (2011). *Servicios utilizados por los usuarios de Internet Análisis Ficha*. Source.
- Gillespie, P. (2017). Intuit: Gig economy is 34% of US workforce - May. 24, 2017. Retrieved February 13, 2018, from <http://money.cnn.com/2017/05/24/news/economy/gig-economy-intuit/index.html>
- Gispert, B. (2016). La start-up barcelonesa Glovo, a por Francia. *LA VANGUARDIA*.
- Glovo. (2015). Glovo. Retrieved February 8, 2018, from <https://glovoapp.com/es/faq>
- González, M. (2017). Koiki recibe 900.000€ de inversión. *El Referente*.
- GOV.UK. (2016). Workplace pensions - what your employer can and can't do. Retrieved January 11, 2018, from <https://www.gov.uk/employers-workplace-pensions-rules>
- Gracia, A. (2017). "El problema laboral de Glovo es que regulación está anticuada» - Economía - El Periódico de Aragón. *elPeriódico*.
- Greis, F. (2017). Amazon Flex: Private Fahrer liefern Pakete in Berlin aus - Golem.de. *Golem.de*.
- Griffiths, J., & Groome, I. (2018). What is the gig economy and what is the Pimlico Plumbers landmark ruling at the court of appeal? *The Sun*.
- Gutiérrez, Á. (2017a). "Ofrecemos más de 1.200 establecimientos sólo en España y más de 500 empresas confían en Glovo" - Ecommerce News. *Ecommercenews*.
- Gutiérrez, Á. (2017b). Las españolas Glovo y Cabify firman una Joint Venture para su expansión en el mercado de Latinoamérica - Ecommerce News. *Ecommercenews*.
- Houle, J. R. (1992). Houle, J. (1992): "The Gig Economy & The Future of Employment and Labor Law; Orly Lobel: Sharing. Share washing. & Gigs: Who's afraid of On-Demand Employment?, 51.
- Huen, E. (2017). 5 Most Beautiful Coworking Spaces In The World.
- Huws, U., & Joyce, S. (2016). *Crowd Working Survey: Size of the UK's "Gig Economy" revealed for the first time*. University of Herforshire.
- Icex. (2016). La "start up" española Glovo, entra en Italia con la compra de la italiana Foodinho. Icx. Retrieved February 9, 2018, from https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2016626086.html?idPais=IT&utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=08042016&utm_campaign=La &
- Index Ventures. (2014). Deliveroo raises £2.75m to expand delivery of quality restaurant food across the UK | Index Ventures. Retrieved February 21, 2018, from <https://www.indexventures.com/news/deliveroo-raises-£275m-to-expand-delivery-of-quality-restaurant-food-across-the-uk>
- Index Ventures. (2015). Deliveroo raises \$25m in Series B funding to transform the food delivery experience | Index Ventures. Retrieved February 21, 2018, from <https://www.indexventures.com/news/deliveroo-raises-25m-in-series-b-funding-to-transform-the-food-delivery-experience>

- INDISA.es. (2016). Deliveroo obtiene capital para impulsar la innovación en el sector del reparto de comida a nivel global.
- INE. (2011). *Encuesta de Presupuestos Familiares*. (Vol. 2016).
- Infonews. (2016). Tres ventajas y tres desventajas de Uber | Sociedad | INFOnews. *Infonews*.
- Investopedia. (n.d.). Startup. In *Investopedia*.
- ITV REPORT. (2017). Undercover at Deliveroo - the reality of being a self-employed rider | London - ITV News. *ITV*.
- Jackson, R. (2017). Become a Deliveroo driver in the UK: tax, driving licence and how much you can earn | lovemoney.com. *loveMONEY*.
- Jarne Muñoz, P. (2016). El Consumo Colaborativo En España: Experiencias Relevantes Y Retos De Futuro. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 17, 62–75.
- Jiménez, C. (2016). GLOVO DESDE DENTRO | Carlos Jiménez. Retrieved February 9, 2018, from <http://carlosjimenezg.com/glovo-desde-dentro/>
- Jiménez, M. (2017). Arrecian las denuncias sindicales contra UberEats, Glovo y Deliveroo | Compañías | Cinco Días. *El País Economía*.
- jungleworks. (2016). Deliveroo - the logistic genius! - JungleWorks. Retrieved February 20, 2018, from <https://jungleworks.co/deliveroo/>
- Kalleberg, A. L., & Dunn, M. (2016). Good Jobs, Bad Jobs in the Gig Economy. *The Gig Economy: Employment Implications: Perspectives on Work 2016*, 20, 10–14.
- Kamsyn. (2016). Quiqup Disrupts Last mile delivery a Talk with GM Michel Kaloustian – Kamsyn. Retrieved February 23, 2018, from <https://kamsyn.com/2016/06/28/quiqup-disrupts-last-mile-delivery-a-talk-with-gm-michel-kaloustian/>
- Kao, E. (2018). Grumbles in Hong Kong as Deliveroo riders strike over changes to work schedules and benefits | South China Morning Post. *South China Morning Post*.
- Kim, Y. (2017). *Temp Holdings to Invest in Wonolo Inc., a mobile platform connecting on-demand workers and companies*.
- Kishinchand, I. (2016). "Facilitamos a los profesionales de la construcción los clientes más adecuados por tipo de trabajo y localización" *ElReferente*.
- Koiki. (2016). KOIKI. Retrieved February 12, 2018, from http://www.koiki.eu/es/vision_valores.php
- La Vanguardia. (2016). Deliveroo celebra su primer año de crecimiento y expansión en España. *LA VANGUARDIA*.
- Lambert, O. (2016). Uber vs Taxi: Study shows how Uber is better than taxis. Retrieved February 13, 2018, from <http://www.news.com.au/finance/business/travel/a-new-report-explores-the-benefits-of-uber/news-story/5e41687c9bc2614f07015f85eb784f7f>
- LAVOZ, R. (2016). Ventajas y desventajas de Uber para conductores y usuarios del servicio | Noticias al instante desde LAVOZ.com.ar | La Voz. *La Voz*.
- Lehdonvirta, V. (2016). Which countries and occupations are embracing the online gig economy? |. Retrieved January 29, 2018, from <http://ilabour.oii.ox.ac.uk/which-countries-and-occupations-are-embracing-the-online-gig-economy-ask-the-online-labour-index/>

- Lehdonvirta, V. (2017). *Platform Sourcing*.
- Leiva, G. B., Tecnológico, I., Rica, D. C., & Creación, D. (2000). de Acelerada LAS B N GL AL :
- Lomas, N. (2017). Tesco launches one-hour grocery deliveries in London, powered by Quiqup | TechCrunch. *TechCrunch*.
- M, E. (2017). Glovo: La plataforma de delivery-on-demand llega a Perú de la mano de Cabify - TEC. *Tec*.
- Manyika, J., Lund, S., Kelsey, R., Mischke, J., Deepa, M., & Bughin, J. (2016). *Independent Work : Choice , Necessity , and the Gig Economy*. *McKinsey Global Institute*.
- Martínez, E. (2013). Características de la Startup "Born Global" por @Aemiliusmg - Todostartups. Retrieved January 29, 2018, from <http://www.todostartups.com/bloggers/caracteristicas-de-la-startup-born-global-por-aemiliusmg>
- Martínez, J. (2016). La batalla del transporte se libra también con la financiación: Uber recibe 3.500 millones de dólares. *El Español*.
- maximizing money. (2016). BIZZBY On-Demand Professional Services - Give £10 Get £10. *Maximizing Money*.
- Menegus, B. (2017). Amazon's Last Mile. *Gizmodo*.
- Merino, P. P. (2017). Amazon, de nuevo elegida marca más valiosa del mundo en el sector Retail - Ecommerce News. *Ecommercenews*.
- Mike, I., & Noam, S. (2016). ¿Los conductores de Uber deben ser empleados o trabajadores independientes? – Español. *The New York Times*.
- Millás, M. (2015). La regulación de la economía colaborativa, *176*, 61–104.
- Moye, J. (2014). El enfoque ganar-ganar: el nuevo modelo de negocio de Coca-Cola: Coca-Cola Latin Center. Retrieved February 14, 2018, from <http://journey.coca-cola.com/historias/el-enfoque-ganar-ganar-el-nuevo-modelo-de-negocio-de-coca-cola>
- Mulcahy, D. (2017). La “gig economy” ha matado a la estrella de la oficina. Nuevas formas de trabajo y organización en la empresa | Harvard Business Review en Español.
- muycanal. (2017). El creciente poder de Amazon no le gusta a Estados Unidos » MuyCanal. Retrieved February 16, 2018, from <https://www.muycanal.com/2017/07/14/creciente-poder-amazon-no-gusta-estados-unidos>
- Nieto, A. B. (2016). La economía gig puede cambiar el mercado laboral | El Diario NY. *Eldiariony*.
- Nixon, N. (2016). On-demand services app launches... | Cleaning & Maintenance Magazine.
- O’Hear, S. (2015). On-Demand Delivery Service Quiqup Picks Up Backing From Delivery Hero And Global Founders Capital | TechCrunch. *TechCrunch*.
- O’Hear, S. (2016). Deliveroo comienza a invertir en el espacio de la cocina para traer más restaurantes a su área | TechCrunch. *TC*.
- O’Hear, S. (2017a). Quiqup, a London-based on-demand delivery startup, raises £20M Series B | TechCrunch. *TechCrunch*.
- O’Hear, S. (2017b). Quiqup partners with Hungryhouse to let take-outs in London outsource delivery | TechCrunch. *TechCrunch*.

- O’Leary, Joseph & Boulwood, S. (2017). Who’s working in the “gig economy”? - Full Fact. Retrieved January 11, 2018, from <https://fullfact.org/economy/whos-working-gig-economy/>
- OLI. (2016). The Online Labour Index |. Retrieved January 29, 2018, from <http://ilabour.oii.ox.ac.uk/online-labour-index/>
- Oracle. (2017). La formación especializada, desafío para empresas y trabajadores en la economía del trabajo eventual | Oracle España. Retrieved March 13, 2018, from <https://www.oracle.com/es/corporate/pressrelease/oracle-survey-gig-economy-workers-20170202.html>
- OTS (Office of Tax Simplification). (2017). *The “Gig” economy – what does it mean for tax ?*
- Partington, R. (2017). Gig economy workers in UK risk missing out on £22,000 of pension | Business | The Guardian. Retrieved January 11, 2018, from <https://www.theguardian.com/business/2017/dec/07/gig-economy-workers-uk-missing-out-22200-status-workplace-pension>
- PerúRetail. (2016). Amazon y Uber desarrollan un nuevo concepto de entregas freelance | Perú Retail Noticias de toda América Latina, Capacitación, Entrevistas, Investigaciones, Asesorías. *Perú Retail*.
- Pijuán, A. (2017). Glovo “alza el vuelo”: ultima su entrada en Portugal y blinda su equipo con talento de LetsBonus | Kippel01. *Kippel*.
- Platt, R. (2014). Services Booker app BIZZBY raises \$10m three months after launch | Growing Business. *Startups*.
- Plaza, A. (2017). Amazon: Los repartidores en la sombra de Amazon, a 5,38 € la hora: Te engañan en la entrevista. Noticias de Tecnología. Retrieved February 16, 2018, from https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-11-22/amazon-repartidores-emplo-subcontratacion_1479304/
- Plaza Magro, M. (2015). Koiki apuesta por la mensajería de barrio. Retrieved February 12, 2018, from <http://genteconideas.es/koiki-mensajeria-barrio-social-medioambiental/>
- Polo, J. D. (2015). Glovo, un original servicio de mensajería y recadería interurbano. Retrieved February 7, 2018, from <https://www.whatsnews.com/2015/05/06/glovo-un-original-servicio-de-mensajeria-y-recaderia-interurbano/>
- Price, R. (2017). Delivery startup Quiqup raises £20 million from JOBI, Transmed to expand across UK - Business Insider. *Business Insider UK*.
- Prieto, M. (2018). SoftBank se convierte en el mayor accionista de Uber con un 15% del capital. *Expansión*.
- Publmetro. (2013). Cinco ventajas de Uber sobre los taxis, según los usuarios | Publmetro Colombia.
- RCN. (2016). Protesta de taxistas contra Uber complica la movilidad en varios sectores de Bogotá | Noticias RCN. *Noticias RCN*.
- Resourcesolutions. (2017). Los lados claro y oscuro de una economía de concierto. Retrieved March 14, 2018, from <https://www.resourcesolutions.com/latest-news/light-and-dark-gig-economy.html>
- Revista Líderes. (2016). La economía colaborativa trae un nuevo aire para los negocios | Revista

- Líderes. Retrieved January 30, 2018, from <http://www.revistalideres.ec/lideres/economia-colaborativa-negocios-empresas-ideas.html>
- Rivero, M. (2017). La Gig Economy o el modelo imperante del trabajo freelance - Infoautónomos. *elEconomista.es*.
- Rodríguez, A. (2015). La historia de. *Hipertextual*, 1–16.
- Rodríguez, A. (2016). La aceleradora de startups de Coca-Cola echa el cierre. *Hipertextual*.
- Rodríguez, A. (2017a). Empresas delivery, temed. *Hipertextual*.
- Rodríguez, A. (2017b). UGT denuncia a Deliveroo, Glovo y UberEats. *Hipertextual*.
- Rodríguez, A. de C. (2015). The Gig Economy, ¿presente o futuro? | QueAprendemosHoy.com.
- Rodríguez Marín, S. (2017). *Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales. Sharing España*.
- Romera, J., & Semprún, Á. (2017). Los autónomos acusan a las plataformas online de saltarse la ley con sus plantillas - *elEconomista.es. elEconomista.es*.
- RSA. (2017). *Good Gigs: A fairer future for the UK's gig economy - RSA*.
- RSC. (2016). DHL y Koiki amplían su cooperación para promover la integración social | multinacionales por marca España. *Multinacionales Por Marca España*.
- Russ, W. (2017). Tax issues await gig-economy workers. *USA TODAY*.
- Sanz, M. (2015). Koiki, el servicio de envío en el que tú decides la hora de entrega. *Ecommercenews*.
- Sassard, S. (2017). UK's Deliveroo raises nearly \$500 mln ahead of 200th city launch. *REUTERS*.
- Sawers, P. (2015). London's Deliveroo raises another \$100M and launches premium meal deliveries outside Europe | VentureBeat. *Venturebeat*.
- Sawers, P. (2016). European food delivery startup Deliveroo expands into 20-minute booze deliveries | VentureBeat. *VENTUREBEAT*.
- Scheiber, N. (2014). Wonolo, Temp Worker App, Shows Scary Future of Sharing Economy. Retrieved February 14, 2018, from <https://newrepublic.com/article/120378/wonolo-temp-worker-app-shows-scary-future-sharing-economy>
- Semprún, Á., & Romera, J. (2018). La Inspección de Trabajo acorrala a Deliveroo y Glovo por los falsos autónomos - *elEconomista.es. elEconomista.es*.
- Sharmal, S. (2018). UK's \$2bn food delivery startup Deliveroo to set up India ops - Times of India. *THE TIMES OF INDIA*.
- Snabo. (2017). Uber: ¿Competencia desleal o apertura de mercado? | SNAbogados. Retrieved February 14, 2018, from <http://www.snabogados.com/blog/uber-competencia-desleal-o-apertura-de-mercado/>
- Stanley, H. (2018). Spanish Delivery App Glovo Arrives in Argentina | The Bubble | Argentina News. *The Bubble*.
- startupranking. (2018). BIZZBY | Startup Ranking. Retrieved February 22, 2018, from <https://www.startupranking.com/bizzby>
- Steinbrecher, L. (2017). "We are not stealing your packages" – Utah "Amazon Flex" driver speaks

- on harassment | fox13now.com. *FOX13*.
- Suanzes, P. (2017). La justicia europea falla contra Uber: es una empresa de transportes | economía/empresas. *EL MUNDO*.
- Tax. (2017). Tax Topics for Freelancers, Contractors, and Consultants. Retrieved March 13, 2018, from <https://turbotax.intuit.com/tax-tips/self-employment-taxes/tax-topics-for-freelancers-contractors-and-consultants/L3hB3EjOs>
- Taylor, I. (2016). Deliveroo unveils RooBox | Post&Parcel. Retrieved February 20, 2018, from <https://postandparcel.info/72695/news/deliveroo-unveils-roobox/>
- Taylor, L. (2017). Explicando las empresas globales The Rise of Born: una nueva generación de emprendedores ambientada en el desarrollo global - The Sociable. *The Sociable*.
- Teknautas. (2014). Uber: El taxi se sale con la suya: un juez ordena el cese de actividad de Uber en España. Noticias de Tecnología. *El Confidencial*.
- Ticketbis. (2015). *iii-estudio-startups-espanolas-e-internacionalizacion-2015-55ed75ebee942.pdf*.
- Tiempo, E. (2017). ¿Cómo está Uber en el mundo? Retrieved February 14, 2018, from <http://www.eltiempo.com/datos/como-esta-uber-en-el-mundo-63460>
- Txerpa. (2017). Cómo funciona Amazon Flex, el nuevo servicio para autónomos — Txerpa. Retrieved February 16, 2018, from <https://www.txerpa.com/blog/2017/12/07/como-funciona-amazon-flex>
- Uber. (2018a). Cómo funciona la aplicación Uber para pasajeros | Uber. Retrieved February 13, 2018, from <https://www.uber.com/es-ES/ride/how-uber-works/>
- Uber. (2018b). How Safe is Uber | Uber Rider Safety | Uber. Retrieved February 13, 2018, from <https://www.uber.com/es-ES/ride/safety/>
- Uber. (2018c). La historia Uber | Uber. Retrieved February 13, 2018, from <https://www.uber.com/es-US/our-story/>
- Uber. (2018d). Ride with Uber – Uber Fare Estimate | How Does Uber Work | Uber. Retrieved February 13, 2018, from <https://www.uber.com/es-ES/ride/>
- Uber. (2018e). Uber Driver Bonus | Uber Driver Rewards | Uber. Retrieved February 13, 2018, from <https://www.uber.com/es-ES/drive/rewards/>
- Úna. (2015). New delivery service “Deliveroo” launches in Ireland | Spill the Beans. Retrieved February 21, 2018, from <https://spillthebeans.ie/2015/04/21/new-delivery-service-deliveroo-launches-in-ireland/>
- Unilever Foundry. (2017). Hellmann’s teams up with startup Quiq in a collaboration connected by Unilever Foundry - News - Foundry Unilever - Foundry Unilever. Retrieved February 26, 2018, from <https://foundry.unilever.com/blog/-/blogs/hellmann-s-teams-up-with-startup-quiq-in-a-collaboration-connected-by-unilever-foundry>
- Wales, P., & Agyiri, A. (2016). *Trends in self-employment in the UK : 2001 to*. Office for National Statistics.
- Weiteng, L. (2015). Deliveroo promises to dish up a winner | HongKong Business | chinadaily.com.cn. *CHINADAILY.com.cn*.
- Wonolo. (2015). How is Wonolo different than TaskRabbit? – Wonolo Knowledge Base.

- Retrieved February 14, 2018, from https://wonolo.zendesk.com/hc/en-us/articles/204511729-How-is-Wonolo-different-than-TaskRabbit-?mobile_site=false
- Wonolo. (2016). Can I hire a Wonoloer part time or full time? – Wonolo Knowledge Base. Retrieved February 14, 2018, from <https://wonolo.zendesk.com/hc/en-us/articles/214892483-Can-I-hire-a-Wonoloer-part-time-or-full-time->
- Wonolo. (2017a). What is the Wonolo service fee? – Wonolo Knowledge Base. Retrieved February 14, 2018, from <https://wonolo.zendesk.com/hc/en-us/articles/205166245-What-is-the-Wonolo-service-fee->
- Wonolo. (2017b). What kind of insurance do you provide? – Wonolo Knowledge Base. Retrieved February 14, 2018, from <https://wonolo.zendesk.com/hc/en-us/articles/205166675-What-kind-of-insurance-do-you-provide->
- Wonolo. (2018). Do you provide Workers Compensation Insurance? – Wonolo Knowledge Base. Retrieved February 14, 2018, from <https://wonolo.zendesk.com/hc/en-us/articles/204511669-Do-you-provide-Workers-Compensation-Insurance->
- worksmart. (2017). What’s wrong with the gig economy? | workSMART. Retrieved March 14, 2018, from <https://worksmart.org.uk/news/what’s-wrong-gig-economy>
- Yellen, D. (2017). Airbnb Snapgoods and 12 more pioneers of the share economy. *Forbes*, 1–6.
- Young, E. &. (2017). Airbnb: General guidance on the taxation of rental income.
- Zhen Tan, G. (2017). Amazon Prime Now hiring delivery drivers in S’pore at S\$25 per hour – Mothership.SG. *Mothership*.
- Zubairi, A. (2017). Startup Genome report ranks Vancouver as Canada’s top startup hub, 15th globally | BetaKit. Retrieved January 26, 2018, from <https://betakit.com/startup-genome-report-ranks-vancouver-as-canadas-top-startup-hub-15th-globally/>