

**MARIA GONZALEZ ROVIRA**

**ECONOMIA COLABORATIVA: PROYECTO DE UNA NUEVA APLICACION**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**Dirigido por el Dr. Jaume Gené Albanesa**

**Grado Administración y Dirección de Empresas**



**UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI**

**Reus**

**2016**

## **INDICE**

1.INTRODUCCION .....	3
1.1.¿Por qué crear una nueva aplicación?.....	3
1.2.Objetivos.....	4
1.3.Metodología.....	4
1.4.Criterios.....	5
<b>PARTE TEORICA : ECONOMIA COLABORATIVA</b>	
2.¿QUE ES LA ECONOMIA COLABORATIVA?.....	6
2.1.Artículos relacionados con la economía colaborativa.....	6
3.GRANDES GRUPOS DEL CONSUMO COLABORATIVO.....	7
4.BENEFICIOS.....	8
4.1.Artículo relacionado con Rachel Bostman.....	9
5.P2P.....	9
6.LA ECONOMIA COLABORATIVA COMO ECONOMIA HIBRIDA.....	11
6.1.Los 4 grandes riesgos de la sociedad.....	11
6.2. Los grupos de la economía colaborativa.....	12
6.3. Motores del cambio.....	13
6.4. Motivos del consumo colaborativo.....	13
6.5.Fases del consumo colaborativo.....	14
7.GRAN RETO.....	14
8.PROCESOS A TENER EN CUENTA ANTES DE REALIZAR UNA ECONOMIA COLABORATIVA.....	15
9.LA APARICION DE INTERNET.....	17
9.1.Artículo relacionado con Internet.....	19

10.LA APARICION DE LAS APLICACIONES EN LOS SMARTPHONES .....	19
11.FUTURO DE LA ECONOMIA COLABORATIVA.....	20
<b>PARTE PRÁCTICA</b>	
13.EMPRESAS BASADAS EN LA ECONOMIA COLABORATIVA.....	21
14.ENCUESTAS.....	28
14.1. Ficha técnica del cuestionario.....	30
14.2.Respuestas de la encuesta.....	30
14.3. Conclusiones de la encuesta.....	35
15.TRIPLAND.....	37
15.1.Objetivos.....	38
15.2.¿Cómo funcionaría la aplicación?.....	38
15.3.Conclusiones sobre Tripland.....	41
16.CONCLUSIONES FINALES.....	42
17.BIBLIOGRAFIA.....	44

## **1.INTRODUCCION**

Lo que me ha hecho decidir centrarme en este tema, ha sido básicamente influencia de Erasmus ya que fue cuando utilicé muchas veces el concepto de compartir bienes y servicios basados en la economía colaborativa. El año pasado estuve todo un año de Erasmus y pude comprobar por mi misma, que la idea de compartir una economía es muy satisfactoria y útil. Soy una persona que le gusta mucho viajar , vivir nuevas experiencias y compartir momentos con el resto de personas.

Una economía colaborativa te permite disfrutar y ahorrar dinero al mismo tiempo. Hoy en día hay muchas aplicaciones que te facilitan y te permiten compartir gastos entre varios. Es una idea que cada vez esta teniendo más éxito y ventajas para sus consumidores.

También hay que tener en cuenta las desventajas que te puede provocar una economía colaborativa como por ejemplo el no estar a gusto con la otra persona que estas compartiendo un servicio, el retraso de pagar o incluso el que no te paguen, el riesgo que corres de no conocer a la otra persona , el no sentirte bien contigo misma por estar haciendo algo que te han aconsejado pero que realmente no va con la misma persona y muchos más casos que te pueden ocurrir al realizar una economía colaborativa.

Soy una persona que le gusta innovar y ser original, asumo el riesgo siempre dando lo máximo de mi y siendo productiva. El año pasado compartí muchas veces coche y casa pero nunca oí la idea de compartir un viaje con gente que no conoces. Uno de mis sueños es ir a la India pero el problema es que países pobres no llaman la atención a todo el mundo y es difícil encontrar a gente que este dispuesta a ir. Creo que la frase "*compartir es vivir*" es muy sabia ya que la soledad no es una buena compañía en nuestras vidas y por ello si tenemos la oportunidad de compartir, es algo fantástico.

### **1.1.¿Por qué crear una nueva aplicación?**

Como he comentado antes, mi año de Erasmus hizo que tuviera una mente mucho más abierta por ello creo que la idea de crear una nueva aplicación puede ser un éxito ya que la innovación y originalidad es algo que llama la atención a los consumidores y que resulta muy positivo.

## **1.2.Objetivos**

- Comparar mis conocimientos antes de realizar el trabajo y después.
- Me gustaría crear una aplicación viable y atractiva para los consumidores.
- Hacer un buen trabajo a base de una organización y planificación mezclándolo con conceptos claves, sabiduría, responsabilidad, innovación y sobretodo creando una idea real.
- Hacer un estudio del mercado para ver si la gente estaría dispuesta a utilizar una aplicación así y si lograría el éxito esperado.
- Saber si la gente está dispuesta a utilizar economías colaborativas.
- Aprender a crear una nueva idea.
- Asumir riesgo a la hora de invertir sin saber que puede pasar.
- Hacer una visión global de todo el trabajo.
- Sacar mis propias conclusiones.

## **1.3.Metodología**

Ante todo, primero me quise centrar en la parte teórica para que pudiera seguir el proceso de forma correcta a base de libros sobre la economía colaborativa, revistas y páginas webs que me pudieran aportar información válida.

Luego me centré en varias empresas que hoy en día ya existían, para saber como sería la competencia que tendría en el caso que quisiera vender mi aplicación al comercio.

Antes de que creara mi aplicación, hice una encuesta sobre la opinión de la gente en relación sobre temas como el compartir economías, sus opiniones y si realmente estaban dispuestos a pagar por ello. Cuando ya tuve reunida toda la información, empecé a realizar mi proyecto propio en base las conclusiones sacadas de mi encuesta e hice un estudio global de cómo era teniendo en todo momento en cuenta al riesgo que corría y evitando cometer errores.

Una vez ya había hecho todo esto, hice una visión global del trabajo y saqué mis propias conclusiones .

#### **1.4.Criterios**

Para realizar este trabajo me he centrado en libros de autores especializados en la economía colaborativa, tanto en los creadores como profesionales que se dedican y trabajan en desarrollar este nuevo concepto de compartir. También he utilizado, como fuente de información, documentales y entrevistas sobre los mismos profesionales y otros, para conseguir la máxima información posible. En el trabajo, he incorporado artículos, sobre escritores y revistas famosas las cuales, hablan de lo que es, ha llegado a ser y será la economía colaborativa en nuestra sociedad.

No abunda la información sobre la economía colaborativa, ya que es una nueva manera de utilizar bienes y servicios, lo cual ha hecho que sea más difícil encontrar información. He querido destacar la influencia de internet y las aplicaciones, ya que son los dos factores principales que han hecho posible la economía colaborativa.

Todos los datos utilizados en este trabajo son verídicos, no hay nada inventado y todo está justificado. Para hacer el estudio del mercado (a través de la entrevista), me ha ayudado la página web [encuestafacil.com](http://encuestafacil.com) . Varias de las personas entrevistadas, han sido tanto familiares, como amigos o como compañeros del trabajo. Los resultados son reales y ninguno de ellos ha sido modificado.

Me han sido muy útiles, las respuestas de la encuesta ya que me ha permitido observar el pensamiento de la sociedad actual y ver de forma virtual, como podría llegar a impactar mi creación hoy en día.

Para crear mi idea de nuevo concepto de viajar, ha sido creación propia sin la ayuda de nadie. He querido crear una idea que se acerque a la realidad y que tenga suficiente fundamento para hacerla más creíble. Me he basado en varias empresas dedicadas a la economía colaborativa, sobre todo en el funcionamiento de estas.

El criterio más real de este trabajo he sido yo misma. Las experiencias narradas son ciertas tanto las sensaciones como las ciudades en las que he utilizado la economía colaborativa.



## 2.¿QUE ES LA ECONOMIA COLABORATIVA?

Marcus Felson y Joe L.Spaeth (1978) crearon el concepto consumo colaborativo o también llamado economía colaborativa como *“un sistema económico basado en el intercambio, en el alquiler, en el uso compartido, en el préstamo, en la reutilización, en la comercialización o en la donación de bienes y servicios usando plataformas digitales como medio de comunicación, es decir, la interacción entre dos o más sujetos, a través de medios digitalizados, que satisface una necesidad real o potencial, a una o más personas”*.

Esta brillante no fue conocida hasta que Algar ( 2007) definiera lo que realmente era de una forma metafórica:

*“Es un movimiento creciente global que junta diferentes piezas de distintas personas. En tiempos pasados , era el minorista quien sabía mucho más que nosotros ya que los vendedores fijaban el precio y nosotros elegíamos si pagarlo o no debido a que los compradores carecíamos de influencia y de poder de negociación. Sin embargo, ¿qué sucedería si los precios fijados fueran accesibles y los consumidores comenzaran a compartir bienes y servicios? Bienvenido al mundo del consumo colaborativo.”*

### 2.1.Artículos relacionados con la economía colaborativa

#### • La revista OCU(2014)

*“ Una nueva economía está emergiendo. Es la que impulsan aquellos que se plantean si merece la pena la propiedad exclusiva de un objeto cuando resulta más barato y sostenible compartirlo, personas que discuten si tiene sentido acumular bienes que no se utilizan cuando pueden intercambiarse por otros o cuestionan pagar a intermediarios de servicios cuando la red facilita ponernos directamente en contacto con quienes lo prestan.*

*Y es que empiezan a multiplicarse las propuestas de lo que se ha venido a llamar “Consumo Colaborativo”. Propuestas que pretenden impulsar una sociedad más eficiente, más cooperativa y capaz de hacer más con menos. “*

· **Abad(2012) :**

*“Llaman a estos modelos economía de compartir, economía de la colaboración, consumo colaborativo... Unos lo hacen por ideología y otros por necesidad. Pero su impacto crece cada día en muchos países. El popular business angel Ron Conway habló de este tipo de conducta como ‘megatendencia’. Y su impacto en la economía global no solo se ha dejado notar en la cantidad de dinero que empiezan a mover las compañías basadas en consumo colaborativo. También lo ha hecho en la reducción de emisiones de carbono y residuos sólidos, el dinero ahorrado, las nuevas relaciones que se están creando y un mayor acceso de los ciudadanos a recursos que de otra forma no podrían disfrutar.”*

· **García Vega (2014)**

*“De cualquier forma, compartir, prestar, alquilar son verbos que se expanden con una fuerza nunca vista por la economía mundial. Surgen miles de plataformas electrónicas que los emplean. Y aunque queda tarea pendiente —regular ciertas aplicaciones, para evitar que engorden la economía sumergida, y mejorar los derechos de los consumidores—, el éxito de esta forma de consumir revela una sociedad que quiere cambiar la manera en que vive. Buenos augurios en unos días en los que es difícil extraer poemas de las noticias.”*

### **3.GRANDES GRUPOS DEL CONSUMO COLABORATIVO**

Rachel Bostman es considerada una de las líderes del pensamiento global sobre el poder de la colaboración y el intercambio a través de las nuevas tecnologías. Bostman (2010) dijo que el consumo colaborativo suponía un cambio cultural y económico en los hábitos del consumo marcado por los medios sociales y las plataformas “peer-to-peer” concepto que significa intercambio de directo de información, en cualquier formato, entre todo el mundo que tenga ordenadores conectados.

Citó los 3 grandes grupos del consumo colaborativo:

- **a) Consumo colaborativo basado en productos:** poder disfrutar del producto sin ser propietario o no siendo 100% propietario.
- **b)Consumo colaborativo basado en mercados de redistribución de un producto:** darle una segunda oportunidad al producto aprovechando al máximo su potencial y su vida útil.

- **c) Consumo colaborativo basado en estilos de vidas colaborativas:** hace referencia a ir más allá del producto en sí, querer vivir experiencias.

#### **4.BENEFICIOS**

Bostman (2010) también nombra varios beneficios que te puede aportar el consumo colaborativo como:

- **Ahorrar**
- **Apoyo económico**
- **Crear una sociedad más unida**
- **Hacer el bien por el medio ambiente**
- **Construir una vida más divertida**
- **Dar cara a la crisis**
- **Obtener más posibilidades de compra-venta y de usos de servicios y bienes.**
- **Facilita la obtención de presupuestos y colaboraciones como autónomo de forma más cómoda.**
- **Compartir costes**

Bostman concluye diciendo que la extensión de la economía colaborativa puede ayudar a la configuración de un nuevo tipo de consumo más sostenible, que permita un uso más eficiente y al mismo tiempo que ayude con los problemas del medio ambiente actuales. Es fundamental una gestión muy ajustada de dichos sistemas para satisfacer las expectativas de todos los que participan en ello.



Rachel Bostman

#### 4.1. Artículo relacionado con Rachel Bostman

##### ·Fresneda (2014)

*“Rachel Bostman habló de los cuatro jinetes que estaban acelerando el trasvase de la economía convencional a la colaborativa. El primero la ruptura de la confianza en el viejo modelo. El segundo es la complejidad y el tercero la redundancia (¿ para qué necesitamos intermediarios?). El cuarto y el último es el acceso y tiene mucho que ver con el tránsito del consumidor pasivo al prosumidor que quiere ser parte directa del proceso << Todo ha ido quizás más rápido de lo que imaginaba hace 5 años>> reconoce Bostman << lo que más me ha sorprendido es cómo ha ido creciendo en todas partes del mundo al mismo tiempo, sin diferencias culturales y en países con mayores o menores dificultades económicas...la crisis ha sido efectivamente la “aceleradora” de la economía colaborativa. La gente ha abierto la mente y los ojos, ha buscado alternativas y las está encontrando>> “*

#### 5.P2P

Bauwens (2007) habla sobre el concepto P2P diciendo que se basa en:

- En el valor intelectual, cultural y espiritual.
- En el intercambio de material.
- En la gestión por el estado reformado y por un sistema de gobierno inspirado en la teoría.

P2P es una respuesta y una solución a una crisis estructural del capitalismo, comenta Bauwens (2007) a causa de que nuestro sistema actual está marcado por un concepto falso de abundancia en el mundo materialista y otro concepto falso de la escasez del infinito mundo inmaterial.

La sociedad necesita un cambio basando nuestra economía física en el reconocimiento que los recursos naturales son finitos y conseguir un equilibrio de economía sostenible. También, necesita la cooperación libre y creativa para disminuir las barreras que obstaculizan los intercambios. Jerarquía, mercados y también democracia son medios necesarios para promocionar el consumo colaborativo haciendo posible el intercambio gratuito del valor inmaterial.

La economía del P2P necesita cambios en dos grandes grupos:

- 1) **En el grupo inmaterial:** se necesita sustituir la convivencia inmaterial por el valor social de compartir. Las autoridades públicas de estado deberían adaptar políticas de estado partner para reforzar la directa creación del valor social.
- 2) **En el grupo material:** Se tiene que introducir un verdadero cálculo de los costos en el campo material y crear un acceso más directo en los medios de producción.

En general, Bauwens (2007) , resume que las condiciones para una vida digna, estén a nuestro alcance, vinculadas a nuestra capacidad de relacionarnos y formar nuevas comunidades. Hay que apoyarse en la inteligencia colectiva de la humanidad.

Uno de los videos que se centra en la Economía colaborativa es el video llamado “**Compartir mola**” publicado en 2014 protagonizado por profesionales en el mundo de economía colaborativa .

El guionista y director del video; Ázalga (2014) hace un resumen global después de haber escuchado todas las teorías de los distintos profesionales acerca la economía colaborativa que es algo nuevo para la sociedad.

A través la teoría P2P , las personas somos pares que conformamos comunidades basadas en la confianza y todo esto genera negocios. La crisis ha ayudado a desarrollar el consumo colaborativo y ahora la posesión a través de la propiedad de las cosas es algo obsoleto. Todo este término, abarca una gran cantidad de sectores en nuestros entorno desde viajar, hospedarse o relacionarse con el resto de personas. Necesitamos fomentar el sentimiento de comunidad . El ciudadano es productor, el es su propio producto basado en su propio talento. En economía la fricción designa al conjunto de elementos que impiden el funcionamiento completo e instantáneo de las leyes económicas. Las plataformas reducen la fricción. La expresión crecimiento exponencial se aplica a una magnitud tal que su variación en el tiempo es proporcional a su valor lo que implica que crece mucho más rápido en el tiempo. La economía colaborativa genera más valor del que captura.

## 6. LA ECONOMÍA COLABORATIVA COMO ECONOMIA HIBRIDA

Cañigueral (2014) lo define como la representación de un cambio hacia una economía híbrida, en parte capitalista y en parte colaborativa donde los dos sistemas económicos a menudo trabajan juntos y a veces compiten.

### 6.1. Los 4 grandes riesgos de la sociedad

Lo que a Cañigueral (2014) le inspiró mucho fue la obra de Schumacher (1973) y por ello define los riesgos de una sociedad distorsionada por el crecimiento desmedido y la acumulación de bienes material . Engloba 4 grandes riesgos:

- 1) **El desarrollo de la producción y la adquisición de riqueza personal son los filos supremos del mundo moderno.**
- 2) **No hay virtud en maximizar el consumo, necesitamos maximizar satisfacción.**
- 3) **Los economistas ignoran sistemáticamente la dependencia del hombre del mundo natural.**
- 4) **Cualquier cosa que se descubra que es un impedimento al crecimiento económico es una cosa vergonzosa, y si la gente de aferra a ello, se la trata de sabotadora o estúpida.**

Cañigueral( 2014) reconoce que tras vivir su experiencia en Taipéi( Taiwan), observó otra cultura totalmente distinta a la nuestra ya que al ser un país pobre, los taiwaneses dedicaban mucho tiempo a obtener dinero sin darse cuenta

que cada vez estaban dedicando menos tiempo a la familia y a los amigos. Al acabar su estancia en Taipéi decidió irse a viajar por todo el mundo durante 7 meses con una mochila de 12 kilos, en la cual llevaba todas sus cosas. Al realizar este viaje llegó a dos conclusiones:

- 1) **Es mejor el acceso de las cosas que la posesión de las mismas (alquilar ropa especial, coger todo tipo de medios de transporte..).Todo esto es tendencia mundial.**
- 2) **Las cosas más importantes de esta vida no son cosas sino son la inversión en cultivar relaciones sociales.**



Después de realizar el viaje, propuso a la gente de compartir los bienes frente a poseerlos y focalizarse en poner en circulación todo aquello que ya existe, pasar de entender el consumo como propiedad a entender el consumo con acceso y uso. “No se trata de que no compres nada, se trata de que no tengas que comprarlo todo” Los beneficios económicos, sociales y medioambientales de la economía colaborativa convence cada día a más y más personas. El consumo colaborativo no viene a remplazar por completo el sistema actual, sino que simplemente lo complementa ofreciendo más opciones y normalizando las pautas del consumo . Cañigueral (2014) recalca que estamos en un momento actual de cambios ya que antes “*compartir era de pobres y ahora es de listos*”.

## **6.2. Los grupos de la economía colaborativa**

Cañigueral (2014) comenta que la economía colaborativa crea abundancia absoluta de lo inmaterial( ideas/ conocimiento/ todo lo digital) y abundancia relativa de lo material resumiendo una economía basada en el intercambio, la colaboración, y la apertura apoyándose en redes y comunidades horizontales. Divide la economía colaborativa en 4 grandes grupos:

- 1) Consumo colaborativo:** Aprovechar el poder de internet y las redes. Resalta el concepto *peer to peer* ( de igual a igual) para compartir, alquilar, intercambiar o comerciar bienes y servicios. Como por ejemplo Blablacar que trata de compartir viaje.
- 2) El movimiento maker y la peer production:** “*Do it yourself*” :Democratizar las herramientas de fabricación digital, desarrollar espacios creativos compartidos y el intercambio de conocimientos e información entre los fabricantes .Como por ejemplo Fablabs que es una red global de laboratorios locales que favorecen la creatividad proporcionando a los individuos herramientas de fabricación digital.
- 3) Las finanzas participativas y el capital distribuido:** medio de intercambio basado en la confianza. Como por ejemplo Bitcoin que es un sistema de prueba de trabajo que impide el doble gasto.
- 4) El conocimiento abierto:** crea la base para la construcción de sociedades colaborativas y sostenibles mediante la apertura y la democratización de los gobiernos, la ciencia, la educación, la cultura y la economía. Open Data sería un ejemplo ya que ofrece la disponibilidad de distintos tipos de datos de forma libre sin restricciones de derechos de autor, de patentes o de otros mecanismos de control.

### 6.3. Motores del cambio

Cañigueral (2014) nombra a **3 motores del cambio** que son los factores que han favorecido el cambio al consumo colaborativo:

- A) Internet y la cultura digital:** Internet es un gran altavoz donde llega a nivel mundial. Permite a todo el mundo participar, crear contenidos, crear comunidades por afinidad... También internet nos ha demostrado que no necesitamos ser propietarios de las cosas para poder disfrutarlas.
- B) La tecnología omnipresente:** Estar conectados todo el día y en cualquier parte.
- C) La crisis económica:** Crisis es sinónimo de cambios y eso ha empujado a la gente a espabilarse y a buscar otras oportunidades. A causa de la reducción de la capacidad adquisitiva de muchas familias o la pérdida de empleo, han hecho que la sociedad quiera minimizar gastos.



La gente que suele utilizar economías colaborativas, son gente de clase media o media-alta con un avanzado nivel de cultura digital, capaz de realizar el análisis de coste/ beneficio y capaz de generar y dar confianza a desconocidos.  $\frac{3}{4}$  europeos participa en esta economía. También acepta que uno de los mayores retos que se enfrenta el consumo colaborativo es atraer a gente de otros segmentos de la población.

### 6.4. Motivos del consumo colaborativo

Cañigueral (2014) nos habla acerca los motivos por los que la gente decide compartir, los cuales son:

- **Ahorrar dinero.**
- **Vivir experiencias nuevas.**
- **Efecto sorpresa:** nunca se sabe si las relaciones que se crean puedan convertirse en una amistad o en un amor.
- **Beneficios racionales:** motivar a los usuarios
- **Beneficios sentimentales:** sentimiento de ayuda mutua. Sentirse inteligente por consumir de una manera más racional y eficiente.
- **Motivaciones por ayudar al medioambiente.**

HIPERCONSUMO	ECONOMIA COLABORATIVA
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
Business to Business	Peer to Peer

### 6.5. Fases del consumo colaborativo

Cañigueral nombra las 5 fases del consumo colaborativo:

- **1) Emergencia tecnológica**
- **2) Adopción**
- **3) Reacción (resistirse)**
- **4) Desobediencia civil ( hacer lo que uno realmente quiere hacer)**
- **5) Acuerdo entre las partes**

### 7. EL GRAN RETO

Ázalga (2014) comenta que el gran reto que se enfrentan las empresas que se dedican a la economía conjunta son las condiciones del mercado y sobre todo legislar. Se necesita un sistema de compartición de recursos que sea fiable y eficiente. Compartir saca el lado más humano de las personas.

La administración tiene que ayudar y Hacienda tiene que reconocer que se le está resolviendo un problema muy serio que es el abaratamiento de los bienes y servicios generando empleo al mismo tiempo.

También considera como un gran reto un “ciudadano producto” VS “ciudadano tradicional”

Ázcalga(2014) traslada el modelo producto de las grandes empresas a las personas de forma que las personas nos transformamos en productores y consumidores al mismo tiempo. Todo este proceso permita bastante poder y autonomía al ciudadano. Se juntan grupos de personas con los mismos intereses y empiezan a hacer presión al gobierno. Una persona en la actualidad, puede formar un efecto mariposa con tan solo un tweet.

## **8. PROCESOS A TENER EN CUENTA ANTES DE REALIZAR UNA ECONOMÍA COLABORATIVA**

Moreno(2009) menciona los distintos procesos que hay que tener en cuenta antes de realizar una economía colaborativa.

·El **primero** es tener una visión que la describe como la descripción del futuro que deseamos tener. Es visualizar el futuro en nuestra mente acompañado de imágenes creadas por nosotros mismos” *es vivir la experiencia por avanzado*”.

·El **segundo** es tener un deseo real ya que sin deseo no hay ningún futuro posible. Formular la visión es un ejercicio de realismo creativo debido a que la visión tiene que ser real y con posibilidades reales para poderla cumplir siempre con esfuerzo.

· El **tercero** es la construcción material de la visión. Es un proceso que se inicia con las preguntas siguientes:

- ¿ Cual es mi deseo?
- ¿Cómo me imagino el futuro
- ¿Qué es lo que quiero conseguir a largo plazo?
- ¿ Cómo se ve una situación futura compartida y deseable?

·El **cuarto** es la visión compartida ya que si la visión no es compartida por las personas , se pierde gran parte de su eficacia tiene que ser construida en común.

· El **quinto** es la visión global lo cual es valorar y tener en cuenta cosas y elementos los cuales antes no pensaba porque no los conocía.

Hay que saber si estamos caminando en la dirección correcta . Es la estrategia a través de los objetivos, de las acciones y de las actividades para obtener nuestros propósitos . Nuestro objetivo es una finalidad, una meta, un propósito o el estado final de una cosa que nos hemos propuesto conseguir.

·El **sexto** es la formulación de objetivos . Siempre antes de realizar una acción hay que plantearse a si mismo:

- ¿Qué principales objetivos queremos conseguir?
- Nuestro objetivo más concreto
- Las evidencias que nos demuestras que hemos conseguido nuestros objetivos.
- ¿Quién tiene que conseguir el objetivo?
- ¿Dónde hay que conseguirlo?
- ¿Cuándo hay que conseguirlo?
- ¿Con alguien más se tiene que conseguir el objetivo?
- ¿ Qué recursos y de qué tipo hay que utilizar?
- Problemas que puedan aparecer y saber superarlos.
- Tener en cuenta los daños y el riesgo al que asume uno a la hora de querer conseguir su objetivo.

·El **séptimo** es la información que tú recibes. Sobretudo la información tiene que ser clara, relevante , librada al tiempo debido (tiene que ser una reflexión meditada) y auto explicativa ( de forma que cuando uno lo esta leyendo, no tiene la necesidad de que le aclaren dudas ).

· El **último** serían las personas de afuera como:

- Personas que conocen bien el concepto de empresa
- Personas expertas en ese sector
- Personas de confianza

Todas estas personas ayudarían a tomar una decisión sobre si queremos escoger la opción de realizar una economía colaborativa.

## 9. LA APARICION DE INTERNET

Canals (2001) habla sobre el impacto de internet hoy en día.

La revolución de Internet ha dado lugar al nacimiento de numerosas empresas que han intentado utilizar las posibilidades de su tecnología para ofrecer nuevos servicios o para distribuir productos y servicios mediante procedimientos radicalmente diferentes.

Internet ha experimentado un auge espectacular gracias a la financiación que las nuevas empresas han recibido de los mercados de capitales y de empresas de capital de riesgo o la evolución de empresas y sectores diferentes durante las últimas décadas las cuales, permiten comprobar la energía de organizaciones revolucionarias que introducen nuevos modelos de negocio, diferentes de los dominantes hasta el momento actual.

Su carácter innovador no solo consiste en ofrecer productos y servicios diferentes, sino en una organización interna distinta de las empresas tradicionales.

Internet permite plantear 2 nuevos modelos innovadores de negocio:

- 1) Internet es una tecnología revolucionaria que permite el contacto con una multitud de clientes, proveedores y otras partes relacionadas con una empresa, para vender, comprar y compartir proyectos de modo más rápido y, en algunos casos, más eficientes.
- 2) Internet permite una reconfiguración de la cadena de valor o secuencia de actividades de cada empresa reorganizando las diversas operaciones de compras, operaciones o distribución, facilitando información < on-line > y redefiniendo estrategias competitivas en una multitud de sectores.

El mismo autor, publicó en la revista Información Comercial Española(ICE) en 2001, un artículo llamado "*La estrategia de la empresa en la era de internet*".

Internet ha provocado una auténtica transformación de las pautas de los consumidores definiendo nuevas formas de relación con sus clientes/ proveedores y planteando las operaciones de la empresa de modo diferente. En definitiva, han introducido un tipo de rivalidad en el sector más intensa, basada en la innovación de ciertos servicios y especialmente, en precios más bajos. Una característica específica del desarrollo de Internet es la formación de redes o comunidades virtuales de clientes o de clientes y proveedores. Internet posee unos efectos específicos diferenciales que están transformando empresas y sectores completos:

-**El efecto look-in** define la situación por la que un miembro de una red o comunidad virtual disfruta de los incentivos para permanecer en dicha red que pueden ser superados a los incentivos para abandonarla.

-**Efecto feed-back** también llamado “*efecto retroalimentador*” ya que opera en aquellas comunidades virtuales o redes de usuarios alrededor de un determinado servicio.

-**Efecto desintermediación:** Al estar Internet en camino de convertirse en una fuerza desintermediadora de muchos sectores tradicionales, reduciendo el valor de algunas etapas del proceso de distribución de bienes y servicios.

Internet tiene un efecto multiplicador sobre la globalización de la economía y de la empresa. Causa efecto en 2 ámbitos:

- 1) **Potencial de globalización:** Tiene tendencia hacia la convergencia de gustos y preferencias de los consumidores, los cuales son compatibles con la diversidad. Hace que la gente joven de muchos puntos del planeta, tienda a comportarse del mismo modo y a compartir gustos por ciertos bienes y servicios. Internet también acelera la entrada de empresas en otros mercados.
- 2) **Propia estrategia global:** esta está provocada por el aumento del potencial de globalización del sector.

Según el libro “*Internet, comercio colaborativo y mComercio: nuevos modelos de negocio de la edición mundi prensa (2002)* comenta que el comercio electrónico es actualmente una herramienta que ha alcanzado su madurez en el mundo de los negocios. Muchas compañías están tecnológicamente y estratégicamente preparadas para explotar las capacidades que ofrece el comercio electrónico, aumentando sus ventajas competitivas. A lo largo de los años con la existencia de Internet, se ha generado un claro impacto en las estructuras organizativas de las compañías, haciéndolas más flexibles y ágiles : el hecho de poder de poder contratar el producto a través de internet, facilita la venta de los productos al consumidor.

Si consideramos que los tres factores que caracterizan una compañía son los procesos, relaciones comerciales y los productos son los dos primeros los que se están viendo más impactados por el desarrollo de Internet.

## 9.1. Artículo relacionado con Internet

· **Fresneda(2014):** “ *Internet nos ha llevado a pensar de otra manera, a funcionar en redes. **El hecho de compartir, algo que antes era raro o impensable, se ha convertido en lo más común.** La gente está empezando a valorar más el acceso que las posesiones. Y funcionamos de una manera mucho más fluida: **con un golpe de teclado salimos al encuentro de nuestras necesidades,** y somos capaces de confiar en extraños”. “Tenemos que pasar de una economía centrada en la producción y el hiperconsumo individualista a **una economía basada en la eficiencia y en la abundancia**”, sostiene el autor de “Vivir con menos”. “Compartiendo se pone en circulación aquello que ya existe, pero que no está siendo usado. El futuro será “distribuido”, en lo material y en los servicios, en el conocimiento y en las ideas, en el capital e incluso en el propio trabajo”.*

## 10.LA APARICION DE LAS APLICACIONES EN LOS SMARTPHONES

Arroyo-Vázquez (2013) opina la aparición de las aplicaciones en los smartphones.

En los últimos años el ordenador ha dejado de ser la única pantalla a través de la cual se accede a la información en Internet e iguala al acceso que se produce desde un ordenador. Entre los 18 y los 44 años la proporción es de cuatro de cada cinco individuos tienen smartphones. Las aplicaciones nativas o apps son programas que se instalan en nuestro dispositivo móvil y amplían así sus funciones.



El smartphone se ha convertido así para muchas personas en el soporte informativo y de lectura más cercano en cualquier momento del día: se lleva a todas partes y en todo momento, incluso a la hora de dormir, está a nuestro lado. Nos acostumbramos a llevar siempre con nosotros el teléfono móvil y el smartphone es el claro sucesor para cubrir.

Aunque los navegadores de los smartphones actuales incorporan medidas para que los contenidos puedan ser legibles, los expertos señalan que al navegar desde un smartphone por un sitio web adaptado aumenta considerablemente la usabilidad lo que se traduce en un acceso a la información más cómodo para el usuario y en una mejor experiencia.

## **11.FUTURO DE LA ECONOMIA COLABORATIVA**

Ázcalga (2014) apunta a el futuro a un nivel de convivencia muy elevado. El siguiente ciclo de crecimiento es crear tasas de crecimiento exponencial sin consumir nuevos recursos. La economía colaborativa da la oportunidad de oro para la economía, promoviendo la competencia entre las empresas, buscando nuevos ganchos para el que consumir crea en ello. Ya no somos consumidores, somos pares de la empresa y representa nuestro espíritu, nuestra visión y misión.

La unión de interconexión de usuarios y la generación de comunidades, pueden hacer que una propuesta de negocio llegue a ser invencible.

El video concluye con la frase *“esto tan solo un anticipo de cómo serán las empresas en un futuro.”*

## **PARTE PRACTICA:**

### **13.EMPRESAS BASADAS EN LA ECONOMIA COLABORATIVA**

Para empezar la práctica me he querido centrar en 3 empresas actuales basadas en la economía colaborativa las cuales he considerado oportunas. Todos estas empresas las he conocido a través de personas cercanas que me han recomendado utilizarlas y he de reconocer que me han fascinado. Es un privilegio que nuestra sociedad pueda acceder a un intercambio de bienes y servicios de una forma tan fácil y tan útil. Cada vez el concepto de compartir se va desarrollando más y se está adaptando de forma progresiva en nuestra sociedad. Vamos a entender el por qué del éxito de estas empresas explicando la esencia de cada una:



Esta brillante idea empieza en 2009 en Francia. Un año después llegó a España y poco a poco este nuevo concepto de viajar se ha ido desarrollando por Gran Bretaña, Portugal, Polonia, Italia, Ucrania, Rusia, Hungría, India, Serbia, Alemania, Benelux, Rumanía y Croacia. Actualmente tiene más de 10.000.000 de usuarios.

El principal motivo que ha producido el triunfo de esta idea, ha sido la crisis económica a parte de la influencia de las redes sociales que han hecho posible el funcionamiento de Blablacar.

#### **¿Cómo funciona?**

Primero debes indicar la ciudad de salida y el destino al cual quieres llegar poniendo las fechas en las que vas a realizar los trayectos.

Seguidamente te saldrán varios anuncios de viajes publicados por conductores según la información previa que hayas indicado. En el anuncio de cada conductor, te informará de la hora y lugar de salida y llegada, el precio total del viaje, una breve explicación de si mismo, especificación de su vehículo y comentarios de otros viajeros que anteriormente han realizado un viaje con el conductor. Una vez valorada toda información, escoges al conductor que más te convenga para viajar.

Debes introducir los números de tu tarjeta de crédito, el código de verificación y la fecha de caducidad de tu tarjeta para reservar tu plaza en el coche. Automáticamente te llega un mensaje de Blablacar informándote del trayecto que has escogido, con el nombre del conductor, su número de teléfono y un código.

Te pones directamente en contacto con el conductor para aclarar exactamente el lugar dónde quedar y detalles sobre el viaje.

Después de realizar el viaje, le das el código que Blablacar te ha enviado y así se realiza la forma de pago.

El conductor antes de poner los precios, debe de calcular los kilómetros que va a conducir + el precio total de gasolina + los peajes. Todo esto lo divide entre la capacidad de personas que quiera poner en su coche, es decir, si van a ser 5 personas en el coche, todos los gastos los divide entre 5 pero si prefiere que los conductores vayan más cómodos, divide todos los gastos entre 4.

En caso de imprevisto, la aplicación te permite cancelar 24 horas antes del viaje de forma totalmente gratuita. Esta aplicación funciona a base de la confianza ya que tanto los conductores como los pasajeros, reciben opiniones que pueden ser críticas o negativas. El 96% de las opiniones suelen ser positivas.

The screenshot shows the Blablacar website interface. At the top left is the logo "Bla Bla Car". To the right are links for "Registrarse", "Iniciar sesión", "Cómo funciona", and a "Like" button with "4.1M" reviews. Below the navigation is a blue banner with the text "Conectamos conductores con pasajeros para compartir coche" and a button that says "¿Conduces a algún lugar? Publica tu viaje". The main heading is "Encuentra tu viaje". Below this are search filters: "De" (with a green location pin icon), "A" (with a red location pin icon), "Fecha" (with a calendar icon), and a yellow "Buscar" button. The background of the search area is a scenic road through green hills. Below the search area is a section titled "Una comunidad de confianza: perfiles certificados con opiniones". It features three testimonials, each with a circular profile picture, a star icon, and the name of the driver being reviewed. The first testimonial is from Nuria R. about Pablo M., the second is from Javier G. about Mar P., and the third is from Mariem K. about Jacobo L.

**Bla Bla Car** Registrarse | Iniciar sesión | Cómo funciona |  Like 4.1M

Conectamos conductores con pasajeros para compartir coche

¿Conduces a algún lugar?  
**Publica tu viaje**

# Encuentra tu viaje

Una comunidad de confianza: perfiles certificados con opiniones

-  ★ Opinión dejada a Pablo M.  
"Excelente conductor. Muy puntual. Ha sido un viaje fantástico. Recomendable 100%".  
Nuria R.
-  ★ Opinión dejada a Mar P.  
"Participativa y simpática. Compartirás conversaciones y tu viaje pasará volando".  
Javier G.
-  ★ Opinión dejada a Jacobo L.  
"Un viaje agradable y conducción genial. Además, me recogió y dejó donde más me convino".  
Mariem K.

**Experiencia personal:** Conocí el concepto de viajar a través de Blablacar en 2014 cuando iba a ir a Madrid a ver a unas amigas. Decidí la idea del viaje tres días antes de marchar así que los precios de los trenes, aviones o buses estaban altísimos. Varios amigos ya me habían hablado de Blablacar así que con el único fin de ahorrarme dinero decidí coger un Blablacar por primera vez en mi vida. A parte que ida y vuelta me salió por bastante menos de la mitad de lo que me ofrecían los otros medios de transporte, se me hizo un viaje muy ameno ya que estuve charlando con las personas en el coche y me pareció muy divertido. Desde entonces, he utilizado muchas veces Blablacar como por ejemplo para ir a Bélgica, Paris, Rouen, Lille, Lyon..sobre todo lo he utilizado mucho en Francia durante mi Erasmus ya que es una manera de viajar muy económica y que te permite ahorrar en transporte a parte de tener un viaje más ameno al conocer a gente y dialogar durante el viaje. Nunca he tenido ningún problema con Blablacar y generalmente todas mis opiniones hacia los conductores han sido positivas.



Actualmente está presente en 192 países, 33.000 ciudades y con 2.000.000. propiedades. Este nuevo concepto de alojarse fue creado por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en 2008 cuando estos decidieron alojar a 3 viajeros desconocidos en tu casa .

### **¿Cómo funciona?**

Tanto si eres anfitrión como si eres huésped debes crearte una cuenta en Airbnb señalando tu información básica.

Una vez creada tu cuenta, si eres huésped debes indicar los días que quieres ocupar una propiedad y en qué ciudad quieres estar alojado, el modo en que quieres hospedarte (alquilar una propiedad entera o solo una habitación) y cuál es tu presupuesto en total.

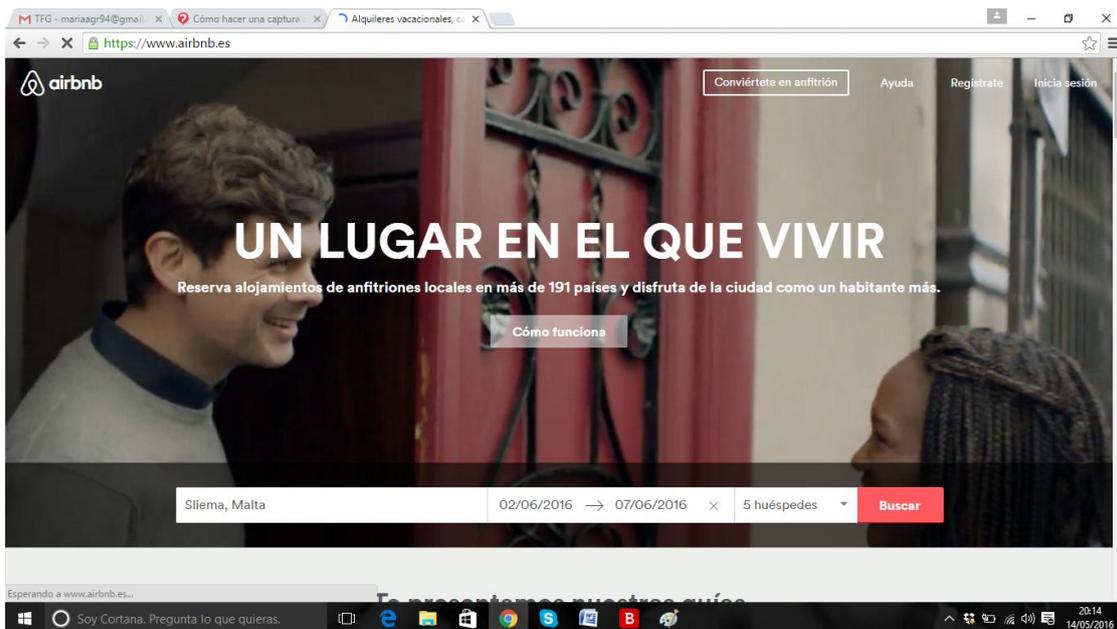
Seguidamente te saldrá en la parte derecha un mapa con distintas flechas las cuales te informan del precio de la casa, dónde está situada y una serie de fotos con descripción sobre la propiedad.

Cuando decidas que casa escoger, tienes que introducir los datos de tu tarjeta de crédito (para reservar la propiedad) y debes esperar a que el anfitrión acepte o rechace tu petición. Una vez aceptada la petición, Airbnb te enviará automáticamente los datos del propietario más su correo y el número de teléfono para ponerte en contacto con el.

Airbnb busca que vivas una experiencia divertida, económica y segura por eso se encarga de verificar todos los perfiles para crear confianza a la hora de pagar. Admite distintas formas de pago y no se tramite la acción de pagar hasta que hayan transcurrido 24 horas desde la llegada del viajero a la propiedad reservada. Airbnb también ofrece atención al cliente 24 horas en caso de haber algún problema. Si el viajero tiene un imprevisto e informa 24 horas antes de la llegada prevista a la propiedad, la cancelación le sale gratuita pero si informa unas pocas horas antes deberá pagar la cifra reservada.

En cuanto los anfitriones, si tienen imprevisto y en el último momento no pueden ofrecer la casa, deberán enviar a Airbnb los razonamientos de su ausencia y enviar los papeles que confirmen que es verídico lo que dice (muerte de algún cercano, enfermedad grave,...). En este caso Airbnb reembolsaría a los viajeros.

Por último, comentar que el objetivo de Airbnb es promocionar una comunidad segura y basada en una confianza plena, por ello facilita a los anfitriones a abrir las puertas de su casas garantizándoles que en caso de daños en la casa o robos, Airbnb ofrece una garantía de hasta 800.000€ sin tener que contratar seguro previamente.



**Experiencia personal:** La primera vez que reservé un piso en Airbnb fue cuando fui a Paris. Paris es una ciudad muy cara y el alojamiento ofrece precios muy elevados. Total que justamente mi hermana había estado unos meses anterior en NY alojándose en una apartamento que había reservado con Airbnb y me recomendó probarlo. Aparte de sentirte como en casa, si quieres seguir en el modo ahorrar, puedes ahorrarte dinero en comidas y hacerlas en casa . Desde la primera vez que me hospedé a través de Airbnb , ya no reservó hoteles ni hostales solo me centro en buscar apartamentos( generalmente situados en el centro de la ciudad) que ofrezcan una buena relación de calidad-precio. Me he alojado en Paris, Dublín, Menorca, Sevilla, Madrid, Lyon, Malta...

Airbnb transmite confianza ya que te ofrece muchos remedios en el caso de imprevisto y te da seguridad a la hora de viajar porque te cubre las espaldas. Nunca he tenido ninguna decepción en cuanto a ver una casa totalmente distinta a las fotos analizadas y en general todos los anfitriones han sido serios a la hora de contestarme a los mensajes y de quedar y todos ellos, me han facilitado la estancia a la hora de viajar a parte de proporcionarme información muy práctica sobre la ciudad en la que estoy alojada.

Esta forma de viajar se la he recomendado a todo el mundo ya que de las 3 empresas que he hablado, es la que me parece , más segura y la que te permite sentirte más cómoda a la hora de viajar. Gente como mis padres (que tienen mentes de una sociedad más tradicional) están encantados de reservar pisos con Airbnb.



Couchsurfing fue creada en 2004 por Casey Fenton . El estadounidense se le ocurrió la idea de couchsurfing cuando quiso viajar a Islandia y se propuso no pagar alojamiento. Envío más de 5000 emails a personas para que lo alojaran de forma gratuita y obtuvo de estos 5000 emails 50 respuestas en las cuales le permitían quedarse en su sofá sin pagar.

Al principio, couchsurfing estaba enfocado para surfers que alojaban a otros surfers durmiendo en sus sofás y al mismo tiempo compartiendo aficiones.

Con el paso del tiempo, se dio cuenta que esta idea podría funcionar entre personas que aunque no compartieran la afición de surfear podrían compartir otras aficiones.

Actualmente está presente en 100.000 ciudades con 6 millones de usuarios.

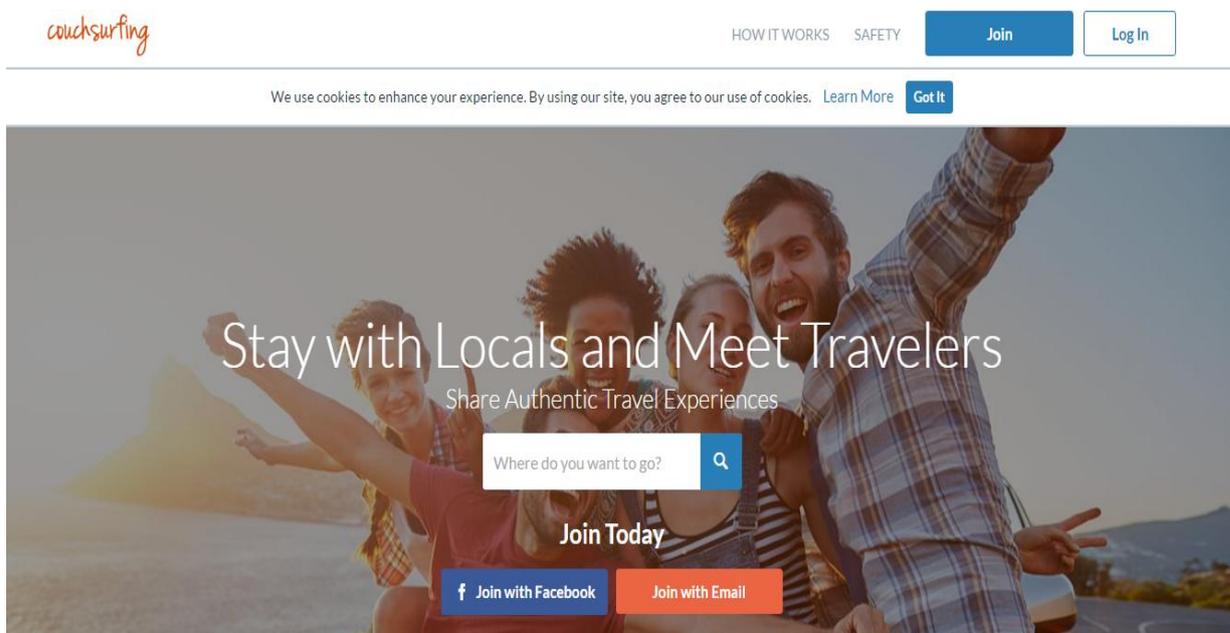
### ¿Cómo funciona?

Como en todas las aplicaciones debes registrarte. Una vez creada tu cuenta te conviertes en un “*surfer*” y lo que buscas en surfear en distintos sofás. El que te aloja se llama “*hoster*” y puede ser que en las fechas que solicites el “*hoster*” no tenga sitio en su sofá pero si te puede facilitar información sobre la ciudad quedando para tomar un café o puede ser que no esté disponible ya que esta en modo “*travelling*”, es decir, viajando.

Para escoger un sofá, anteriores surfers habrán comentado su experiencia con el hosters y eso te permitirá aclararte a la hora de escoger un sofá.

Con couchsurfing no puedes estar más de 3 / 4 días y por normal general, debes llevarle al hoster un regalo ya que te está alojando en su casa de forma gratuita.

Couchsurfing no solo te ofrece hospedarte de forma gratuita sino vivir una experiencia única ya que compartes una forma de viajar distinta al resto y te permite conocer a gente nueva y crear nuevas relaciones sociales.



**Experiencia personal:** Sin duda la forma más económica para alojarse es Couchsurfing porque no gastas nada en dormir. Comparándolo con Airbnb, Couchsurfing te permite tener menos privacidad (ya que duermes en el sofá) pero por otra parte te permite conocer a gente nueva que te puede aportar muchas cosas positivas. Este concepto gratuito de alojarse lo conocí cuando fui a Hossegor en 2012 a pasar unos días. Hossegor es un sitio de playa en Playa dedicado básicamente a los surfistas. En verano ofrece unos precios de escándalo para dormir y no solo hablo de hoteles sino también de campings. Como la idea de Couchsurfing empezó con el mundo del surf, estábamos en el sitio indicado para encontrar ofertas de estancia. Nos gustó tanto la idea que lo repetimos en Amsterdam, Cracovia y Roma. Por norma general los propietarios son muy amables, con una mentalidad abierta y te facilitan el turismo en la ciudad. De hecho, siempre con los hosters ha habido más que un simple trato de propietario y anfitrión ya que nos han acompañado a visitar a la ciudad y a día de hoy sigo teniendo contacto con algunos de ellos. La idea surgió de juntar a surfers con surfers porque aunque no se conocieran, ya tenían una fuerte afición en común, pero hoy en día, una más de una afición en común como viajar, conocer a gente nueva, vivir experiencias distintas y conocer las ciudades desde un punto de vista más habitante que turista.

	Usuarios Actuales	Objetivo	Éxito de la empresa
<b>BLABLACAR</b>	10.000.000	Compartir coche	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Basado en la confianza.</li> <li>· Ahorro.</li> <li>· Viajes + divertidos.</li> </ul>
<b>AIRBNB</b>	2.000.000 propiedades	Prestar/compartir alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ofrece comodidad.</li> <li>· Seguridad.</li> <li>· Promociona una mejor comunidad.</li> </ul>
<b>COUCHSURFING</b>	6.000.000	Compartir alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nuevas experiencias .</li> <li>· Es gratuito.</li> <li>· Conoces gente nueva.</li> </ul>

## 14. ENCUESTAS

Antes de crear mi idea de viajar, quería saber la opinión de la gente sobre que les parecería viajar con gente desconocida. Al fin y al cabo, mi idea está enfocada al mercado actual , lo cual me sirve de mucha ayuda sus opiniones.

**Sexo : M / H**

**Edad:**

1. Define **brevemente** lo que es para ti una economía colaborativa .

2. ¿ Te gusta viajar?(razona el por qué de tu respuesta)

A. si

B. no

**Explicaciones:...**

3. ¿ Cuántas veces al año haces un viaje?

A. 0-1

B. 1-2

C. 2-3

D. > 3

4. ¿ Te consideras alguien aventurero?

A. Si, demasiado

B. No me gusta para nada el riesgo ni las aventuras.

D. Depende del riesgo que conlleva la aventura.

5. ¿ Qué te aporta viajar?( en caso de que tu respuesta sea la E, especifica lo que te aporta)

A. Conocimientos culturales.

B. Diversión/ entretenimiento.

C. Aventuras y emoción a la vida.

D. Todas las opciones .

E. Ninguna de estas opciones **Otros:....**

6. ¿ Verías buena idea compartir un viaje con una persona desconocida?

A. Si, me encanta esa idea!

B. Me da miedo .

C. Prefiero viajar solo que con alguien que no conozco.

D. ¡Por qué no!

7. Del 0 al 10 cómo puntuarías la idea de crear una aplicación para viajar con gente desconocida?

Después de probar mi encuesta inicial con varias personas, me di cuenta de que habían algunas preguntas que no quedaban claras a la hora de contestar la encuesta o que me daban información no útil para mi. A medida que iba pasando las encuestas, la gente tenía dudas a la hora de contestar o simplemente se sentían confusos por no saber interpretar bien la preguntaba así que corregí ciertos errores:

- 1) **SEXO: M/ H** Yo me refería a Mujer/Hombre pero varias personas me preguntaron si era Macho/ Hembra.
- 2) **Define brevemente lo que es para ti una economía colaborativa** : La gente solía ponerme definiciones largas cuando lo que yo buscaba era palabras claves que definieran el concepto de forma muy específica.
- 3) **¿Te consideras alguien aventurero?** Las respuestas que ofrecía no me especificaban exactamente a qué nivel la gente se podía identificar como aventurero así que lo cambié por cifras ya que nos informan de una forma más precisa a la hora de hacer el estudio global.
- 4) **¿Verías buena idea compartir un viaje con una persona desconocida?** A la hora de contestar, varias personas me comentaban que en mis opciones, ninguna opción era de termino medio y que tampoco sabían muy bien exactamente cual de todas las respuestas, eran con la que más se identificaban. Como busco respuestas concretas, para hacer el estudio global, volví a poner la opción de puntuarse a sí mismo del 0 al 10.
- 5) **¿Crees que la idea de viajar con gente desconocida a través de una aplicación, basándose en el consumo colaborativo tiene futuro?** Cuando tuve que corregir la encuesta, al analizar pregunta por pregunta, vi que una pregunta muy esencial en esta encuesta era si la gente lo veía posible la opción de viajar con desconocidos basada en una economía colaborativa ya que el fin de mi encuesta es ver si la idea que ofrezco, tendría éxito o no
- 6) **¿Conoces lo que es la economía colaborativa?** Esta pregunta surgió cuando en la primera encuesta de prueba, algunas personas me comentaron que la pregunta de definir el concepto con palabras claves no lo podían contestar ya que no tenían claro lo que quería decir, así que pensé que podría resultar interesante ver en porcentajes si todo el mundo sabe la definición de un concepto que en principio parece muy básico pero que en realidad no lo es.

Después de modificar las preguntas, pude comprobar que las actuales eran más claras y que facilitaban la comprensión por parte de los entrevistados. También me aportaban información más válida para hacer un estudio global del mercado acerca viajar con desconocidos y así poder sacar mis propias conclusiones.

#### 14.1.Ficha técnica del cuestionario

<b>Objetivo</b>	Diagnosticar el nivel de éxito que podría tener la idea de viajar con gente desconocida en la población.
<b>Tamaño muestra</b>	100 encuestas
<b>Universo</b>	Compuesto por hombres y mujeres entre 18 y 70 años.
<b>Población</b>	Población joven.
<b>Fecha de realización</b>	Durante el mes de febrero.
<b>Tipo muestreo</b>	Probabilístico
<b>Tipo de diseño de la muestra</b>	En una etapa.
<b>Tipo de cuestionario</b>	En general es un cuestionario cerrado salvo en una pregunta que es abierta.
<b>Margen de error</b>	5%
<b>Nivel de confianza</b>	95%

#### 14.2.Respuestas de la encuesta

##### 1.Define con palabras claves lo que es para ti un consumo colaborativo:

La respuesta más repetitiva ha sido “ahorro” aunque han habido varias definiciones diferentes:

- División de gastos.
- Grupo de gente que hace un mismo uso de algo.
- Eficiencia y colaboración.
- Compartir es vivir.
- Internet.
- Compañerismo.
- Intercambiar, prestar, alquilar...a través de la tecnología moderna.
- Estar acompañado/ ser social
- Compartir gastos aunque la experiencia puede ser negativa o positiva.

- Reducción de costes y aprovechamiento de recursos.
- Intercambiar servicios con la finalidad de un beneficio común.
- Compartir experiencias y aventuras.
- Menos esfuerzo para llegar al objetivo .
- Confiar.
- Moda pasajera

**Comentario:** Las definiciones más repetitivas fueron Ahorrar y compartir. Lo que me llamó la atención es que automáticamente se relacione todo a través de internet.

### 2.¿ Conoces lo que es la economía colaborativa?

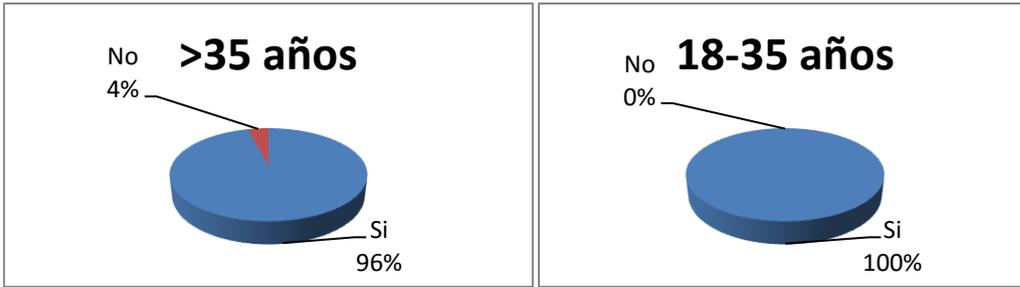
- A. Si
- B. No



**Comentario:** Cuando pasé la encuesta en Port Aventura( que es el público de > de 35 años ) nadie me preguntó sobre que significaba pero en cuanto el público de 18-35 años, un 24% me reconoció que no sabía que era y al ponerles algunos ejemplos de empresas actuales, enseguida lo relacionaron.

### 3.¿ Te gusta viajar?

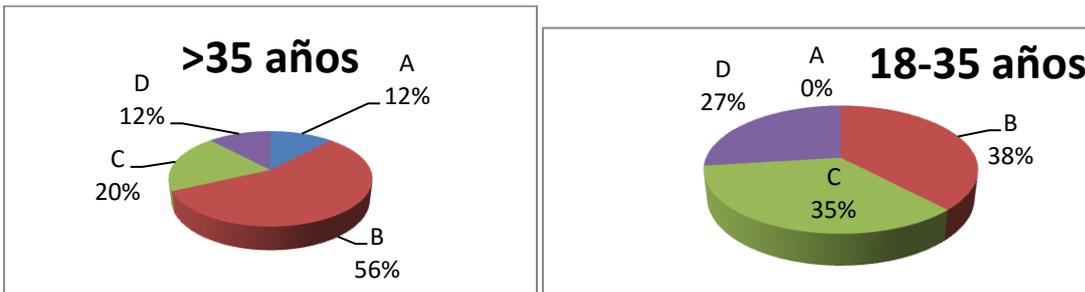
- A. Si
- B. No



**Comentario:** En general viajar es una afición que suele gustar a casi todo el mundo.

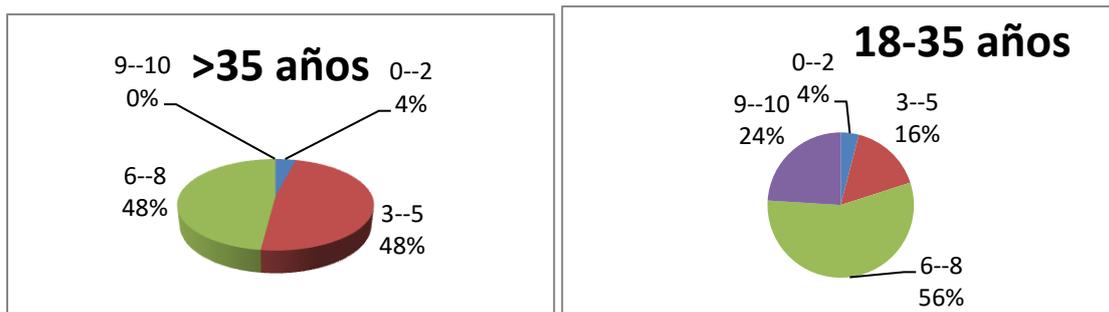
**4.¿Cuántas veces al año haces un viaje?**

- A. 0-1
- B. 1-2
- C.2-3
- D.> 3



**Comentario:** En esta pregunta tenemos varios factores como tiempo libre, el no tener obligaciones o los presupuestos de los viajes. La gente de entre 18-35 años aunque tenga que estudiar, pueden permitirse el lujo de viajar ya que no tiene hijos a parte de estar dispuesto a viajar en cualquier tipo de condiciones( no buscan lujos, simplemente conocer mundo) por ello, viajan más.

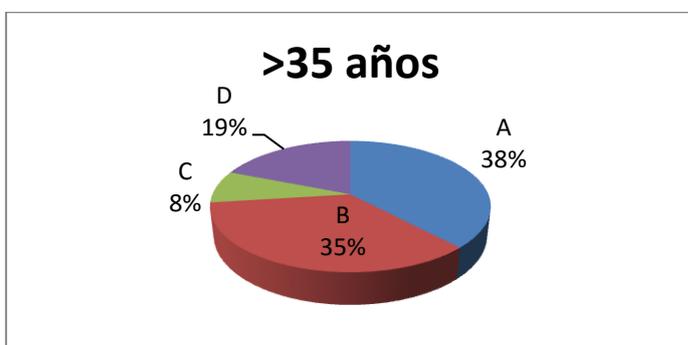
**5.¿Te consideras alguien aventurero? Puntúa del 0 al 10 (siendo 10 la puntuación máxima).**



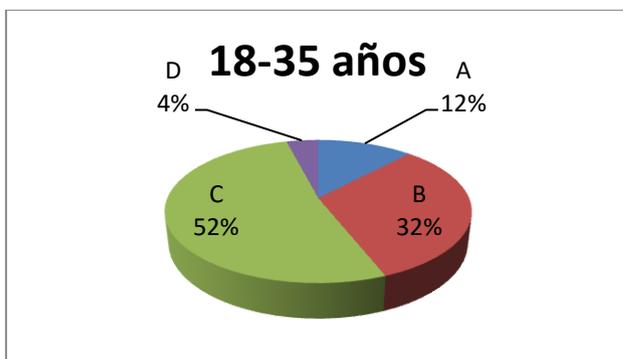
**Comentario:** La gente más joven suele ser menos prevenida ya que aún le falta experiencias por vivir y en general les suele gustar arriesgar.

**6. ¿Qué te aporta viajar?( en caso de que tu respuesta sea la E, especifica lo que te aporta). Puedes escoger más de una respuesta.**

- A. Conocimientos culturales.
- B. Diversión/ entretenimiento.
- C. Aventuras y emoción a la vida.
- D. Todas las opciones .
- E. Ninguna de estas opciones **Otras:**



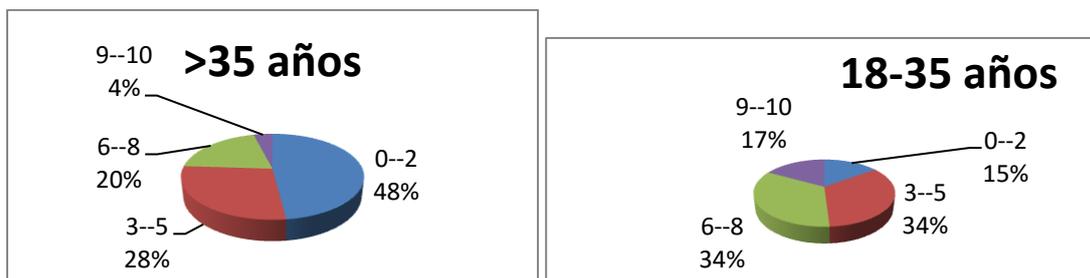
**E: Satisfacción/ Novedad/ Curiosidad/ Desconexión/ Relax**



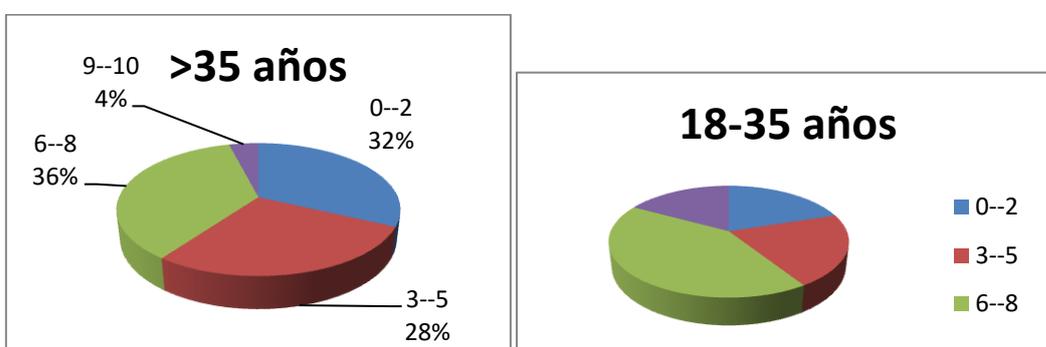
**E: Ver el mundo desde otro prisma/ Conocer gente nueva/Vivir la vida al límite.**

**Comentario:** Los jóvenes nos centramos en viajar de una forma que compaginamos el visitar lo máximo de las ciudades tanto de día como de noche . Cuando ya has pasado la fase de “estudiante” y ya tienes una estabilidad en tu vida (en cuanto a trabajo y familia) buscar otras cosas a la hora de viajar y generalmente el objetivo principal suele ser desconectar de tu vida diaria.

7. ¿ Verías buena idea compartir un viaje con una persona desconocida? Puntúa del 0 al 10.



8. Del 0 al 10 cómo puntuarías la idea de utilizar una aplicación para viajar con gente desconocida?

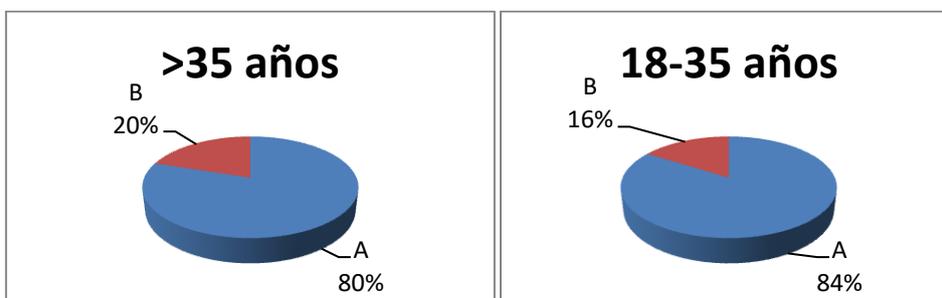


**Comentario pregunta 7 y 8:** Claramente se observa que las personas de 18-35 años están más acostumbrados a compartir bienes y servicios con desconocidos y por ello están más dispuestos a utilizar aplicaciones con gente desconocida. En cuanto los adultos, no están tan de acuerdo ya que el concepto de economía colaborativa no deja de ser algo reciente.

9. ¿Crees que la idea de viajar con gente desconocida a través de una aplicación, basándose en el consumo colaborativo, tiene futuro?

A. Si

B. No



**Comentario:** Alrededor de un 85% opina que la idea puede tener futuro en la sociedad actual.

### 14.3. Conclusiones sobre la encuesta

Podemos observar que el término economía colaborativa es un concepto que en general, casi todo el mundo tiene claro lo que es pero , a la hora de definirlo, cada uno tiene puntos de vista distintos. Obviamente la palabras “ahorro” y “compartir” son las más repetidas pero también definiciones como : *Eficiencia, compartir es vivir, compañerismo, estar acompañado, confiar ,ser social...*son expresiones que me han llamado la atención porque en general, la economía colaborativa a parte de centrarse en la disminución de gastos, observamos que es un concepto percibido de una forma totalmente positiva sobre una mejora de la sociedad.

He querido dividir los resultados de las encuestas en dos grupos( > 35 años y 18-35 años) ya que quería demostrar el contraste de un grupo a otro.

He constatado que a casi todo el mundo le gusta viajar, no importa la edad aunque es un placer que quizás no todo el mundo se lo puede permitir hacerlo tantas veces como quisiera. La gente mayor de 35 años suelen hacer 1 a 2 viajes al año. La gente de 35 años trabajan, por lo tanto tienen unos ingresos, pero la mayoría de ellos tienen hijos pequeños lo cual complica bastante a la hora de viajar. Pero sin embargo, los jóvenes, viajan un promedio de 1 a 3 viajes. El hecho de no tener hijos da libertad a poder coger la maleta e irse . Claro está, que las condiciones de viaje son muy distintas ya que el presupuesto para la gente de más de 35 años sería más elevado que el de la gente menor de 35años.

La gente de 35 años se siente bastante aventurera aunque aquí si influye el factor edad ya que nadie ha contestado la opción 9 o 10 sino se han quedado en un promedio de puntuación 5 /6 pero en cuanto a la gente de 18 a 35 años si que en general su nivel de identificarse como aventurero es superior que al de 35 años con un promedio de 7/8. Sobre lo qué te aporta viajar podemos observar que la gente más mayor busca más conocimientos culturales y diversión aunque el término diversión para ellos es más aprender, disfrutar del paisaje, desconectar de la vida rutinaria relajándose cuando los más jóvenes buscan más darle emoción a la vida, vivir al límite, salir de fiesta, conocer a gente de países extranjeros . La gente más de 35 años no estaría tan receptiva como la gente de menos de 35 años a la hora de utilizar una aplicación para viajar con gente desconocida ya que tienen ciertas costumbres a la hora de viajar pero los más jóvenes, si estarían dispuestos a arriesgar y emprender un viaje con gente que incluso ni conocen. Lo que más me ha llamado la atención de toda la encuesta es que a pesar de tener puntos de vista distintos , los dos grupos han coincidido a la hora de creer que la aplicación podría tener futuro.

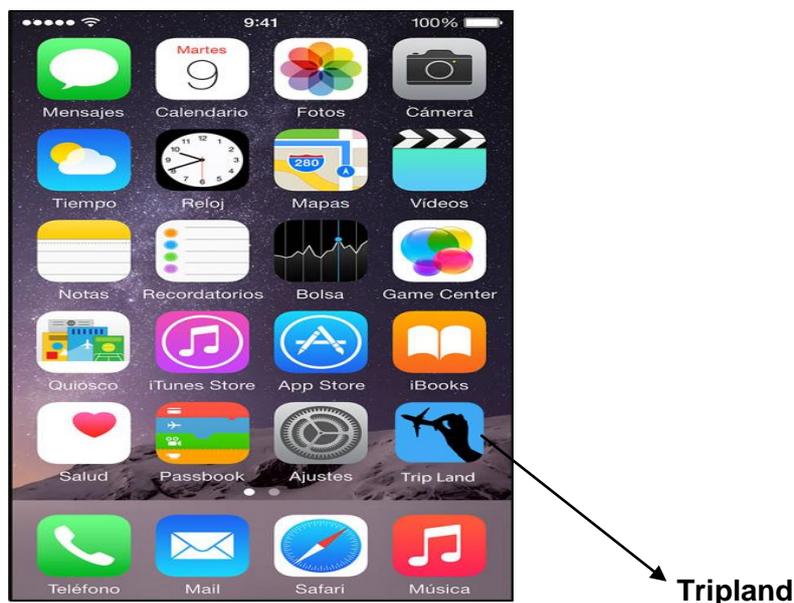
Concluyendo: No importa el sexo de la persona para viajar pero si la edad. Los más jóvenes vemos como algo más habitual compartir servicios con gente que no conocemos ya que hoy en día, es una manera totalmente corriente de intercambiar servicios pero la gente de más de 35 años, al tener unos ingresos fijos, unas familias y sin olvidarnos de que no ven la economía colaborativa como algo rentable para viajar porque buscan objetivos como relajarse, ir a monumentos, no preocuparse por nada sino desconectar de la vida estresante que tienen cada día. En general, valoro los resultados, enfocados en la idea de crear una aplicación para viajar, de una forma positiva y después de realizar el estudio del mercado, veo que podría tener posibilidades en la sociedad actual.

## 15.TRIPLAND : NUEVA APLICACION



Uno de los sueños de mi vida es ir a la India, pero resulta complicado encontrar a alguien que también quiera ir ya que es un país pobre el cual vas a ver cosas muy duras y no es nada recomendable ir sola. Si te paras a pensar, es difícil encontrar a alguien que quiera el mismo concepto de viaje, visitar los mismos monumentos, tener el mismo presupuesto de viaje... ¿Te imaginas la posibilidad de poder compartir este tipo de experiencias con alguien que es totalmente a fin a ti ?

Tripland es un nuevo concepto de viajar que se basa en compartir y que va a permitir a todas las personas a realizar el viaje de sus sueños que hasta entonces no habían podido hacerlo. Ciertas personas tienen claro que destino escoger pero no encuentran a la persona adecuada que esté dispuesta a invertir en el mismo viaje o que sus prioridades a la hora de viajar sean idénticas. Por ello he decidido crear (de forma virtual) una nueva manera de viajar que se base en la economía colaborativa y que permita a la vez, el conocimiento entre personas viviendo nuevas experiencias y uniéndolas.



## 15.1. Objetivos

- Dar la oportunidad a todo el mundo de viajar.
- Juntar a las personas adecuadas para compartir esta experiencia.
- Promocionar la economía colaborativa.
- Proporcionar a los clientes seguridad y confianza.
- Dar a los pasajeros varias alternativas para viajar.
- Ser fieles a los usuarios de la aplicación.
- Transmitir deseos e ilusión a las personas para incitarles a utilizar nuestra aplicación.

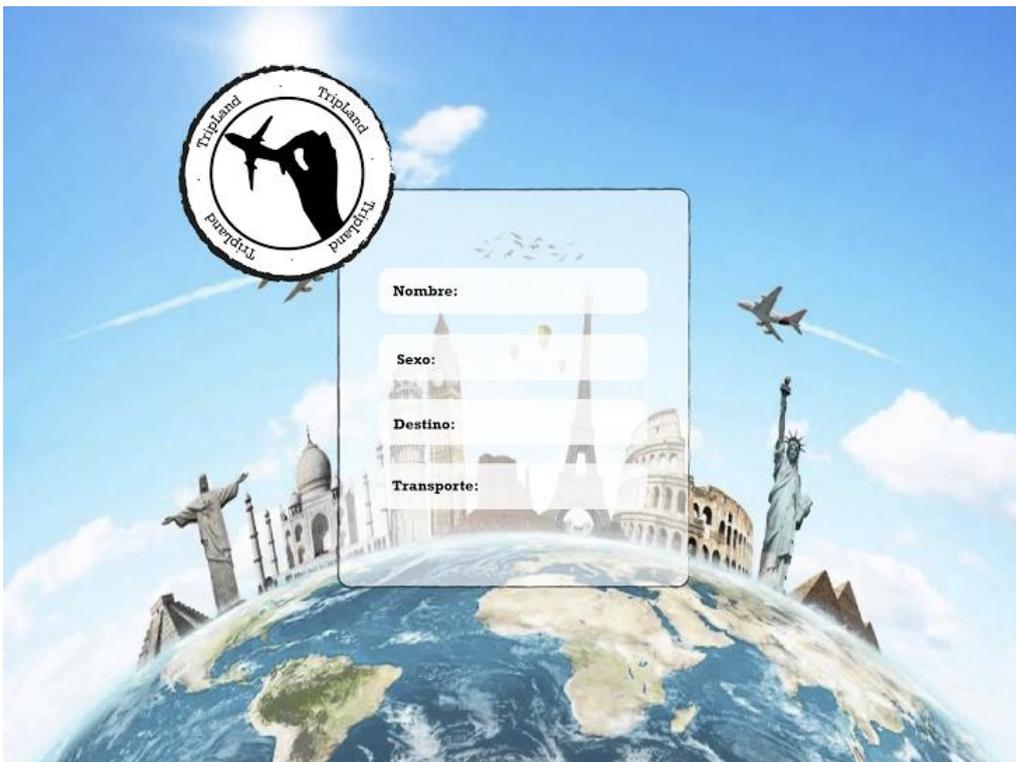
## 15.2. ¿Cómo funcionaría la aplicación?

Ante todo, tendrías que descargarte la aplicación y el coste sería mínimo. Una vez la tuvieras instalada, tendrías que crear tu propia cuenta introduciendo tu correo electrónico y tu contraseña. Seguidamente crearías tu perfil describiéndote de forma muy detallada y dando información acerca de qué buscas a la hora de viajar. Es importante recalcar lo que priorizas en los viajes como por ejemplo si prefieres dejarte más dinero en visitar monumentos, o en ir a buenos restaurantes etc... También hay que nombrar los gustos de cada uno, actividades que les gusta hacer, las aficiones que tenga y dar los motivos por los cuales deciden viajar. Cuanta más información el cliente quiera dar, más fácil será para Tripland encontrarle el acompañante perfecto.

Para crear un perfil completo, Tripland te haría rellenar las secciones siguientes :

- 1) Sexo: Hombre o Mujer y escoger si preferirías mujer o hombre como acompañante.
- 2) Edad : Esta aplicación no estaría permitida para menores de 18 años. Cualquier edad superior, tendría derecho a acceder a la aplicación.
- 3) Destinos: Se tendría que introducir todos los destinos que te apetezca ir. Este apartado sería totalmente abierto ya que podrías escoger un solo destino o varios para el mismo viaje o varios destinos para distintos viajes.
- 4) Transporte: Se ofrecería la oportunidad de viajar con todos los medios de transporte posible( coche ,tren, avión o barco) pero el cliente debería escoger su orden de preferencia para viajar o también habría la opción de escoger una casilla donde ponga “ el medio de transporte que salga más barato”. Al mismo tiempo, al querer promocionar el resto de economías colaborativas, promocionaríamos como otro medio de transporte “BLABLACAR”(siempre y cuando el viaje permitiera acceder al destino en coche).

- 5) Duración del viaje: Indicar más o menos cuántos días/semanas/meses el cliente quería estar viajando. También se tendría que informar sobre qué días, la persona estaría libre para viajar.
- 6) Presupuesto: Obviamente el presupuesto no sería exacto pero habría la opción de especificar más o menos cuánto dinero quisiera dejar el individuo. También habría otro apartado en esta sección, que permitiría indicar al individuo la cifra máxima que estaría dispuesto a dejarse.
- 7) Opción de viajar con una sola persona o con un grupo de personas: El cliente se puede sentir más cómodo realizando un viaje más íntimo con una sola persona o al contrario, puede preferir viajar con varias personas a la vez .
- 8) Tipo de hospedaje: Escoger si se quiere alojar en un hotel, hostel, albergue, aparta hotel, Couchsurfing o alquilar un piso como por ejemplo Airbnb.
- 9) Número de contacto alternativo: Esta opción no sería obligatoria pero sería totalmente recomendable por si pasará algo, Tripland pudiera mantener informados a los familiares o personas cercanas de la persona.



Este paso es fundamental detallarlo bien ya que Tripland te presentaría a gente que buscara objetivos similares a la hora de viajar en base a tu descripción y lo que hayas escogido en el apartado de secciones.

Cuando ya se tuviera todo en regla, Tripland te pasaría contactos de personas que hubieran escogido las mismas/ parecidas opciones que tú. Entonces empezarías a dialogar para saber si podrías encajar para viajar. Si con la persona que estarías conversando, ha realizado anteriormente un viaje con Tripland, tendrías la opción de leer las opiniones del resto de pasajeros sobre esa persona. Todo este tipo de ayudas, facilitarían al usuario a decantarse por otro usuario y a tomar la decisión final. Algunas personas conectarían desde el primer momento, otras les costaría más o directamente otras no conectarían para nada. Lo fundamental de todo esto, es que Tripland estaría constantemente enviando nuevos contactos para que no solo te centraras en uno y así lograr encontrar al acompañante ideal.

Además la aplicación también te informaría de los viajes que la misma organiza por si te interesa. Iría todo incluido, desde el alojamiento, transporte, planes del viaje, destinos que visitar...para facilitarte todo tipo de complicaciones en el viaje. Los viajes organizados por Tripland irían con seguro ya incluido en el precio final.

Una vez lo hayas encontrado, deberías informar a Tripland de la persona (o personas) escogidas para el viaje. La opción de pagar un seguro de viaje con Tripland sería totalmente optativa aunque muy recomendable ya que el seguro serviría para:

- Proporcionar seguridad a los que viajan, debido a que se sentirían más protegidos por la compañía.
- Si es un viaje organizado con Tripland, cualquier problema que no haya sido provocado por ningún pasajero( por ejemplo el tren tiene problemas mecánicos y no puede realizar el viaje) Tripland cubriría todos los gastos que estuvieran relacionados con este tipo de imprevistos, siempre y cuando estén justificados.
- Aportar tranquilidad en caso de que los dos acompañantes no se lleven bien, dando la opción de cambiar de acompañante o buscando otras alternativas.
- Informar de cualquier tipo de imprevisto a los familiares de forma inmediata.

Finalmente, después de haber completado todo el proceso, Tripland te enviaría sugerencias sobre la ciudad escogida. Te mandaría información sobre el país, que sitios visitar, costumbres del país, que lugares son los más recomendados para ir, mapas sobre la ciudad, discotecas a las que ir, etc...

Al finalizar el viaje, tendrías que pasar una encuesta sobre tu experiencia y dar tu valoración global del acompañante de tu viaje. Este tipo de valoraciones serían de gran uso para el resto de personas ya que influiría a la hora de escoger a la persona adecuada. Si los mismos viajeros, aportan información sobre las ciudades visitar, Tripland les ofrecería a cambio descuentos o promociones para el siguiente viaje.

### **15.3. Conclusiones sobre Tripland**

Según los resultados de mi cuestionario, esta idea podría tener éxito ya que en general, los entrevistados la veían con posibilidades. A la mayoría de personas les gusta viajar, lo ven como un placer que te permite conocer una visión distinta del mundo y al mismo tiempo, te enriquece a nivel personal. Todo el mundo merece tener la oportunidad de viajar y por ello quiero facilitarles tomar la decisión de iniciar la aventura de su vida. Soy consciente que es una idea muy arriesgada ya que viajar con gente desconocida puede ser algo peligroso y en un principio asustar a la gente. Por eso, Tripland ofrece tanta seguridad a sus clientes para transmitirles la máxima confianza y tranquilidad. A parte del riesgo del viaje, es también una idea arriesgada ya que el público objetivo estaría más bien centrado en los jóvenes más que en los adultos.

No es solo una aplicación para viajar, te abre las puertas para conocer a gente nueva lo cual significa que puedes hacer nuevas amistades, te hace aprender a saber compartir momentos con otras personas, te hace cumplir tus sueños, saber adaptarte a situaciones no vividas anteriormente y abrir tu mente. También te facilita el viaje, dándote información sobre tus destinos y garantizándote una seguridad en caso de problemas.

Tripland es consciente del riesgo que corren las personas al escoger este tipo de viajes, y por eso quiere transmitir en todo momento tranquilidad a los aventureros que estén dispuestos a utilizar esta aplicación. Tan solo fijándonos en el logo, podemos entender qué pretende la compañía: la mano cogiendo un avión significa la confianza a la hora de compartir(en este caso de viajar). El fondo de color azul quiere contagiar lealtad, es el color de la transparencia y de la certidumbre, ya que en todo momento, Tripland quiere ser sincero con sus clientes e informarles sobre todo tipo de detalles proporcionando a los pasajeros facilidades para sentirse más a gusto.

El mercado actual, cada vez está abriendo más su mente y va aceptando mejor el compartir todo tipo de bienes y servicios por eso confío en que todo esto podría tener éxito.

## 16.CONCLUSIONES FINALES

Después de terminar mi Trabajo Fin de Grado y haber hecho un amplio estudio de lo que supone la economía colaborativa, considero que todo este cambio , solo ha hecho que empezar ya que tiene un gran futuro en la sociedad actual.

No todo el mundo empieza utilizando este nuevo concepto por la misma razón; habrá gente que la utiliza por ahorrarse dinero, otra por no contaminar tanto el medio ambiente, otros para dar más utilidad a sus bienes y servicios o simplemente por el hecho de querer construir una vida más divertida. No importa cuál sea el motivo ya que sigue siendo beneficioso para todos.

El mundo está cambiando a pasos agigantados y nosotros estamos siendo testigo de ello. Hace unos años era impensable coger un coche con un desconocido para viajar o alojarse en casa de personas que hace un par de horas que acabas de conocer. Actualmente, una gran parte de la sociedad ya tienen en consideración las economías colaborativas habiendo una gran influencia por parte de las nuevas tecnologías. Las revoluciones informáticas nos facilitan el acceso a las aplicaciones y a hacer todo este nuevo mundo de conectarse entre distintos individuos, fácil y rentable.

Mi opinión personal es que debemos seguir fomentando el uso de empresas enfocadas en la economía colaborativa, tenemos que creer en la sociedad basada en la confianza creando una comunidad más unida que nunca. No debemos relacionar el compartir bienes o servicios con miedo o riesgo, tenemos que verlo como :

- una oportunidad de crecer
- ahorrar dinero
- conocer mejor el mundo en el que vivimos
- sacarle mayor rentabilidad a nuestras propiedades
- poder relacionarnos con personas desconocidas
- al ser más económico, permitirnos poder viajar más frecuentemente
- crear nuevas amistades
- aprender a saber compartir lo que uno tiene
- respetar más el planeta en el que vivimos contaminando menos.

Todo este tipo de oportunidades nos benefician a mejorar la comunidad que tenemos. No debemos de dejar de invertir en la economía compartida ya que, debe permanecer como un nuevo estilo de vida. Es fundamental seguir creyendo que tiene posibilidades en el futuro para seguir apostando por ello. No me quiero olvidar de nombrar, que la economía colaborativa está teniendo éxito a nivel mundial. Cada cultura es un mundo diferente pero esta idea ha encajado perfectamente en todos los distintos sitios del mundo haciendo que haya más unión entre países y promocionando más la globalización.

Más bien somos los jóvenes los que estamos promoviendo toda esta variación ya que la gente más adulta está más bien acostumbrada a no compartir sus bienes, a ser dueños de propiedades sin darle más uso del que los mismos dueños puedan darle, no están tan predispuestos a conocer a gente nueva ni son conscientes que el hecho de compartir les puede beneficiar tanto a nivel económico como personal.

Toda esta nueva idea de compartir ha sido muy reciente pero el cambio ha sido muy brusco y rápido. El origen fundamental fue la crisis económica pero poco a poco se está transformando en un nuevo planteamiento que no solo se utiliza en tiempos de crisis.

Para finalizar mi conclusión, he considerado muy interesante hacer un estudio amplio de la economía conjunta. Hasta entonces simplemente me había limitado a utilizar las aplicaciones con un fin de ahorrar dinero. Si tenía que viajar, en vez de coger un tren me planteaba la opción de coger un Blablacar para no dejarme tanto dinero haciendo el mismo trayecto. Pero después de haber visto todos los beneficios que te aporta, hace que tenga más motivos para seguir utilizándolas y recomendarlas.

Debemos ser conscientes de que hay que promoverlo e ir creando nuevos conceptos basados en la economía colaborativa. Vivimos en la sociedad perfecta en la que nos facilita nuevas oportunidades como por ejemplo el acceso a internet o poder estar permanentemente conectados a las redes sociales para mantener una sociedad social, informada de todos los nuevos cambios, dispuesta a arriesgar y a seguir apostando por conseguir un mejor cambio.

## 17. BIBLIOGRAFIA

### ABAD, M.

La economía de la colaboración

En el texto: (Abad, 2012)

**Bibliografía:** Abad, M. (2012). *La economía de la colaboración*. (revista) Yorokobu.

Disponible en:

<http://www.yorokobu.es/la-economia-de-la-colaboracion/>

### ALGAR, R

Collaborative Consumption by Ray Algar — Oxygen Consulting

En el texto: (Algar, 2007)

**Bibliografía:** Algar, R. (2007). *Collaborative Consumption by Ray Algar*.(revista):

*Oxygen Consulting*. Disponible en:

<http://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>

### ALQUILERES VACACIONALES, CASAS COMPLETAS, APARTAMENTOS Y HABITACIONES - AIRBNB

En el texto: (Airbnb, 2016)

**Bibliografía:** Airbnb. (2016). *Alquileres vacacionales, casas completas, apartamentos y habitaciones - Airbnb*. Disponible en :

[https://www.airbnb.es/?af=43720035&c=A\\_TC%3Dpnchx44834%26G\\_MT%3Dp%26G\\_CR%3D78460126986%26G\\_N%3Dg%26G\\_K%3Dair%20b%20n%20b%26G\\_P%3D%26G\\_D%3Dc&qclid=CjwKEAiw3fG4BRDsn9GAv7T2zEkSJACNJdjq41rCXwVScGWsb\\_VOkDr3IU0j7xdfd74y9QODc08TChoC06fw\\_wcB&dclid=CLKD-baTp8wCFdM6GwodJtIFhg](https://www.airbnb.es/?af=43720035&c=A_TC%3Dpnchx44834%26G_MT%3Dp%26G_CR%3D78460126986%26G_N%3Dg%26G_K%3Dair%20b%20n%20b%26G_P%3D%26G_D%3Dc&qclid=CjwKEAiw3fG4BRDsn9GAv7T2zEkSJACNJdjq41rCXwVScGWsb_VOkDr3IU0j7xdfd74y9QODc08TChoC06fw_wcB&dclid=CLKD-baTp8wCFdM6GwodJtIFhg)

### AIRBNB

En el texto: (Wikipedia, 2008)

**Bibliografía:** Wikipedia. (2008). *Airbnb*. Disponible en:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Airbnb>

### ARROYO-VÁZQUEZ, N.

Smartphones, tabletas y bibliotecas públicas: entendiendo la nueva realidad en el consumo de información

En el texto: ( Natalia Arroyo-Vázquez, 2013)

**Bibliografía:** Arroyo-Vázquez, Natalia (2013). *Smartphones, tabletas y bibliotecas públicas: entendiendo la nueva realidad en el consumo de información*. Andalucía:

Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Disponible en:

[http://eprints.rclis.org/20576/1/narroyo\\_andalucia13.pdf](http://eprints.rclis.org/20576/1/narroyo_andalucia13.pdf)

### **BAUWENS, M.**

*Peer To Peer Manifiesto: La Aparición De La Civilización Y De La Economía Política P2P*

**En el texto:** (Bauwens, 2007)

**Bibliografía:** Bauwens, M. (2007). *Peer To Peer Manifiesto: La Aparición De La Civilización Y De La Economía Política P2P*. [online] Robin Good's Master New Media. Disponible en:

[http://es.masternewmedia.org/2007/11/05/peer\\_to\\_peer\\_manifiesto\\_la.htm](http://es.masternewmedia.org/2007/11/05/peer_to_peer_manifiesto_la.htm)

### **BAUWENS, M. Y BAUWENS, M.**

*Summary: What P2P means for the world of tomorrow | P2P Foundation*

**En el texto:** (Bauwens and Bauwens, 2007)

**Bibliografía:** Bauwens, M. and Bauwens, M. (2007). *Summary: What P2P means for the world of tomorrow | P2P Foundation*. Disponible en:

<https://blog.p2pfoundation.net/summary-what-p2p-means-for-the-world-of-tomorrow/2007/07/13>

### **BLABLACAR**

**En el texto:** (Es.wikipedia.org, 2016)

**Bibliografía:** Es.wikipedia.org. (2016). *BlaBlaCar*. Disponible en:

<https://es.wikipedia.org/wiki/BlaBlaCar>

### **BOTSMAN, R. Y ROGERS, R.**

*What's mine is yours*

**En el texto:** (Botsman and Rogers, 2010)

**Bibliografía:** Botsman, R. and Rogers, R. (2010). *What's mine is yours*. Editorial: Harper Business.( New York).

### **CANALS MARGALEF, J.**

*Internet, innovación y estrategia de la empresa: lecciones de un fracaso y oportunidades de un futuro*

**En el texto:** (Canals Margalef, 2001, revista "Economía industrial"

**Bibliografía:** Canals Margalef, J. (2001). *Internet, innovación y estrategia de la empresa: lecciones de un fracaso y oportunidades de un futuro*. Disponible en:

<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/01107.pdf>

### **CANALS MARGALEF, J.**

La estrategia de la empresa en la era de internet

**En el texto:** (Canals Margalef, 2001 , revista : ICE: Nuevas tecnologías¿nueva economía? )

**Bibliografía:** Canals Margalef, J. (2001). *La estrategia de la empresa en la era de internet*. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=12623>

### **CAÑIGUERAL BAGÓ, A.**

*Vivir mejor con menos*

**En el texto:** (Cañigueral Bagó, 2014)

**Bibliografía:** Cañigueral Bagó, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Editorial: Conecta.(Barcelona)

### **COMPARTIR COCHE EN ESPAÑA Y EUROPA**

**En el texto:** (BlaBlaCar.es, 2016)

**Bibliografía:** BlaBlaCar.es. (2016). *Compartir Coche en España y Europa*. Disponible en:

<https://www.blablacar.es>

### **COMPARTIR MOLA: LA REVOLUCIÓN COLABORATIVA**

**En el texto:** (compartir mola: la revolución colaborativa, 2014)

**Bibliografía:** *compartir mola: la revolución colaborativa*. (2014). [video] Enrique de Alzaga. **Participantes:**

- Enrique Dans: Experto en Innovación.
- Javi Creus: Experto en Consumo Colaborativo.
- Albert Cañigueral: Experto en Consumo Colaborativo.
- Juan Galiardo: Asesor fiscal.
- OCU: Ilena Izverniceanu.

---

### **CONSUMO COLABORATIVO: PRESTA,DA,PERMUTA,ALQUILA,AHORRA..**

**En el texto:** (Consumo Colaborativo: presta,da,permuta,alquila,ahorra.., 2014)

**Bibliografía:** Consumo Colaborativo: presta,da,permuta,alquila,ahorra.. (2014).

Disponible en:

[http://www.consumocolaborativo.com/wpcontent/uploads/2012/03/201405\\_OCU\\_Consumo\\_colaborativo\\_Mayo2014.pdf](http://www.consumocolaborativo.com/wpcontent/uploads/2012/03/201405_OCU_Consumo_colaborativo_Mayo2014.pdf)

### **COUCHSURFING**

**En el texto:** (Es.wikipedia.org, 2016)

**Bibliografía:** Es.wikipedia.org. (2016). *CouchSurfing*. Disponible en:

<https://es.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>

### **FRESNEDA, C. Y S.L.U., U.**

Compartir más, vivir mejor

**En el texto:** (FRESNEDA and S.L.U., 2014)

**Bibliografía:** FRESNEDA, C. and S.L.U., U. (2014). *Compartir más, vivir mejor.*

(revista) ELMUNDO. Disponible en:

<http://www.elmundo.es/economia/2014/10/17/5440ba1c22601d93188b456d.html>

### **FRESNEDA, C.**

Confianza, la nueva cara de la moneda

**En el texto:** (Fresneda, 2014)

**Bibliografía:** Fresneda, C. (2014). *Confianza, la nueva cara de la moneda.* (revista) el

mundo. Disponible en:

[http://www.consumocolaborativo.com/wpcontent/uploads/2012/03/20140511\\_elmundo\\_ConfianzaLaNuevaMoneda.pdf](http://www.consumocolaborativo.com/wpcontent/uploads/2012/03/20140511_elmundo_ConfianzaLaNuevaMoneda.pdf)

### **MORENO, M.**

*Estratègia i visió global compartida a les societats laborals*

**En el texto:** (Moreno, 2009)

**Bibliografía:** Moreno, M. (2009). *Estratègia i visió global compartida a les societats laborals.* [Barcelona]: Institut per a la Promoció i la Formació Cooperatives.

### **SCHUMACHER, E.F.**

Lo pequeño es hermoso

---

**En el texto:** (Schumacher, Ernst Friedwrich ,1973)

**Bibliografía:** Schumacher, Ernst Friedwrich, 1973. *Lo pequeño es hermoso.* Editorial: Akal.

### **STAY WITH LOCALS AND MAKE TRAVEL FRIENDS | COUCHSURFING**

**En el texto:** (Couchsurfing.com, 2016)

**Bibliografía:** Couchsurfing.com. (2016). *Stay with Locals and Make Travel Friends |*

*Couchsurfing.* Disponible en:

<https://www.couchsurfing.com/>

**VEGA, M.**

La imparable economía colaborativa

**En el texto:** (Vega, 2014)

**Bibliografía:** Vega, M. (2014). *La imparable economía colaborativa*.(revista) EL PAÍS.

Disponible en:

[http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872\\_316865.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html)