Revista de Gestão e Secretariado - GeSeC
e-ISSN: 2178-9010 **DOI: 10.7769/gesec.7i3.617**
Organização: SINSESP
Editora Científica: Cibele Barsalini Martins
Avaliação: *Double Blind Review* pelo SEER/OJS
Revisão: Gramatical, normativa e de formatação

REVISTA DE GESTÃO E SECRETARIADO
MANAGEMENT AND ADMINISTRATIVE PROFESSIONAL REVIEW

ECONOMÍA COLABORATIVA: ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS ACADÉMICAS

ECONOMIA COLABORATIVA: ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM REVISTAS ACADÊMICAS

COLLABORATIVE ECONOMY: ANALYSIS OF SCIENTIFIC PRODUCTION IN ACADEMIC MAGAZINES

Amador Durán-Sánchez
Ph. Doctorate Student Research Program in the area of Public Law University of Extremadura (Spain), and degree in Administration and Business Management by the University of Extremadura – UEx, Badajoz (Espanha). E-mail: ads_1975@hotmail.com

José Álvarez-García
PhD in Direction and Planning of Tourism by the University of Vigo - UVIGO, Pontevedra (Espanha) Assistant professor and researcher at the Accounting and Financial Economy Department of the Faculty of Business Studies and Tourism at the University of Extremadura - UEx, Badajoz (Espanha). E-mail: pepealvarez@unex.es

María de la Cruz del Río-Rama
PhD in Management and Business by the University of Vigo - UVIGO, Pontevedra (Espanha). Assistant professor and researcher at the Business Organization and Marketing Department of the University of Vigo - UVIGO, Pontevedra (Espanha). E-mail: delrio@uvigo.es

Claudia Patricia Maldonado-Erazo
Post-graduate in the Master University in Research in Social Sciences and Legal: specialty in Business, Finance and Tourism (MUI) by the University of Extremadura of the Faculty of Business, Finance and Tourism -FEFyT, Cáceres (Spain). Currently she is a professor and researcher at the Universidad Técnica Particular de Loja in the Department of Hospitality and Tourism - UTPL (Ecuador). E-mail: cpmaldonado1@utpl.edu.ec

Data de recebimento do artigo: 06/04/2016

Data de aceite do artigo: 23/08/2016

ECONOMÍA COLABORATIVA: ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS ACADÉMICAS

RESUMEN

Propiciado por las nuevas tecnologías e Internet y acrecentado por la crisis surge la Economía Colaborativa, movimiento que permite a individuos compartir e intercambiar servicios o bienes a cambio de una compensación pactada entre las partes. El objetivo de este estudio es mostrar el estado actual de la investigación científica sobre Economía Colaborativa. La metodología utilizada es un análisis Bibliométrico de carácter descriptivo y exploratorio de los artículos publicados en revistas indexadas en la base de datos Scopus (Elsevier). Mediante una búsqueda avanzada de términos se identificaron y analizaron 165 documentos. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto el creciente interés de la comunidad científica, principalmente en los países anglosajones (Estados Unidos y Reino Unido) por el tema en los últimos cinco años, motivado por su rápido crecimiento y sus efectos sobre diversos aspectos del modelo de vida actual. Encontrándose el mayor número de publicaciones en las áreas de ciencias sociales, informática y empresa, administración y contabilidad.

Palabras Clave: Economía Colaborativa, Consumo Colaborativo, Estudio Bibliométrico, Scopus.

ECONOMIA COLABORATIVA: ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM REVISTAS ACADÊMICAS

RESUMO

Propiciada pelas novas tecnologias e internet e acrescida pela crise surge a Economia Colaborativa, um movimento que permite a indivíduos utilizar e trocar serviços ou bens objetivando uma compensação acordada entre as partes. O objetivo deste estudo é mostrar o estado atual da investigação científica sobre Economia Colaborativa. A metodologia utilizada é uma análise bibliométrica de carácter descritivo e exploratório dos artigos publicados em revistas indexadas a base de dados Scopus (Elsevier). Mediante uma procura avançada de termos foram identificados e analizados 165 documentos. Os resultados obtidos demonstram o crescente interesse da comunidade científica, principalmente nos países anglo-saxões (Estados Unidos e Reino Unido) pelo tema nos últimos cinco anos, motivado por seu rápido crescimento e seus efeitos sobre diversos aspectos do modelo de vida atual. Encontrou-se um maior número de publicações nas áreas de ciências sociais, informática e empresa, administração e contabilidade.

Palavras-Chave: Economia Colaborativa, Consumo Colaborativo, Estudo bibliométrico Scopus

COLLABORATIVE ECONOMY: ANALYSIS OF SCIENTIFIC PRODUCTION IN ACADEMIC MAGAZINES

ABSTRACT

Propitiated by new technologies and Internet and enhanced by the crisis arises Collaborative Economics, movement that allows individuals to share and exchange services or goods in exchange for a compensation agreed between the parties. The aim of this study is to show the current state of scientific research about Collaborative Economics. The methodology used is a bibliometric analysis, descriptive and exploratory of articles published in journals indexed in the Scopus database (Elsevier). Through an advanced search, terms are identified and analyzed 165 documents. The results show the growing interest of the scientific community, mainly in Anglo-Saxon countries (US and UK) on the subject in the last five years, motivated for its rapid growth and its effects on various aspects of the model current life. Finding himself the highest number of publications in the areas of social sciences, computer science and business, administration and accounting.

Keywords: Collaborative Economics, Collaborative Consumption, Bibliometric Study, Scopus.

INTRODUCCIÓN

En un contexto económico marcado por una profunda crisis internacional, parece evidente que los hábitos de los consumidores y el modo por el cual tratan de satisfacer sus necesidades están cambiando. Existen muchos escenarios en los que ya no es necesario adquirir la propiedad del bien, siendo suficiente con disponer de la posibilidad de acceder al mismo para satisfacer nuestras necesidades, es decir, se cambia el "poseer" por el "compartir".

En los últimos años se han creado empresas con nuevos modelos de negocio relacionados con la economía de consumo colaborativo, donde se ofrecen y comparten recursos infrautilizados con el propósito de racionalizar la dinámica moderna de consumo. Uber, empresa que a través de su aplicación conecta a socios conductores con usuarios que desean un conductor privado, con tan solo 5 años de antigüedad opera en más de 250 ciudades de todo el mundo y posee un valor de 41.200 millones de dólares en 2015, cifra que supera la capitalización de mercado de empresas como Delta Air Lines, American Airlines y United Continental. En 2014 se estimó que los 5 sectores clave de la economía de intercambio (viajar, compartir coche, finanzas, dotación de personal, música y video streaming) generaban alrededor de 15.000 millones de dólares en ingresos, sin embargo, para 2025 se calcula que se podrían alcanzar los 335.000 millones de dólares (PwC, 2015). Estos datos vendrían a demostrar el potencial de crecimiento de la denominada economía colaborativa o *Sharing Economy*, estrechamente relacionada con la voluntad de encontrar una mejor distribución del valor en la cadena de suministro, la reducción de los impactos ecológicos, el avance tecnológico e internet y, en última instancia, con el cambio de actitud de los usuarios hacia la propiedad y la necesidad de conexión social (Cheng, 2016).

Según la encuesta del Eurobarómetro llevada a cabo en los 28 países de la Unión Europea en Marzo de 2016 (EUROPEAN UNION Open Data Porta, 2016), el 42% de los españoles nunca ha oído hablar de las plataformas para intercambiar productos o servicios, un porcentaje muy cercano a la media europea (46%), a medio camino entre países como Reino Unido (entorno al 60%) y Francia, país en donde hay un mayor nivel de conocimiento (sólo un 14% no conoce estos mercados). A pesar del nivel de conocimiento, la participación en la economía colaborativa es aún baja. De media, solo un 17% de los ciudadanos de la UE-28 declaran haber utilizado alguna de estas plataformas. Por otro lado, entre los que han utilizado

alguna plataforma de economía colaborativa, sólo un 32% indica haber ofrecido alguna vez un producto o servicio.

Dado el creciente interés que está despertando todo aquello relacionado con la *economía colaborativa* se hace necesario compilar y analizar los trabajos académicos publicados en los últimos años. De este modo, el objetivo de este trabajo es presentar una radiografía del estado actual de la investigación referida a esta área a través de su estudio bibliométrico. Así, con la utilización de métodos matemáticos y estadísticos analizar y determinar las características de la literatura científica existente (Spinak, 1996) para determinar cuánto, dónde, cuándo, quién, cómo y qué se ha publicado.

Un primer paso para la elaboración del análisis bibliométrico en cualquier área del conocimiento es valorar las bases de datos disponibles, su idoneidad y las consecuencias de emplear una u otra. La utilidad del trabajo dependerá de la correcta elección de la misma pues esta debe cubrir suficientemente el campo objeto del estudio (Bordons & Zuleta, 1999). De este modo, y con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, se ha procedido a la revisión de los documentos publicados en revistas indexadas dentro de la base de datos multidisciplinar Scopus (Elsevier), que ofrece una visión general de la producción investigadora internacional convirtiéndose en un instrumento idóneo para la aproximación a los estudios bibliométricos. Mediante una búsqueda avanzada de términos con límite temporal en el año 2015 se seleccionaron un conjunto de 84 artículos que constituyen la base empírica del estudio y que han sido tratadas posteriormente a través del gestor bibliográfico Refworks.

El presente trabajo se organiza en cuatro apartados principales. En primer lugar, y tras esta introducción, se realiza una revisión de la literatura con el propósito de establecer el marco teórico de la investigación relativa al campo de la economía colaborativa. Un segundo punto, describe tanto las fuentes como el proceso metodológico empleado para la obtención de las referencias que constituyen la base de nuestro estudio. Posteriormente, en la tercera parte, se detallan y discuten los principales resultados obtenidos en el cálculo de los indicadores bibliométricos, y para finalizar, en el cuarto y último apartado, se exponen las principales conclusiones alcanzadas, así como, las limitaciones de la investigación.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Durante los últimos años, los mercados han dado paso a modelos alternativos de consumo que niegan que la propiedad sea el único medio para disfrutar de los beneficios de los bienes (Lamberton & Rose, 2012). "*Algún día miraremos al siglo XX y nos*

preguntaremos por qué poseíamos tantas cosas" (Walsh, 2011). Con esta frase comienza el artículo publicado por Bryan Walsh en el periódico americano Time donde se presenta al consumo colaborativo como "*una de las diez ideas que van a cambiar el mundo"*.

El consumo colaborativo se remonta a la antigüedad a antes de la aparición del dinero donde las personas, para cubrir aquellas necesidades que no podían satisfacer por ellas mismas, negociaban dentro de su entorno más cercano algún tipo de intercambio (Belk, 2014a). En la actualidad, las nuevas formas de economía colaborativa nacen impulsadas no sólo por la crisis económica mundial, sino también por una mayor concienciación medioambiental y un desarrollo de las tecnologías de la información sin precedentes.

Desde la década de los 90 internet se convertido en conducto ideal para desarrollar nuevas actividades de comercio electrónico, surgiendo empresas como Amazon o eBay. Más tarde, en los 2000s, aparecen plataformas que facilitan la interacción a través de los servicios sociales de la red, tales como Facebook y Twitter (Barnes & Mattsson, 2016). En 2011, las redes sociales ya eran utilizadas por más de tres cuartas partes de los usuarios de internet en las principales economías mundiales, incluyendo los EE.UU., Reino Unido, Japón, Alemania, Francia o Brazil (Nielsen, 2011). Esta capacidad de poner en contacto a usuarios de distintas procedencias ha provocado que la nueva tecnología de la información se convierta uno de los pilares básicos sobre los que se sustenta el consumo de colaboración (John, 2013a).

El concepto de economía colaborativa fue utilizado por primera vez por Ray Algar en (Algar, 2007) comenzándose a popularizar a principios del 2010 tras la publicación del libro del Botsman y Rogers *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* (Botsman & Rogers, 2010) y la aparición en la escena pública de plataformas como Aibnb y Uber (Martín, 2016), existiendo diferentes términos para describir el mismo concepto: "new economy" (Delong & Summers, 2001), "sharing economy" (Lessig, 2008), "collaborative consumption" (Algar, 2007), "peer-to-peer economy" (Rodrigues & Druschel, 2010), "gig economy" (Friedman, 2014), "disaggregate economy" (Rauch & Schleicher, 2015), o "access economy" (Denning, 2014), entre otros.

En los momentos actuales, es difícil encontrar una definición clara y concisa del concepto de economía colaborativa dentro de la literatura académica debido a la variedad de formas en las cuales el término se utiliza en la práctica. Para Lessig (2008) el término consumo colaborativo lleva asociado la acción de compartir, intercambiar o alquilar recursos sin que esto conlleve aparejado la necesidad de ser dueño de los mismos, mientras que Belk (2007) propone que el uso compartido implica, por un lado, el proceso de distribución de lo que es nuestro a otros para su uso y/o recibir algo de los demás para nuestro uso, por otro.

Posiblemente dos de las definiciones que mejor caracterizan este nuevo fenómeno son las dadas por Hamari, Sjöklint & Ukkonen (2015) y por Botsman y Rogers (2010). La primera se refiere a la economía colaborativa como una actividad de igual a igual (peer-to-peer) basada en obtener, dar o compartir el acceso a los bienes y servicios, coordinados a través de servicios online comunitarios. El segundo lo define como un modelo económico fundamentado en compartir, intercambiar, comercializar o alquilar productos y servicios, permitiendo el acceso a la propiedad a parte de la población que de otra forma le estaría vetado.

Si bien no existe una definición definitiva de lo que constituye la economía colaborativa, responsables políticos, académicos y profesionales creen que ha comenzado a transformar muchos aspectos del actual sistema económico y social al permitir que los individuos se replanteen la forma en que viven y se conectan unos con los otros (PwC, 2015b).

Por otro lado, el consumo o economía colaborativa se puede clasificar en tres grandes sistemas que englobarían todos los aspectos de la vida diaria (Botsman & Rogers, 2010) como se refleja en la tabla 1: Sistemas basados en el producto, Mercados de redistribución y Estilos de vida colaborativos. En los primeros (Product-Service System, PSS) el individuo paga por la utilización y disfrute de un producto o servicio sin la necesidad de adquirir su propiedad. Por otro lado, los mercados de redistribución están relacionados con la co-propiedad o transferencia de la propiedad de productos infrautilizados hacia usuarios que realmente harán uso de ellos. Por último, el tercer sistema, Estilos de vida colaborativos, incluyen tanto iniciativas de intercambio y puesta en común de bienes tangibles (coches, alojamiento) como intangibles (tiempo, habilidades, conocimientos).

Tabla 1. Descripción general de los activos y actores en la economía colaborativa

Asset	***Example***	***International Actor***
Tangible	Transportation Property Food	Uber; Ly ft; Car2Go; Airbnb; DeskNearMe; EatWith
Intangible: Financial	Crowdfunding P2P lending	Kickstarter; Indiegogo; LendingClub; Prospe
Intangible: services	Professional Personal	Innocenti ve; oDesk; TaskRabbi

Fuente: Adaptado de Felländer, Ingram & Teigland (2015)

La literatura académica ha analizado a la economía colaborativa desde distintos ángulos y perspectivas: explorando el enfoque psicológico del intercambio (Bardhi & Eckhardt, 2012), considerando los aspectos jurídico-financieros (Koopman, Mitchell & Thierer, 2015) o centrada en diferentes sectores económicos como la industria turística (Forno & Garibaldi,

2015). Pero también se han estudiado modalidades concretas de intercambio: carsharing (Birdsall, 2014), crowdfunding (Light & Miskelly, 2015), sharing housing (Ellen, 2015) o empresas creadas dentro del modelo colaborativo: Uber (Cohen & Kietzmann, 2014), Airbnb (Guttentag, 2015), Zipcar (Zhou, 2012).

Uno de los temas más analizados en investigaciones previas ha sido las causas que motivan la participación por parte de los usuarios en la economía colaborativa. A este respecto destacan: motivos económicos, medioambientales o socales (Böcker & Meelen, 2016). Así, Tussyadiah (2016) señala que las motivaciones económicas son un factor determinante para el intercambio de alojamiento en Estados Unidos. Por su parte, Möhlmann (2015) en un trabajo realizado sobre alojamientos y vehículos muestra que "el ahorro de costes" producidos por la práctica del consumo colaborativo aumenta la satisfacción de los clientes. Idénticas conclusiones a las que llegan distintos investigadores en estudios sobre determinadas plataformas: Sharetribe (Hamari et al., 2015), Zicad (Bardhi & Eckhardt, 2012).

Otros autores, sin embargo, sostienen que las motivaciones ambientales subyacen a la hora de participar en la economía colaborativa (Martín, 2016) pues ayuda a ahorrar recursos escasos que de otra manera hubieran sido necesarios para la producción de bienes nuevos. Por otro lado, existen investigaciones que indicarían que los motivos medioambientales no son decisivos en la participación. Así, Bardhi y Eckhardt (2012) hallaron que la preocupación por el medio ambiente no se encontraba entre las principales motivaciones entre los participantes en el intercambio de vehículos a través de Zipcar, Similares conclusiones fueron alcanzadas por Tussyadiah (2016) para el caso de los alojamientos y Moeller y Wittkowski (2010) para las redes de trabajo en línea.

Por último, también se encontró que los aspectos sociales podrían influir en la motivación de los clientes. Por ejemplo, en el intercambio de alojamientos los usuarios pueden buscar en la economía colaborativa una forma de conocer e interactuar mejor con los residentes locales y el entorno que les rodea (Moeller y Wittkowski, 2010).

METODOLOGÍA

Para la elaboración del estudio bibliométrico de la producción científica sobre economía colaborativa recogida en la base de datos Scopus se realiza un análisis de la literatura científica por medio de métodos cuantitativos con el objetivo de evaluar la actividad investigadora en este campo de estudio (Herrero-Prieto, 2009). Se trata, de un análisis

descriptivo de los artículos relacionados con el área de estudio y no de una valoración de la calidad del contenido de los mismos.

La base de Datos Scopus

Las bases son un *conjunto de datos organizados según una secuencia lógica que permite un acceso de forma sencilla, de manera que la información que contiene pueda ser actualizada, utilizada en todo momento por cualquier programa del ordenador al que se esté conectado y explotada según distintos criterios* (Luque, 1995).

La capacidad para gestionar las referencias bibliográficas de los artículos y de cuantificar las citas referidas a cada uno de ellas, permitiendo evaluar la actividad científica de una revista, el rendimiento de una institución o la presencia internacional de un autor, convierten a Scopus en un instrumento esencial para el análisis de cualquier disciplina. Como base de datos bibliográfica de literatura científica revisada por pares, proporciona un panorama de la producción mundial investigadora en los campos de la ciencia, la tecnología, la medicina, las ciencias sociales, las Artes y Humanidades y cuyas características han sido profundamente analizadas en trabajos como los de Goodman y Deis (2005) o Bar- Ilan (2010), entre otros.

Creada por la editorial Elsevier en noviembre de 2004 cuenta con herramientas inteligentes para rastrear, visualizar y realizar análisis de citas desde 1996, contiene más de 53 millones de referencias publicados en más de 21.000 revistas científicas. Incluye 390 publicaciones comerciales, 370 series de libros, 5,5 millones de ponencias, 25,5 millones de patentes ó 376 millones de páginas webs. Las revistas se clasifican en 295 categorías temáticas agrupadas en 27 áreas dentro de los cuatro bloques del conocimiento (tabla 2).

Tabla 2. Clasificación de Scopus por áreas

Subject Area	**Subject Area Classifications**
Physical Sciences (30%)	Chemical Engineering; Chemistry; Computer Science; Earth and Planetary Sciences; Energy; Engineering; Environmental Science; Material Science; Mathematics; Physics and Astronomy; Multidisciplinary
Health Sciences (32%)	Medicine; Nursing; Veterinary; Dentistry; Health Professions; Multidisciplinary
Social Sciences (23%)	Arts and Humanities; Business, Management and Accounting; Decision Sciences; Economics, Econometrics and Finance; Psychology; Social Sciences; Multidisciplinary
Life Sciences (15%)	Agricultural and Biological Sciences; Biochemistry, Genetics and Molecular Biology; Immunology and Microbiology; Neuroscience; Pharmacology, Toxicology and Pharmaceutics; Multidisciplinary

Fuente: www.elsevier.com

Metodología de Rastreo

Siguiendo el esquema de trabajos similares, para la elaboración de los indicadores bibliométricos sólo se analizan artículos publicados en revistas científicas por ser el principal medio de transmisión de los resultados de una investigación (Maltrás-Barba, 2003) y

constituir una muestra representativa de la actividad científica de ámbito internacional (Benavides-Velasco, Guzmán-Parra & Quintana-García, 2011).

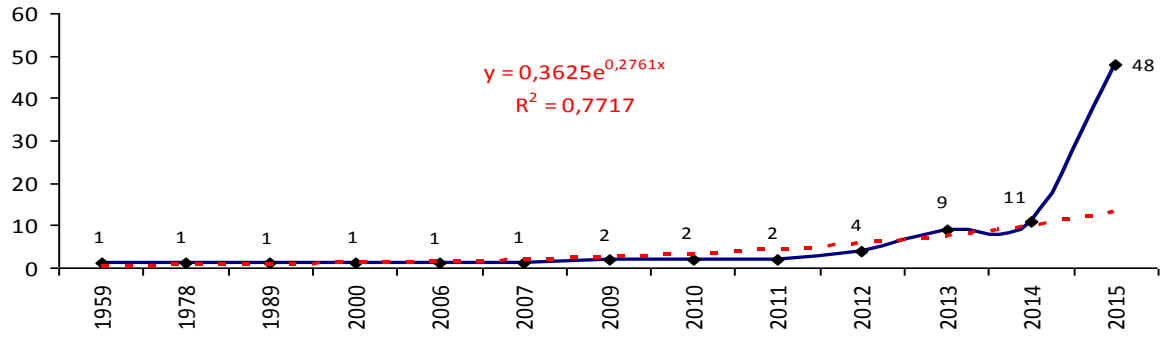
Para poder delimitar los resultados de la búsqueda al campo de la economía colaborativa, se optó por una estrategia de rastreo de artículos por medio de términos dentro de los campos *título, resumen y palabras clave*. Esta modalidad de búsqueda tiene la ventaja de permitir alcanzar revistas clasificadas dentro de todas las áreas temáticas siendo, por tanto, más exhaustiva (Corral Marfil & Cánoves Valiente, 2013). Fue necesario la eliminación de documentos duplicados o no relacionados con el área del consumo colaborativo para obtener la selección final de los artículos que conforman la base empírica del estudio. El resultado final fueron 84 artículos publicados en 78 revistas y escritos por 160 autores. Se trató la información con el gestor de referencias bibliográficas Refworks.

RESULTADOS

Documentos

Se localizaron un total de 165 documentos comprendidos entre los años 1959 y 2015 relativos a la economía colaborativa durante la búsqueda realizada en Scopus, de los cuales 50 (30%) fueron papers de conferencia, 11 (7%) capítulos de libros, 4 (2%) libros, 16 (10%) otros formatos. Los 84 (51%) restantes resultaron ser artículos, que componen la base empírica *ad hoc* a partir de la cual se realizó el análisis bibliométrico. La figura 1 muestra la evolución y tendencia del número de artículos publicados a lo largo del tiempo, destacando el año 2015 con 48 trabajos.

Figura 1. Evolución del número de artículos sobre Economía Colaborativa en Scopus



Fuente: Elaboración propia

En la correlación entre los años y la producción acumulada, y su ajuste a una ecuación polinomial de tercer grado, se observan dos etapas en el crecimiento de la producción de artículos: un primer periodo comprendido entre los años 1959 y 2012 con una producción baja

de 0,3 artículos/año y un segundo entre 2013 y 2015 donde la producción se dispara a 22,6 artículos/año. Esta distribución y su tendencia nos permiten extrapolar una propensión al incremento en la cantidad de artículos a publicarse en los próximos años relacionados con la economía colaborativa.

Respecto al número de citas que los artículos reciben dentro de Scopus (tabla 3), destacan tres artículos por encima del resto: *Cognitive radio networking and communications: An* overview (Liang, Chen, Li & Mähönen, 2011) con 374 citas, *Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service* (Hamari, 2013) con 84 citas y *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online* (Belk, 2014b) con 54 citas.

Tabla 3. Ranking de los artículos más citados

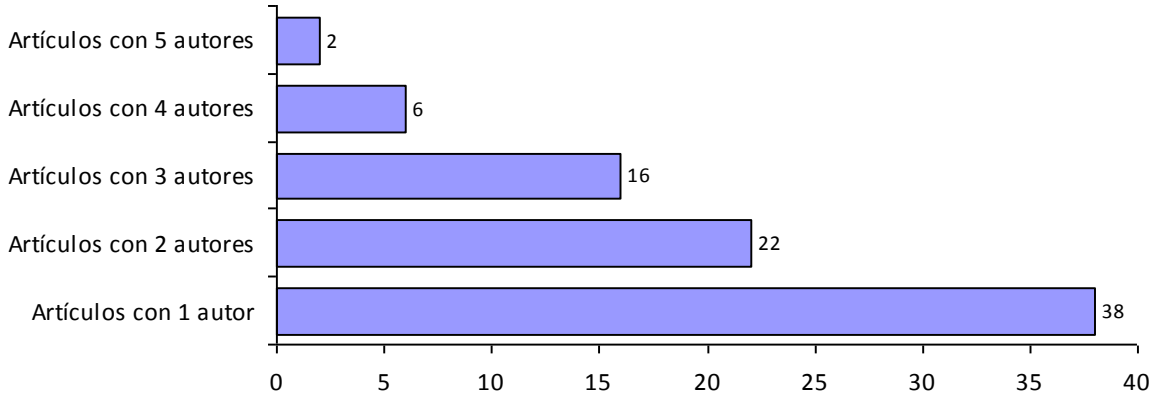
Título del Artículo	***Autor/es***	***Citas***
Cognitive radio networking and communications: An overview (Liang et al., 2011)	Liang, Y.-C.; Chen, K.-C.; Li, G.Y.; Mähönen, P.	374
Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service (Hamari, 2013)	Hamari, J.	84
You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online (Belk, 2014a)	Belk, R.	54
Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events (Albinsson & Yasanthi Perera, 2012)	Albinsson, P.A.; Yasanthi Perera, B.	32
Personal vehicle sharing services in North America (Shaheen, Mallery & Kingsley, 2012)	Shaheen, S.A.; Mallery, M.A.; Kingsley, K.J.	24
The Social Logics of Sharing (John, 2013b)	John, N.A.	21
Connected contracts (Gulati, Klein & Zolt, 2000)	Gulati, G.M.; Klein, W.A.; Zolt, E.M.	14
Diet, diabetes and relatedness in a central Australian Aboriginal settlement: Some qualitative recommendations to facilitate the creation of culturally sensitive health promotion initiatives (Dussart, 2009)	Dussart, F.	13
Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0 (Belk, 2014b)	Belk, R.	12
Incremental, radical and game-changing: Strategic innovation for sustainability (Szekely & Strebel, 2013)	Szekely, F.; Strebel, H.	11

Fuente: Elaboración propia

Autores

Solamente 2 autores han escrito más de un artículo, Shaheen, S.A. que es autor de 4 y Belk, R. de 2. Con un total de 160 autores y 164 autorías, el número medio de artículos por autor fue de 1,025. El análisis de co-autorías señala que 46 artículos (54,76%) están firmados por más de un autor predominando los artículos de autoría única 38 (45,24%) (figura 2).

Figura 2. Análisis de Co-autorías



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el índice de colaboración (número de firmas por término medio, no muestra una tendencia clara en el periodo 1959-2015. En este intervalo de tiempo el Índice de Colaboración medio fue de 1,95 firmas por artículo. Estados Unidos (44 autores – 47 autorías – 22 centros) y Reino Unido (20 autores – 20 autorías – 12 centros) son los países con mayor relevancia dentro de la literatura académica indexada en la base de datos Scopus sobre economía colaborativa (tabla 4). Otros países destacados son: Austria, Alemania e Italia.

Tabla 4. Autores, Autorías y Centros por su país de afiliación

País	***Autores***	***Autorías***	***Centros***
United States	44	47	22
United Kingdom	20	20	12
Austria	10	10	3
Germany	9	9	9
Italy	9	9	6
Australia	8	8	7
South Korea	7	7	3
Switzerland	7	7	5
Canada	6	7	3

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los centros de afiliación de los autores, el 83,67% son centros de estudios, mayoritariamente universitarios, de entre las que destacan la Universidad de California (USA) con 15 autores afiliados, la Universidad Dong-A (Corea del Sur) y la Universidad Tecnológica de Viena (Austria) con 5 autores cada una de ellas.

Revistas

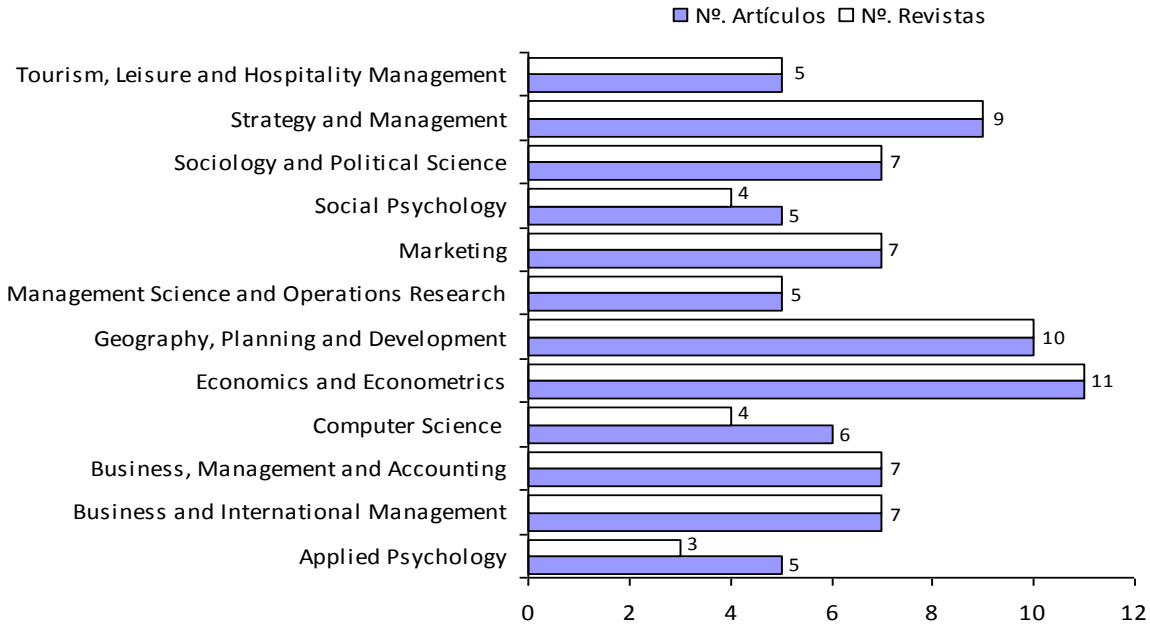
Los 84 artículos fueron difundidos a través de 78 revistas, de las cuales 74 (94,87%) publicaron un único trabajo (88,1% del total de artículos), y solamente 4 recogen dos o más trabajos: *Journal of Consumer Behaviour* (3), *Interaction Design and Architecture(s)* (3),

Stato e Mercato (2) e *ITE Journal (Institute of Transportation Engineers)* (2). Es por ello que no existe un núcleo con un número reducido de revistas que agrupen la mayoría de los artículos publicado en torno al área de la economía colaborativa (Ley de Bradford) (Bradford, 1934). La curva de Lorenz muestra, por ejemplo, que el 20% de las revistas publicaron tan solo el 25% de los artículos. Por ello, la dispersión de los artículos, calculado como el número de artículos por revista, fue de 1,08 artículos/revista.

Áreas y Categorías temáticas

De acuerdo con los criterios de clasificación temática de los artículos seguidos por la base de datos Scopus, y considerando las áreas a las que pertenecen las revistas donde son publicados (figura 3), observamos que las áreas más relevantes son: *Economics and Econometrics* y *Geography, Planning and Development* con 11 y 10 artículos incluidos respectivamente. Otras áreas destacadas: *Strategy and Management* (9), *Business, Management and Accounting* (7) y *Sociology and Political Science* (7).

Figura 3. Principales áreas temáticas. Clasificación de las revistas y artículos



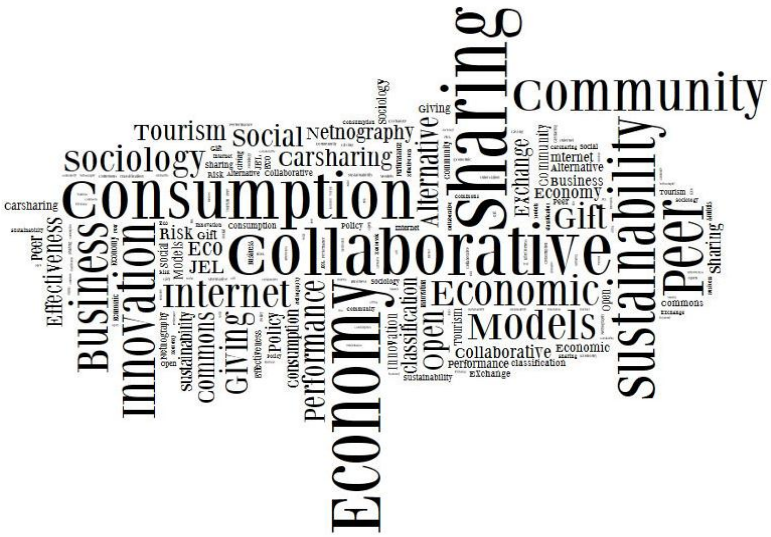
Fuente: Elaboración propia

Palabras Clave

Una información muy útil a la hora de localizar documentos relacionados con nuestra área de investigación es conocer aquellos términos más usados como palabras clave. Concretamente, Sharing Economy y Collaborative Consumption son los vocablos que con

mayor frecuencia aparecen en los artículos indexados en Scopus relacionados con la economía colaborativa, en 31 (37,9 %) y 19 (22,62%) de las ocasiones respectivamente.

Figura 4. Nube de palabras claves incluidas en los artículos



Fuente: Elaboración propia

5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados, y de la extensa bibliografía consultada, se pueden extraer una serie de ideas que puedan servir de ayuda a futuros investigadores en esta área de estudio:

- Al igual que ocurre en otras áreas del conocimiento, el artículo publicado en revistas científicas es el modo escogido por los autores para dar a conocer el fruto de sus investigaciones sobre economía colaborativa. Se trata de una temática joven, ya que a pesar que el primer artículo recogido en Scopus date de 1959, no será hasta el año 2013 cuando la presencia de trabajos se incremente de forma considerable, pudiéndose observar una tendencia al alza en la cantidad de artículos a publicarse en los próximos años.
- Precisamente, el hecho de ser un área de investigación en la cual sus trabajos no tienen muchos años de antigüedad, es lo que provoca que el número de citas recibidas por los mismos no sean muy elevados existiendo solamente 6 artículos con más de 6 citas. Destaca sobre el resto el artículo *Cognitive radio networking and communications: An overview* (Liang et al., 2011) con 374.
- Únicamente 2 autores (1,25%) han escrito más de un artículo, lo que provoca que el índice de productividad (número de artículos por autor) se sitúe tan próximo a 1 (1,025). Por otro

lado, el análisis de co-autorías muestra que la mayoría de los artículos están firmados por dos o más autores, hecho que tiene la ventaja de recibir un mayor número de citas (Granda, Villanueva, Aleixandre, Valderrama, Alonso, García, Jiménez, Solano & González, 2009).

– Estados Unidos y Reino Unido destacan como países donde se ubican los centros de afiliación de los autores, el 86% de los cuales son universidades, recogiendo un mayor número de autorías.

– Los resultados obtenidos del análisis de las revistas en las cuales están publicados los trabajos no cumple con la ley bibliométrica de Bradford (Bradford, 1934), por la cual un número de revistas reducido recogen la mayoría de los artículos, es decir, dentro de la economía colaborativa aún no existen publicaciones que pudiéramos considerar como referentes.

– La existencia de un gran número de áreas temáticas, junto al elevado número de artículos incluidos en de varias de ellas, demuestran la transversalidad del concepto de economía colaborativa. De entre ellas destacan *Economics and Econometrics* y *Geography, Planning and Development.*

– Economía colaborativa, consumo colaborativo o sostenibilidad son los vocablos más utilizados en los artículos como palabras claves y son las recomendables a la hora de localizar documentos en Scopus mediante una búsqueda avanzada de términos.

Resumiendo, la publicación de artículos científicos relacionados con la economía colaborativa ha experimentado un importante crecimiento a nivel internacional en los últimos tres años colocándose a la cabeza de la investigación Estados Unidos y Reino Unido. Como ocurre en otros campos, el instrumento utilizado por los autores para la difusión de sus trabajos es la revista científica, aunque debido a su carácter multidisciplinar aparecen clasificadas en una gran variedad de categorías temáticas.

A la hora de presentar los resultados debe tenerse en cuenta la limitación que supone elegir una única fuente de información, en nuestro caso la base de datos Scopus, y definir un perfil concreto de búsqueda. No se ha pretendido realizar un análisis de la calidad del contenido de los documentos, que podrá ser objeto de una investigación posterior, sino de un análisis descriptivo-cuantitativo de los trabajos relativos a la economía colaborativa. Sería interesante, con el fin de ampliar la presente investigación, que futuros estudios examinasen los trabajos indexados en otras bases de datos, además de contemplar la posibilidad de incluir análisis comparativos entre las mismas o profundizar en el análisis de citas.

Para finalizar, teniendo en cuenta los resultados del estudio realizado se puede afirmar que se trata de un sector de nueva creación y por tanto, de un área de estudio muy reciente, en la que son muchos los enfoques que quedan por afrontar por los investigadores desde diferentes disciplinas. En este sentido, OuiShare Magazine, ESCP (Europe Business School) y Nesta (National Endowment for Science, Technology and the Arts) acogieron en 2015 el primer encuentro de investigadores especializados en economía colaborativa creándose así, la primera comunidad de investigación de este sector: *The Collaborative Economy Research Network*. En el segundo OSResearch Workshop en el marco de OuiShare Fest París 2016, los investigadores allí reunidos destacaron como temas a abordar en el futuro: "*(1) los modelos de gobierno distribuidos, (2) el impacto cultural de la economía colaborativa, (3) el cooperativismo de plataforma (platform cooperativism), (4) el crowdfunding, (5) el coworking, (6) la regulación, (7) las aplicaciones open source, (8) la blockchain y (9) el Movimiento Maker, entre otros"* (Guyader, Martos & Canelles, 2016).

REFERENCIAS

Albinsson, P.A., & Yasanthi Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4), 303-315.

Algar, R. (2007). Collaborative consumption, Leisure Report, 16-17. Disponible en: http://www.oxygenconsulting.co.uk/docs/collaborative-consumption.pdf. Consultado 02-09-2016.

Bar-Ilan, J. (2010). Citations to the Introduction to infometrics indexed by WOS, Scopus and Google Scholar. *Scientometrics*, 82(3), 495-506.

Bardhi, F., & Eckhardt, G.M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898.

Barnes, S.J., & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200-211.

Belk, R. (2007). Why not share rather than own? *Annals of the American Academy of Political and Social Scienc*e, 611, 126–140

Belk, R. (2014a). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal Business Research*, 67(8), 1595.1600.

Belk, R. (2014b). Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. *Anthropologist*, 18(1), 7-23.

Benavides-Velasco, C.A., Guzmán-Parra, V., & Quintana-García, C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(2), 78-90.

Birdsall, M. (2014). Carsharing in a sharing economy, *ITE Journal (Institute of Transportation Engineers)*, 84(4), 37-40.

Böcker, L., & Meelen, T. (2016). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, Article in press.

Bordons, M., & Zulueta, M.A. (1999). Evaluación de la actividad científica a través de indicadores bibliométricos. *Revista Española de Cardiología*, 52, 790-800.

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption.* Harper Business, New York.

Bradford, S.C. (1934). Sources of information on specific subjects. *Engineering*, 137, 85-86.

Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.

Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy, *Organization and Environment*, 27(3), 279-296.

Corral Marfil, J.A., & Cànoves Valiente, G. (2013). La investigación turística publicada en revistas turísticas y no turísticas: análisis bibliométrico de la producción de las universidades catalanas. *Cuadernos de Turismo*, 31(1), 55-81.

Delong, J.B., & Summers, L.H. (2001). The "New Economy": Background, Historical Perspective, Questions, and Speculations. *Economic Review-Federal Reserve Bank of Kansas City*, 86(4), 29-54

Denning, S. (2014). *Three Strategies For Managing The Economy Of Access*. Forbes – online edition. Disponible en: http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2014/05/02/economic-game-change-from-ownership-to-access/. Consultado 30-08-2016

Dussart, F. (2009). Diet, diabetes and relatedness in a central Australian Aboriginal settlement: Some qualitative recommendations to facilitate the creation of culturally sensitive health promotion initiatives. *Health Promotion Journal of Australia*, 20(3), 202-207.

Ellen, I.G. (2015). Housing Low-Income Households: Lessons from the Sharing Economy? *Housing Policy Debate*, 25(4), 783-784.

EUROPEAN UNIÓN Open Data Portal (2016). Flash Eurobarometer 438: The use of collaborative platforms. Disponible en: https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2112_438_ENG., Consultado el 20-09-2016

Felländer, A., Ingram, C., & Teigland, R. (2015). Sharing Economy–Embracing Change with Caution, Näringspolitiskt Forum rapport, 11. Disponible en: http://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2015/06/Sharing-Economy_webb.pdf. Consultado: 05-10-2016

Forno, F., & Garibaldi, R. (2015). Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy, *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 16(2), 202-220.

Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, (2), 171-188.

Goodman, D., & Deis, L. (2005). Web of Science (2004 version) and Scopus. *The Charleston Advisor*, 6(3), 5-21.

Granda, J. I., Villanueva, S., Aleixandre, R., Valderrama, J. C., Alonso, A., García, F., Jiménez, C.A., Solano, S., & González, G. (2009). Redes de colaboración científica internacional en tabaquismo. Análisis de co-autorías a través del Science Citation Index durante el periodo 1999-2003. *Gaceta Sanitaria*, 23(3), 34-43.

Gulati, G.M., Klein, W.A., & Zolt, E.M. (2000). Connected contracts. *UCLA Law Review*, 47(4), 887.

Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Guyader, H., Martos, E., & Canelles, G. (2016). La primera comunidad de investigadores en Economía Colaborativa llega a Barcelona. Articulo Invitado en OUISHARE-MAGAZINE-Reflexiones sobre Economía Colaborativa. Disponible en http://magazine.ouishare.net/es/2016/09/the-collaborative-economy-research-network/

Hamari, J. (2013). Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(4), 236-245.

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.

Herrero-Prieto, L.C. (2009). La investigación en Economía de la cultura en España: un estudio bibliométrico. *Estudios de Economía Aplicada*, 27(1), 35-62.

John, N.A. (2013a). Sharing, collaborative consumption and Web 2.0. *Media@LSE Working Paper No. 26. LSE*, London.

John, N.A. (2013b). The Social Logics of Sharing. *Communication Review*, 16(3), 113-131.

Koopman, C., Mitchell, M.D., & Thierer, A.D. (2015). The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change. *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law,* 8(2), 1-21.

Lamberton, C.P., & Rose, R.L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.

Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin.

Liang, Y., Chen, K., Li, G.Y., & Mähönen, P. (2011). Cognitive radio networking and communications: An overview. *IEEE Transactions on Vehicular Technology*, 60(7), 3386-3407.

Light, A., & Miskelly, C. (2015). Sharing economy vs sharing cultures? Designing for social, economic and environmental good. *Interaction Design and Architecture(s),* 24(1), 49-62.

Luque, T. (1995). Líneas de investigación y bases de datos para la investigación. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 1(2), 35-50.

Maltrás-Barba, B. (2003). *Los indicadores bibliométricos: Fundamentos y aplicación al análisis de la ciencia*. Asturias: Trea.

Martín, C.J. (2016). The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149-159.

Moeller, S., & Wittkowski, K. (2010). The burdens of ownership: reasons for preferring renting. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20 (2), 176–191.

Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14 (3), 193-207.

NIELSEN (2011). State of the Media: The Social Media Report. Nielsen/NM Incite, New York. Report disponible en : http://www.outdoorretailer.com/static/pdf/NM_Incite_SM_12_report.pdf. Consultado 15-09-2016.

PwC (2015a). The Sharing Economy—Sizing the Revenue Opportunity, Disponible en: http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.html., Consultado el 20-09, 2016

PwC. (2015b): The Sharing Economy. PwC, London. Disponible em: https://www.pwc.com/us/en/ technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf. Consultado: 28-09-2016

Rauch, D.E., & Schleicher, D. (2015). Like Uber, But for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the'Sharing Economy'. *George Mason Law & Economics Research Paper*, (15-01).

Rodrigues, R., & Druschel, P. (2010). Peer-to-peer systems. *Communications of the ACM*, 53(10), 72-82.

Shaheen, S.A., Mallery, M.A., & Kingsley, K.J. (2012). Personal vehicle sharing services in North America. *Research in Transportation Business and Management*, 3, 71-81.

Spinak, E. (1996). *Diccionario Enciclopédico de Bibliometría, Cienciometría e Informetría*. Venezuela: UNESCO, p. 34.

Szekely, F., & Strebel, H. (2013). Incremental, radical and game-changing: Strategic innovation for sustainability. *Corporate Governance (Bingley)*, 13(5), 467-481.

Tussyadiah, I.P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal Hospitality Management*, 55, 70–80.

Walsh, B. (2011). 10 ideas that will change the world: Today's smart choice: Don't own. Share, Time, Marzo de 2011, Disponilbe: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521 _2059717,00.html. Consultado 10-09-2016.

Zhou, J. (2012). An analysis of university employee car-sharers in Los Angeles. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 17(8), 588-591.