

Formulación de un modelo de Negocio de Economía Colaborativa en
Conjuntos Residenciales en la ciudad de Bogotá

Juan Manuel Hernández Acosta
Tesis de Maestría
Director
Darío Mauricio Reyes



Maestría en Gerencia Estratégica del Diseño
Bogotá. D.C., septiembre de 2019.

Nota de Aceptación

Firma Presidente Jurado

Firma Jurado

Firma Jurado

DEDICATORIA

A Dios por todas sus bendiciones, a Mí
Familia por su incondicional apoyo.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sentido agradecimiento para todos aquellos familiares, amigos y conocidos por su: Paciencia, recomendaciones, observaciones. A los docentes de la universidad EAN, que aportaron todos sus conocimientos en la formación profesional y personal.

No hay que adaptarse al cambio, hay que generarlo
Andy Stalman

RESUMEN

La economía colaborativa surge como una posibilidad de desarrollo alternativo, en donde se pueden realizar propuestas de nuevos productos y servicios persona a persona, a la par de los avances tecnológicos que posibilitan la democratización de los modelos económicos; no es un modelo puramente altruista, al contrario, son negocios que generan valor a sus emprendedores. Determina otras formas de consumir, “Menos es mejor”, reutilización de productos, relaciones a base de confianza y trazabilidad digital, en donde el usuario es calificado a través de la reputación del vendedor y comprador, en intercambios, a nueva moneda de este siglo es la confianza.

La economía colaborativa propicia proyectos de emprendimiento, un ejemplo es: Connecting The Dots, un Hub que impulsa, acelera modelos de economía colaborativa, con más de 50 iniciativas a julio 2019 en Colombia, Bogotá representa el 55 % del total.

La investigación es de carácter Mixta: Exploratoria y cuantitativa; a partir de entrevistas con diferentes expertos, que abarcaron los factores de: Ksocial, confianza, legislación de propiedad horizontal, tecnología, dimensiones de oferta y demanda y emprendimiento. Como resultado de esta investigación exploratoria surgieron siete (7) Variables Claves, a partir del análisis cualitativo de la información recolectada en las entrevistas, se desarrolló la propuesta de formulación de un modelo de negocio de la economía colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.

Palabras claves: Economía colaborativa, consumo colaborativo, intercambio, plataformas, confianza, reputación digital, proximidad, participación ciudadana, comunidad.

ABSTRAC

The collaborative economy emerges as a possibility of alternative development, where proposals for new products and services can be made person to person, along with the technological advances that enable the democratization of economic models; It is not a purely altruistic model, on the contrary, they are businesses that generate value for their entrepreneurs. Determine other ways of consuming. “Less is better, product reuse, relationships based on trust and digital traceability, wheres the user is qualified through the reputation of the seller an buyer, in exchanges, to new currency of this century it is trust. It provides collaborative projects, where contributions dependent on disruptive results are valued. There are also legal barriers tan can delay the evolution of the economic model.

The collaborative economy foster entrepreneurship projects, an example is: Connecting The Dots, a Hub that drives, accelerates models of collaborative economy, with more than 50 initiatives to July 2019 in Colombia, Bogotá represents 55% of the total.

The research is mixed: Exploratory and quantitative; based on interviews with different experts, which covered the factors of: Ksocial, trust, horizontal property legislation, technology, supply and demand dimensions and entrepreneurship. As a result of this exploratory research, seven (7) Key Variables emerged, based on the qualitative analysis of the information collected in the interviews, the proposal for the formulation of business model of the collaborative economy in residential complexes in the city of Bogotá was developed.

Keywords: Collaboration economy, collaborative consumption, exchange, platforms, Trust, digital reputation, proximity, citizen participation, community.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	15
1.1. Antecedentes	15
1.2. Planteamiento del Problema.....	17
1.3. Objetivos de la Investigación.....	17
1.4. Hipótesis.....	18
1.5. Justificación.....	18
2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Evolución hasta la economía Colaborativa.....	21
2.1.1. Contexto histórico de la economía.....	21
2.1.2. Economía de Proximidad.....	23
2.2. Economía Colaborativa.....	26
2.2.1. Modelos de Economía Colaborativa.....	33
2.2.1.1. Modelo CoCoMaFiGoSi.....	33
2.2.1.2. Modelos de consumo Colaborativo.....	34
2.2.1.2.1. Mercados de Redistribución.....	34
2.2.1.2.2. Basados en Producción.....	35
2.2.1.2.3. Estilos de vida Colaborativos.....	35
2.2.2. Clases de Relaciones entre Usuarios.....	36
2.2.3. Clasificación por sectores de la Economía Colaborativa	
Por actividad.....	37
2.2.4. Factores, variables de la economía Colaborativa.....	44
2.2.4.1. Factor Tecnología: Plataforma.....	44
2.2.4.2. Factor Confianza.....	48
2.2.4.2.1. Reputación Digital.....	49
2.2.4.3. Factor Económico.....	51

2.2.4.3.1. Economía colaborativa en el Mundo.....	51
2.2.4.3.2. Economía colaborativa en Latinoamérica Y el caribe.....	53
2.2.4.3.3. Economía Colaborativa en Colombia.....	54
2.2.4.3.3.1. Plataformas colaborativas en Colombia.....	64
2.2.4.4. Factor Legal de la Economía Colaborativa.....	64
2.2.5. Ciudades Colaborativas.....	67
2.3. Conclusiones Marco Teórico.....	68
3. CONTEXTO ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.....	71
3.1. Contexto Demográfico.....	72
3.1.1. Conjuntos Cerrados.....	72
3.1.2. Crecimiento de conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.....	74
3.1.3. Situación Socioeconómica.....	76
3.2 Capital Social	77
3.2.1 Capital Social – Confianza.....	77
3.3. Marco Legal.....	80
3.3.1. Propiedad Horizontal.....	80
3.4 Tecnología	81
4. METODOLOGÍA.....	84
4.1. Diseño de investigación.....	85
4.2. Fases de Investigación.....	85
4.3. Instrumentos de investigación.....	86
5. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN.....	89
5.1. Entrevista a Expertos.....	90
5.1.1 Hallazgos entrevistas a Expertos.....	92
5.1.2. Conclusiones entrevistas a Expertos.....	100
5.2. Resultados encuesta residentes de conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.....	101
5.2.1. Descripción de la muestra.....	101

	10
5.2.2 Diseño.....	101
5.2.3. Datos.....	102
5.2.4. Conclusiones de la encuesta.....	116
6. PROPUESTA: FORMULACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN CONJUNTOS RESIDENCIALES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.....	118
6.1. Hallazgos: Por factor de la investigación para la formulación del modelo de negocio.....	119
6.2. Modelo Propuesto.....	121
6.2.1. Ventajas de Modelo de Plataforma.....	122
6.2.2. Productos y Servicios del modelo.....	124
6.2.3. Modelo de Ingresos.....	125
6.2.4. Modelo de Negocio.....	127
6.2.5. Mapa de Negocio.....	131
6.2.6. Estructura Organizacional.....	132
6.2.7. Estrategia de Marca.....	133
6.2.8. Service Blueprint.....	135
7.CONCLUSIONES.....	139
8.FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	141
9.REFERENCIAS.....	142
10.ANEXOS	
Anexo1: Cuestionarios preguntas expertos.	
Anexo 2. Aprobaciones expertos uso de información.	
Anexo 3. Preguntas realizadas encuestas	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Relación del individuo con el espacio, la proximidad y la sociedad.....	24
Figura 2: Dimensiones de Proximidad.....	24
Figura 3: Número de usuarios de Internet en el mundo.....	30
Figura 4: Motores de la economía colaborativa.....	31
Figura 5: Modelo CoCoMaFiGoSi.....	33
Figura 6: Sistemas de Consumo Colaborativo.....	34
Figura 7: Ecosistema Economía Colaborativa.....	44
Figura 8: Distribución porcentual de los usuarios participantes en Economía Colaborativa en 2014 a nivel mundial, por tipo de industria.....	52
Figura 9: Previsión de ingresos en la Economía Colaborativa (Millones).....	52
Figura 10: Número, capitalización de mercado y empleados de plataformas de Economía Colaborativa por región (2016).....	53
Figura 11: Comportamiento iniciativas Economía Colaborativa en Latinoamérica.....	53
Figura 12: Categorías de Economía Colaborativa.....	55
Figura 13: Desafío en torno a los marcos regulatorios.....	65
Figura 14: Las cuatro miradas de las ciudades colaborativas.....	67
Figura 15: Mapa de Bogotá división por Localidades.....	72
Figura 16: Crecimiento de Conjuntos Residenciales.....	74
Figura 17: por tipo áreas construidas en Bogotá.....	75
Figura 18: Proyección de Personas, Hogares y Vivienda (2005, 2016, 2030,2050).....	75
Figura 19: Cifras Económicas de Bogotá.....	76
Figura 20: Matriz de calificación comparativa por ciudades 2017.....	78
Figura 21: Comportamiento del círculo de confianza de las personas.....	79
Figura 22: Porcentaje de Hogares con Computador y acceso a Internet en Bogotá- Colombia (2010-2018).....	82
Figura 23: Principales estadísticas de teletrabajo en Bogotá. 2012 –2018.....	82
Figura 24: Usted Vive en conjunto residencial.....	102
Figura 25: Indique su Género.....	102

Figura 26: Indique su Edad.....	103
Figura 27: Indique su Nivel de Educación.....	103
Figura 28: Ocupación.....	103
Figura 29: En Qué Localidad está ubicado.....	104
Figura 30: Mapa de la ubicación de las personas encuestadas por Localidad.....	104
Figura 31: Estrato.....	105
Figura 32: ¿Estaría dispuesto a vender un producto o servicio dentro su conjunto residencial?.....	105
Figura 33: ¿Qué producto o servicio vendería.....	105
Figura 34: Servicios Profesionales x Tipo de Asesoría.....	106
Figura 35: Alimentos x Tipo.....	106
Figura 36: Servicios x Tipo.....	106
Figura 37: Educación x Tipo.....	107
Figura:38 Productos x Tipo.....	107
Figura 39: ¿Estaría dispuesto a comprar un producto o servicio dentro de su conjunto residencial?.....	107
Figura 40: Qué producto o servicio compraría?.....	108
Figura 41: Alimentos x Tipo.....	108
Figura 42: Servicios Profesionales x Tipo Asesoría.....	108
Figura 43: Educación x Tipo de Clases.....	109
Figura 44: Productos x Tipo	109
Figura 45: ¿Usted ha realizado alguna vez un trueque o intercambio de un Producto o servicio?.....	109
Figura 46: Porcentaje de personas que Han realizado Trueque por tipo de Productos y Servicios.....	110
Figura 47: Productos x Servicios x Tipo.....	110
Figura 48: Servicios Profesionales x Asesoría	110
Figura 49: Educación x Clases.....	111
Figura 50: Servicios x Tipo.....	111

Figura 51: A la hora de comprar un producto o servicio, que tan importante ¿Es el nivel de cercanía a su lugar de Residencia?.....	111
Figura 52: Ha usado: ¿Plataformas, App para compra de productos o servicios?.....	112
Figura 53: Escoja el nivel de frecuencia a través de: Plataformas, App.....	112
Figura 54: Cuando requiere Domicilios, a través de que medio los solicita.....	112
Figura 55: Usted conoce a sus vecinos del mismo Piso en donde reside?.....	113
Figura 56: Indique que tanto confía en sus vecinos. Califique.....	113
Figura 57: Indique que tanto confía en la administración de su conjunto residencial.....	113
Figura 58: Usted participa en actividades comunitarias, colaborativas, Recreativas, ¿dentro del conjunto residencial en donde reside?.....	114
Figura 59: Detalle actividades que participan.....	114
Figura 60: Qué canal de comunicación usan entre vecinos y La administración en el conjunto residencial.....	115
Figura 61: ¿Usted estaría dispuesto a compartir viaje en su vehículo dentro de la ciudad, con sus vecinos??.....	115
Figura 62: Conoce el concepto de Economía Colaborativa?.....	116
Figura 63: Hallazgos por factor de la investigación para la formulación del modelo de negocio.....	119
Figura 64: Intercepción de círculos radiales de Confianza y Proximidad.....	120
Figura 65: Boceto de Modelo Economía Colaborativa en conjuntos residenciales.....	121
Figura 66: Estrategias en diseño de productos Digitales.....	122
Figura 67. Clasificación de grupos de interés según poder, legitimidad y urgencia.....	123
Figura 68. Modelo de Negocio Economía Colaborativa en Conjuntos Residenciales.....	126
Figura 69: Mapa de Negocio.....	131
Figura 70: Organigrama estructura Plataforma.....	132
Figura 71: Propuesta iniciales Logo Marca.....	133
Figura 72: Logo final Propuesta Plataforma.....	134
Figura 73: Service BluePrint.....	135

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de proximidad en la dimensión No geográfica.....	25
Tabla 2: Definiciones Economía Colaborativa Autores.....	27
Tabla 3: Diferencias entre modelo económico convencional y modelo Económico colaborativo.....	30
Tabla 4: Plataformas según modelos de ingresos.....	46
Tabla 5: Empresas por categoría en Colombia.....	56
Tabla 6: Instrumentos y Metodología de la Investigación.....	88
Tabla 7: Perfil expertos entrevistados.....	91
Tabla 8: Productos y Servicios del modelo de Economía Colaborativa En Conjuntos Residenciales.....	124
Tabla 9: Modelo de Ingresos.....	125
Tabla 10: Matriz Integradora Service BluePrint + Modelo de Negocio Canvas.....	138

1. INTRODUCCIÓN.

1.1. Antecedentes

Aunque la mayoría de los autores y estudiosos de la misma sitúan el nacimiento del concepto de la economía colaborativa alrededor del año 2007 (tras un artículo de Ray Algar, consultor, para Leisure Report denominado; Collaborative Consumption) y su popularización a través de los libros “What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption”³ de Rachel Botsman y Roo Rogers o “The Zero Marginal Cost Society: the Internet of Things, the Collaborative Commons and the Eclipse of Capitalism” de Jeremy Rifkin, lo cierto es que, en puridad, el fenómeno es mucho más antiguo. (Navío & Santaella, 2014).

Ya en la antigüedad, el ser humano realizaba, mientras vivía en pequeñas comunidades, trueque de servicios o productos, que ocasionalmente se extendía a las comunidades cercanas. Estos mecanismos de intercambio se han mantenido vigentes en las pequeñas comunidades (barrios con fuerte identidad o rurales), más acentuados en aquellas con problemas de crisis económica o escasez de dinero.

En comunidades homogéneas en donde se dan intercambios de servicios y productos, que generan economías cooperativas. Estas son algunas cifras de economía colaborativa:

Según estimaciones del Banco Mundial, moverá 235.000 millones de dólares en el año 2025. En el informe elaborado por la escuela de negocios IE Business School en colaboración con el banco interamericano de desarrollo (BID, 2016) y el ministerio de Economía y Competitividad español, publicado en abril de 2016, se presentan las cifras más representativas de la economía colaborativa.

En la primera parte se desarrollan los conceptos de economía colaborativas desde la visión de diferentes autores, abordando las variables y modelo del ecosistema. Las cifras globales, Latinoamericano y el contexto colombiano, de la economía colaborativa, la economía de proximidad, descripción de las empresas más significativas y por último el

concepto de ciudades colaborativas.

En el capítulo 3, se abordó el marco referencial, por cada uno de los factores de la economía colaborativa en Bogotá: Confianza, Mercado, Tecnología y legislación de propiedad horizontal.

En el capítulo 4 y 5, se desarrolla la metodología, análisis y conclusiones de la investigación cualitativa a partir de entrevistas con diferentes expertos relacionados con: Economía Colaborativa, Capital Social, propiedad horizontal y emprendimiento de Carpooling. Como resultado de esta investigación exploratoria se establecieron 7 variables claves, traducidos en hallazgos relacionados con los factores requeridos en un modelo de economía colaborativa. Por otro lado, se dio el desarrollo de campo en la investigación a través de una encuesta a los cohabitantes de conjuntos residenciales, cuyo objetivo fue validar los factores de la economía colaborativa presentes.

En capítulo 6, tiene como objetivo el desarrollo de la propuesta de formulación del modelo de negocio de economía colaborativa en conjuntos residenciales. Al final están las conclusiones y futuras líneas de investigación.

1.2. Planteamiento del Problema

El problema se fundamenta en la formulación de nuevos modelos de negocio entorno a la economía colaborativa que han venido creciendo en Colombia; en estos modelos se desarrollan, intercambian bienes y servicios subutilizados.

Este trabajo está enfocado en el análisis de los factores, variables presentes en el ecosistema de la economía colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá. El problema se centra en que estos modelos se han implementado en los ecosistemas económicos de manera informal; esto se asocia a los niveles de informalidad que alcanzó en Bogotá D.C., el 42,1% al mes de julio de 2019. La Capital de la República tiene cerca al 68 % de sus habitantes concentrados en viviendas de propiedad horizontal generalmente conjuntos residenciales, por lo que Bogotá continúa su crecimiento de vivienda en altura,

las casas tradicionales cada vez son menos y los conjuntos residenciales siguen creciendo, es allí en donde se generan intercambios económicos, trueques; situación genera una oportunidad en el desarrollo de nuevos modelos de negocio en el ecosistema de la economía colaborativa.

La importancia y potencial de la economía colaborativa es que puede ser un instrumento eficaz para enfrentar el problema de la desigualdad. Los modelos de negocio digitales pueden abrir las puertas a oportunidades de inclusión social y económica. Esto se logra debido a que con ella se promueve la creación de redes de pequeñas empresas, comunidades y mercados digitales permiten que casi cualquier ciudadano pueda convertirse en oferente de bienes y servicios, con pocas barreras de entrada, a cambio de una remuneración" (Buenadicha Sánchez & Cañigüeral Bago, 2017)

Por otro lado, esta modalidad promueve una mayor autosuficiencia de comunidades locales para utilizar eficientemente sus escasos recursos. En este aspecto es importante volver a considerar la diversidad de actores en la Economía Colaborativa que van mucho más allá de las grandes empresas nacientes. En lo local y lo comunitario es seguramente donde existe una mayor posibilidad de impacto social de este tipo de economía, dado que permite satisfacer una necesidad social a la vez que genera una oportunidad económica.

El nuevo poder es la participación masiva y la coordinación entre iguales para crear valor, construyendo la confianza entre los ciudadanos.

1.3. Objetivos de la Investigación.

Objetivo General.

- Analizar los factores, variables necesarias para formular un modelo de negocio de economía colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos:

- Identificar las variables socioeconómicas de oferta y demanda productos dentro de los conjuntos residenciales.
- Analizar el nivel de proximidad de la economía popular y la economía colaborativa.
- Formular un modelo de negocio economía colaborativa para conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.

1.4. Hipótesis.

La investigación al ser de carácter cualitativo plantea una hipótesis abierta para ser respondida con base en los datos de observación y análisis:

H1: Existen los factores, variables de la económica colaborativa en los conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá, para formular un modelo de negocio.

1.5. Justificación.

De acuerdo con un artículo de la revista Time (Walsh, 2011), el consumo colaborativo es una de las 10 grandes ideas que cambiarán el mundo. El columnista del New York Times, Thomas Friedman, considera que la economía colaborativa “crea nuevas formas de emprender y también un nuevo concepto de la propiedad”. En Bogotá también se está desarrollando, un ejemplo es la Connecting The Dots, un Hub que impulsa, acelera modelos de economía colaborativa, con más de 50 iniciativas a julio 2019. También se observa esta dinámica en el uso de plataformas como Uber, Airbnb, Rappi.

Bogotá tiene una oportunidad teniendo en cuenta el crecimiento de conjuntos residenciales en los últimos 9 años paso de: 58 % en el 2010 al 70% para el 2018. (Catastro Bogotá, 2019), es un mercado potencial en donde se desarrollan intercambios económicos; por supuesto el desempleo que supera el 10 % y el de nivel informalidad alcanzó en Bogotá D.C., el 42,1% al mes de julio de 2019 (DANE, 2019).

Pese a que una tercera parte de los hogares en Bogotá no cuenta con acceso a internet, la capital del país sobresale en el contexto de América Latina y el Caribe, como una de las urbes con mayor tasa de penetración de este servicio, indicador calculado por la Encuesta Multipropósito 2017 en 67,2%. Para la región, con corte a 2016, el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- estimó en 44% la media de este indicador, y en 54% la media identificada para los países integrantes del Cono Sur.

Un total de 63.995 personas laboran a través de teletrabajo está en Bogotá, volumen equivalente al 1,6% del total de ocupados de la ciudad.

Estos datos permiten concluir ir que Bogotá a la vanguardia en temas digitales y acceso a tecnología; que propician un entorno adecuado para el desarrollo económico y de emprendimiento y se pueden disminuir las brechas sociales a través de modelos como la economía Colaborativa.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Evolución hasta la economía Colaborativa.

La economía colaborativa está aún en evolución, es por ello, que se presentará la transformación y desarrollo de los modelos económicos más importantes hasta hoy en el mundo.

2.1.1. Contexto histórico de la economía.

Economía es aquella rama de las ciencias que estudia el comportamiento humano en la solución del problema de escasez. El problema surge porque el mundo real no es el paraíso terrenal, donde no era necesario buscar alimentos, protección y abrigo. Por el contrario, el mundo real se caracteriza porque los elementos con que los hombres cuentan para hacer frente a sus necesidades están limitados y es esta limitación la que determina la existencia o no en el diario vivir.

El ser humano a través de las necesidades ha desarrollado diferentes modelos económicos que le permita el intercambio de bienes y servicios.

En 1776, se publica *La riqueza de las naciones*, el autor Adam Smith; en esta obra de la economía moderna, se centra en el ser humano como centro del modelo económico, el individualismo egoísta en la búsqueda de riqueza, La División del trabajo, como generadora de excedentes; la propiedad más sagrada es el trabajo. El libre mercado se regula a si mismo entre a la oferta y la demanda, precio de mercado, libertad natural en donde se eliminan todos los sistemas preferenciales, perseguir sus intereses competir contra todos los hombres, sus conocimientos y capital. El estado no debe intervenir en la regulación del mercado, más bien debe facilitar que se den las condiciones de oferta y demanda. (Cifuentes , 1997)

En 1930, se da una crisis del modelo de Adam Smith y John Maynard Keynes, propone cambios en las políticas económicas: ¿Quién es Keynes? (Economía Nivel Usuario, 2013) El sistema capitalista no tiende a un equilibrio de pleno empleo de los factores productivos,

sino hacia un equilibrio que solo de forma accidental coincidirá con el pleno empleo, Su obra principal, Teoría general del empleo, el interés y el dinero, trató sobre sus opiniones sobre el empleo, la teoría monetaria, y el ciclo de comercio, entre otros temas. Su obra dedicada al empleo se oponía a todo lo que los economistas clásicos habían enseñado. Keynes decía que la causa real del desempleo era el insuficiente gasto en inversión. Él creía que la cantidad de trabajo entregada es diferente cuando el decremento en los salarios reales (el producto marginal del trabajo) se debe al decremento del salario monetario, que en el caso cuando se debe a un incremento del nivel de precios, asumiendo que el salario monetario se mantenga constante.

El mercado no se regula por sí mismo, el gobierno lo regula, estado de bienestar o benefactor, derechos de trabajo, salud, educación. El estado intervenir con su política fiscal, el estado crea, nivel de empleo está determinado por la producción y la producción está estimulada por la compra de bienes y servicios, fomentando el consumo.

(Tarina , 2010), afirma que la economía ha estado secuestrada en los últimos 150 años por dos posiciones encontradas y complementarias de gestión económica y organización administrativas. El Sector Público y el Sector Privado.

En Colombia el Tercer Sector es una fuerza enmarcada en la economía social y la filantropía que opera por fuera del aparato estatal, que no persigue beneficios lucrativos y que es abierta a que las personas, pertenezcan o no a ellas.

Sin embargo, uno de los logros que claramente se percibe es que el Tercer Sector ha actuado en la apertura de un camino, en el sentido de mostrar a la sociedad o a los propios gobiernos realidades complejas y difíciles de entender o de comprender.

La Universidad Johns Hopkins de Baltimore propuso en un estudio comparativo internacional cinco criterios clave que determinan los rasgos básicos que deben poseer una institución u organización para convertirse en una ESAL.

Estos cinco criterios fueron posteriormente asumidos por la ONU en la publicación *The Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts*, y son los siguientes:

- Estar organizada formalmente.
- Ser privada.
- Ausencia de ánimo de lucro.
- Disfrutar de la capacidad de autocontrol institucional de sus propias actividades.
- Con un marcado grado de participación voluntaria, lo que quiere decir, por una parte, que la participación o no de sus miembros ha de depender de la libre voluntad de estos y no de imposiciones externas.

2.1.2. Economía de Proximidad.

La migración de los asentamientos rurales a las grandes ciudades es un fenómeno que ha permitido reducir las distancias (proximidad) entre productores y consumidores de bienes y servicios, como consecuencia se maximizan los beneficios y disminuyen los costos, desarrollando economías de escala. La proximidad entendida desde el punto de vista espacial se podría definir:

Tanto distancia como proximidad son conceptos relacionales, que requieren dos elementos geográficos: origen y un destino. Sin embargo, la proximidad es una característica de la distancia- la escasez de distancia, o la distancia pequeña y no es medida en unidades estándar como metros o kilómetros: No existe un criterio que nos diga cuantos metros comprende la proximidad, o partir de cuantos kilómetros estamos hablando de lejanía. La proximidad depende de un punto de vista que, a través de una valoración subjetiva, evalúa la distancia cómo próxima o lejana. (Marquet Sardá, Julio). En la figura: 1, se observa la relación del individuo con el espacio, la proximidad y la sociedad.

Figura 1: Relación del individuo con el espacio, la proximidad y la sociedad

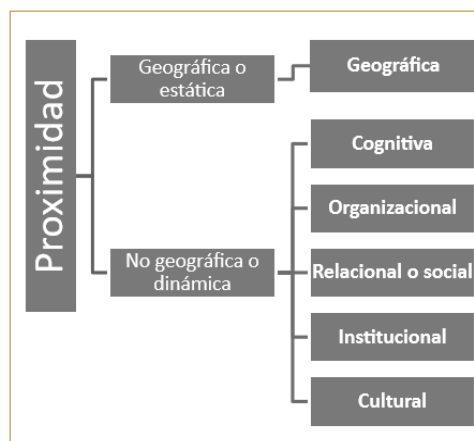


Fuente: (Marquet Sardá, Julio)

La existencia continua de ciudades en nuestra historia es la evidencia directa que las fuerzas de atracción tienden a superar las fuerzas de dispersión y que los rendimientos crecientes que dan la fuerza a la ciudad son posibles gracias a la intensificación de los flujos económicos que genera la proximidad. (Marquet Sardá, Julio).

La economía de proximidad multiplica los flujos económicos y a la vez posibilita y facilita la interacción cara a cara. (Marquet Sardá, Julio). La escuela de la proximidad identifica dos dimensiones: la geográfica o estática y la No geográfica y dinámica.

Figura 2: Dimensiones de Proximidad



Fuente: (Gutiérrez, 2016)

Al considerar la dimensión geográfica estática se tiene:

- Este tipo de proximidad va más allá de la baja distancia espacial, dado que la distancia es subjetiva ¿quién define, ¿quién o qué es próximo a quién o qué?
- Debe distinguirse entre proximidad geográfica y Co-localización permanente.
- La proximidad geográfica puede obtenerse momentáneamente con movilidad.
- Las relaciones no - económicas están ligadas al territorio (por ejemplo, iglesia, colegio). (Gutiérrez, 2016).

A continuación, se presenta los tipos de proximidad en la dimensión No geográfica

Tabla 1: Tipos de proximidad en la dimensión No geográfica

Tipo	Autores	Características
Relación Social	Madiés y Prager, 2008; Autant Bernard et al. 2007	-Conexiones entre los diferentes actores que participan en el proceso de innovación. -Desarrollo de procesos colaborativos. -Redes formales y socioafectivas -Comparten recursos materiales y cognitivos. -Relacionada con el aprendizaje colectivo y la cohesión del sistema.
	Torré y Gilly, 2000; Torre y Rallet, 2005; Moore, 2006, Lagendijk y Lorentzen, 2007	-Capacidad que ofrece una organización para hacer interactuar a sus miembros. Pertenencia (Se tiene el mismo marco de reglas y de rutinas; por tanto, se comparten las mismas representaciones) -Similitud (relacionada con las creencias y saberes comunes). -Mecanismos y arreglos organizacionales que coordinan la transferencia de conocimientos.
Institucional	Talbot, 2010, 2011; Velázquez Durán, 2008; Ponds, van Ooarty Frenken (2007)	-Relacionado con los mecanismos de regulación. - Corresponde al conjunto de normas, convenciones, valores, expectativas y rutinas culturalmente compartidas. -Regula las relaciones entre los actores sociales. - Disminuyen la incertidumbre.
Cultural	Boschma (1999), Hussler (2004), Wang et al. (2014)	-Está relacionada con creencias, visiones del mundo, valores históricos.

Fuente: (Gutiérrez, 2016)

Se trata finalmente de una proximidad del tipo cognitivo: el consumidor tiene por experiencia personal, o por experiencia de otros considerados como legítimos en el campo, un conocimiento de las condiciones de producción del producto por lo cual se considera

capaz de medir su calidad. Este enfoque queda particularmente relevante por ejemplo en el caso de los productos alimenticios, con la importancia de garantías de origen o de elaboración del producto: el protagonismo del hogar en el proceso cocinero, tal como los lienzos específicos que los consumidores mantienen, al menos al nivel simbólico, con rasgos culturales y regionales de la alimentación, asegura que el consumidor tenga confianza, o en una determinada garantía de origen basada en este conocimiento, o en un determinado abastecedor con el cual comparte rasgos culturales, étnicos etc. (BRICAS N., 1995).

2.2. Economía Colaborativa.

Esta evolución en la economía se ha dado por la necesidad de la raza humana por sobrevivir, desarrollando nuevos productos y servicios a través de tecnologías ha permitido el surgimiento de representación de nuevos modelos económicos como la economía colaborativa.

La economía colaborativa irrumpe en el mundo como alternativa complementaria a los modelos actuales económicos de forma disruptiva desarrollando productos y servicios que permiten el crecimiento de nuevas compañías. bajo tres premisas: generación de redes de usuarios, clientes, a través de la tecnología, intercambio de bienes, servicios y conocimiento, afianzamiento de la confianza entre los usuarios clientes. Diaz (2015) afirma "que se están Reinventando productos y mercados: Mercados existentes de mejor calidad, productos innovadores y servicios que resuelven necesidades sociales"

El término fue utilizado por primera vez por Ray Algar en el artículo del mismo título publicado en el boletín Leisure Report de abril de 2007. El concepto de consumo colaborativo comenzó a popularizarse en 2010 con la publicación del libro *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. (Bostman, 2010)

"De forma amplia, se puede definir la Economía Colaborativa como el conjunto de actividades económicas y sociales en las cuales los agentes ponen a disposición activos, bienes o servicios infrautilizados, sin transferir la propiedad, a cambio o no de un valor

monetario, por medio de la participación en plataformas digitales no anónimas y, en particular, empleando internet," De Molina (2016, p.35).

BID (2017), Si bien no existe una definición única y acordada de "EC", varios grupos de expertos y autores han realizado sus aportes para intentar conceptualizar el término. Botsman (2013) plantea que "la economía colaborativa es una economía basada en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados, distinta de los modelos tradicionales centralizados, que está transformando la forma en que producimos, consumimos, financiamos y aprendemos".

Por su parte, OuiShare, una comunidad global especializada en EC, en 2016 definió a la EC como "las prácticas y los modelos económicos basados en estructuras horizontales y comunidades que transforman nuestra manera de vivir, trabajar y crear". Se abarca el consumo, al aprendizaje, el mundo Maker y de la producción digital, el conocimiento abierto e incluso nuevos modelos organizativos y de intercambio de valor. Y la Comisión Europea, en su presentación de la Agenda Europea para la economía colaborativa (Comisión Europea, 2016), la define como "modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares".

En la siguiente tabla, se presentan algunos autores que definen la económica colaborativa como:

Tabla 2: Definiciones Economía Colaborativa Autores

Concepto	Autor	Año	Definición
Economía Colaborativa	Raquel Bostman/Kaplan	2010	La economía colaborativa es una economía basada en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados, distinta de los modelos tradicionales centralizados, que está transformando la forma en que producimos, consumimos, financiamos y aprendemos.
Consumo Colaborativo	Real Academia Española	2011	Hecho de trabajar con otra u otras personas utilizando o consumiendo bienes y servicios para la satisfacción de unas necesidades personales o grupales.
Economía Colaborativa	OuiShare	2014	“las prácticas y los modelos económicos basados en estructuras horizontales y comunidades que transforman nuestra manera de vivir, trabajar y crear”.
Economía Colaborativa	Jeremiah Owyang	2016	Es un modelo económico donde la gente crea y comparte bienes, servicios, espacio y dinero con otras personas
Economía Colaborativa	Comité Económico y Social Europeo	2016	Como un modelo sostenible para el siglo XXI, que promueve valores cooperativos y que supone una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en casos de necesidad

Concepto	Autor	Año	Definición
Consumo Colaborativo	Albert Cañigueral Bagó	2014	El consumo colaborativo propone compartir los bienes frente a poseerlos, y focalizarse en poner en circulación todo aquello que ya existe.
Economía Colaborativa	Albert Cañigueral Bagó	2014	Una economía basada en el intercambio y la apertura, apoyándose en redes y comunidades horizontales

Fuente. Elaboración propia a partir de las definiciones autores 2019.

Para el ejercicio en el desarrollo de la investigación se adoptará la definición de Botsman de económica colaborativa, a través de sus siglas: ¹EC “La economía colaborativa es una economía basada en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados, distinta de los modelos tradicionales centralizados, que está transformando la forma en que producimos, consumimos, financiamos y aprendemos”.

¹ EC: Economía Colaborativa.

Tabla 3: Diferencias entre modelo económico convencional y modelo económico colaborativo.

Economía de Mercado Convencional	Economía de mercado No convencional
Hiperconsumo	Consumo responsable o sostenible
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
B2B	P2P

Fuente: (Cañigual, 2014)

Figura 3: Número de usuarios de Internet en el mundo



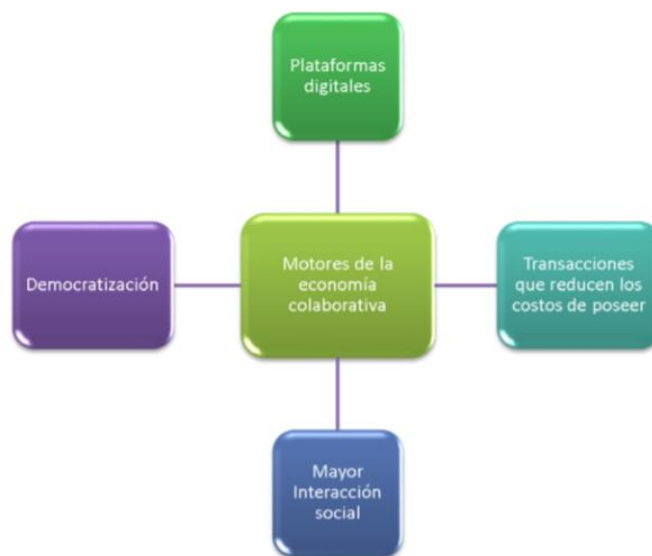
Fuente: (Wearesocial, 2018)

El nuevo conjunto global de informes digitales 2018 de We Are Social y Hootsuite revela que ahora hay más de 4 mil millones de personas en todo el mundo que utilizan Internet.

Más de la mitad de la población mundial está ahora en línea, con los últimos datos que muestran que casi un cuarto de billón de nuevos usuarios se conectó por primera vez en 2017. África ha registrado las tasas de crecimiento más rápidas, con la cantidad de usuarios de Internet en todo el mundo. El continente crece más del 20 %, año con año. (Wearesocial, 2018).

La confluencia en el siglo XXI entre la filosofía colaborativa y las nuevas tecnologías ha generado las fuertes sinergias que están en la base del desarrollo explosivo de la nueva economía colaborativa. Así, aparecen compañías y empresas en el ámbito del consumo colaborativo, las finanzas, los sistemas de intercambio, etc. que satisfacen necesidades muy dispares. (The Ostelea, 2016). Dentro de este desarrollo se presenta los motores de economía Colaborativa:

Figura 4: Motores de la economía Colaborativa



Fuente. (Velásquez Gómez & Martínez Meza, 2018)

- Plataformas digitales. el factor desencadenante de la revolución digital a la que hoy asistimos y la que ha permitido la germinación de los modelos de negocio colaborativos más exitosos que conocemos hoy en día, pues desde la llegada del internet que permitió expandir las fronteras físicas de la civilización humana, ya que la posibilidad que dio esta tecnología de interconexión de personas y luego de todas las relaciones que estas pueden entablar bien sea de naturaleza financiera, social, política o jurídica.
- Mayor interacción social, con la consolidación del internet y el desarrollo de aplicativos para su infraestructura, como las redes sociales, el correo electrónico, el protocolo de intercambio de información P2P (Peer to Peer) y los mecanismos de comunicación que permitieron generar toda una serie de cambios al modelo social de interacción personal.
- Democratización, entendiendo este concepto como un proceso de liberación de todo aquello lo que las tecnologías de la información y la comunicación han podido impactar, es decir la mayoría de las actividades cotidianas de la vida del ser humano, donde se pasa de un escenario autoritario.
- Transacciones que reducen el costo de poseer, con la transición de espacios físicos operados a través de la presencialidad por espacios digitales, en donde la presencia remota desde cualquier dispositivo tecnológico con acceso a internet puede entrar a relacionarse bien sea con una persona, un bien o servicio o una institución, lo que ha permitido reducir exponencialmente los costos de operación de los modelos de negocio que se conocían tradicionalmente. (Velásquez Gómez & Martínez Meza, 2018).

2.2.1. Modelos de Economía Colaborativa.

2.2.1.1. Modelo CoCoMaFiGoSi.

Figura 5: Modelo CoCoMaFiGoSi



Fuente. (The Ostelea, 2016)

El modelo CoCoMaFiGoSi nos permite visualizar hasta qué punto la economía colaborativa abarca cuatro campos principales:

- El consumo.
- El conocimiento.
- El desarrollo tecnológico.
- El gobierno.

Sin embargo, otras formas gráficas de expresar dicha expansión, como la de los “panales de la economía colaborativa” resultan todavía más ilustrativas.

Hoy en día la economía colaborativa está ya plenamente expandida en todos los sectores económicos y, en este sentido, está alcanzando, tras una primera fase expansiva, una

segunda fase de consolidación. Podemos pues decir que la economía colaborativa ya es un modelo de economía madura o está muy cerca de serlo. (The Ostelea, 2016).

2.2.1.2. Modelos de consumo Colaborativo.

De acuerdo a la autora Bostman, estos son los modelos de consumo de economía colaborativa.

Figura 6: Sistemas de Consumo Colaborativo.



Basados en Productos Mercados de Redistribución Estilos de vida Colaborativas

Fuente. (Bostman, 2010)

2.2.1.2.1. Mercados de Redistribución

Los sistemas de mercados de redistribución son un tipo de Consumo Colaborativo, que se fundamenta en el principio de que algo que deja de ser útil para una persona puede ser de interés y utilidad para otra, es decir redistribuir bienes que no son utilizados hacia lugares y personas donde van a ser utilizados. Este modelo o sistema está apoyado sobre los motivos explicados en el apartado anterior, pero en mayor medida, sobre los motivos medioambientales, poniendo en práctica los principios de reciclar, reutilizar y reducir, explicados con anterioridad para la conservación y preservación del medioambiente. Además, dentro de los mercados de redistribución podemos encontrar diferentes subcategorías o subtipos de mercados de redistribución, dependiendo de las condiciones en que dicha redistribución de bienes se realice. La primera categoría englobaría a la

redistribución de bienes que se realiza de forma gratuita, es decir, regalar un bien que no utilizas a otra persona que lo necesita y le es de utilidad sin obtener nada a cambio.

Además, dentro de los mercados de redistribución podemos encontrar diferentes subcategorías o subtipos de mercados de redistribución, dependiendo de las condiciones en que dicha redistribución de bienes se realice.

La primera categoría englobaría a la redistribución de bienes que se realiza de forma gratuita, es decir, regalar un bien que no utilizas a otra persona que lo necesita y le es de utilidad sin obtener nada a cambio.

La segunda categoría incluiría a todos aquellos intercambios por los que obtienes dinero a cambio, es decir, una persona vende un bien usado y otra se lo compra por una cantidad monetaria.

La tercera categoría de mercados de redistribución estaría compuesta por aquellos intercambios de bienes entre personas. A diferencia de la categoría anterior, en este caso el intercambio es de bienes por ambas partes, sin intercambios monetarios en el proceso, lo cual se fundamenta en los principios de la economía de trueque. (Alonso Pelàez, 2014)

2.2.1.2.2. Basados en Producción

Este tipo de sistema de Consumo Colaborativo basado en productos está muy relacionado con el modelo explicado con anterioridad, sistemas de mercados de redistribución. Este sistema se diferencia del anterior en que, en vez de comprar, regalar o intercambiar bienes, se basa en facilitar el acceso a bienes tangibles para cubrir necesidades sin necesidad de adquirir o de poseer dichos bienes. Este tipo de sistemas o Mercados. (Alonso Pelàez, 2014)

2.2.1.2.3. Estilos de vida Colaborativos.

El caso de los estilos de vida colaborativos está muy relacionado con los diferentes sistemas explicados con anterioridad, solo que este se diferencia del resto en que no existen

bienes materiales, todas las acciones incumben a elementos intangibles. De modo que según (Bostman, 2010), podemos definir el modelo de estilos de vida colaborativos y como “un grupo de personas con intereses comunes que comparten o intercambian bienes intangibles como el tiempo, el espacio o los conocimientos, entre otros muchos elementos”. (Alonso Pelàez, 2014).

2.2.2. Clases de Relaciones entre Usuarios (SE Sharing España, 2017)

- P2P: Relaciones que ocurren de persona a persona.
- P2B: Relaciones que ocurren de persona a profesional. Entendemos que debe excluirse la profesionalización del proveedor, pero no su ánimo de lucro.
- B2C: Relaciones que ocurren de profesional a consumidor. En esta relación ya no existe un peer al darse una relación asimétrica tradicional entre empresario y consumidor. No implica que solamente sea por ánimo de lucro ya que, por ejemplo, en un banco de tiempo podría darse una relación B2C con una contraprestación en tiempo.
- B2B: Relaciones que ocurren de profesional a profesional. En este tipo de relaciones tampoco se ha de descartar la opción de B2B sin ánimo de lucro.
- Actividades altruistas y de donación Son actividades que se realizan con pérdida patrimonial, a título gratuito o con la finalidad de un intercambio de tiempo, bienes o servicios equiparables.

Algunos ejemplos de actividades que suceden en la economía colaborativa serían:

- Crowdfunding de donación
- La donación o el trueque de bienes.
- Bancos del tiempo.

Actividades sin ánimo de lucro, son las que se realizan sin ánimo de lucro y con ánimo de compartir gastos entre los usuarios con el objetivo de cubrir los costes que genera el uso de un bien infrautilizado o la realización de una actividad específica.

A la hora de considerar la compartición de gastos entre los usuarios y determinar qué se considera como gasto y qué no, en el caso de la compartición de un bien infrautilizado, se

deberán tener en cuenta aquellos costes de mantenimiento y tenencia del bien infrautilizado, así como los costes de utilización de este bien.

En el ejemplo de compartir vehículo, deberán entenderse incluidos en todo caso, además del costo de combustible y los peajes del trayecto, si los hubiere, la depreciación del vehículo, el coste de mantenimiento, el coste del seguro o los impuestos.

Lo mismo sucede en el caso de los alojamientos, en el que se deben considerar incluidos la amortización del bien, el costo de mantenimiento y los suministros, el costo de los seguros o los impuestos, o en el resto de las actividades, como las de gastronomía, en las que deberían considerarse todos los costos, incluidos los de las materias primas.

Actividades con ánimo de lucro

Son actividades en las que se genera una ganancia patrimonial, superando el gasto generado por la actividad, prestación o bien puesto en valor.

De esta manera, el coste del bien y/o servicio está por encima de los costes y gastos que ocasiona el servicio o el valor del bien, generando un beneficio para el usuario proveedor del bien o servicio. (SE Sharing España, 2017).

Producto

Existen productos en donde se transfiere una propiedad de un bien, que se ha dejado de usar, dándose de forma gratuita o con un valor transaccional.

2.2.3. Clasificación por sectores de la Economía Colaborativa por actividad:

(SE Sharing España, 2017, págs. 19-26), Los numerosos modelos existentes tanto en economía colaborativa como bajo demanda hacen necesario el establecimiento de una categorización.

Alojamiento:

- **Temporal entre particulares.** Alquiler temporal de bienes inmuebles, entre no profesionales a cambio o no de una contraprestación económica. Es lo que, en el caso de la vivienda o las habitaciones.

- **Temporal B2C.** Supone la utilización de las plataformas de la economía colaborativa como canal adicional de venta. Se considera que, aún sucediendo dentro del marco de plataformas de la economía colaborativa o bajo demanda, estas actividades no son propias de la economía colaborativa, sino que son actividades propias de la economía tradicional que ofrece sus servicios a través de nuevos canales de venta.
- **Intercambio de casas:** Intercambio de casas entre particulares, ya sea en relaciones bilaterales o con toda la comunidad, a cambio o no de una contraprestación económica.

Finanzas:

- **Crowdfunding de donación.** Tipo de financiación colectiva en la que no existe contraprestación o es meramente simbólica en relación con la financiación facilitada. Se considera que es claramente una representación de un modelo de financiación basado en la economía colaborativa o, incluso, en la economía solidaria.
- **Crowdfunding de recompensas.** Tipo de financiación colectiva en la que normalmente se cubre la producción de un bien, además de los costos y la inversión en el proyecto. Este tipo de financiación es normalmente comparable a una compraventa de futuros o una preventa.
- **Crowdfunding.** Acciones de recaudación colectiva de dinero dentro de una comunidad para un fin concreto.
- **Fintech P2P O P2B.** Finanzas entre particulares en la que son los propios particulares los que llevan a cabo transacciones financieras entre ellos o con empresas gracias a una plataforma digital. Aunque el sector fintech es bastante amplio, existen diferentes modelos que encajan dentro del concepto colaborativo, como por ejemplo el crowdlending no regulado, como son los descuentos de facturas o pagarés de particulares a empresa.

Movilidad y transporte:

- **Carpooling.** Este modelo comprende el uso compartido de un vehículo motorizado privado, que se lleva a cabo con uno o más pasajeros en el contexto de un trayecto que el conductor ya tenía planeado, compartiendo gastos y sin ánimo de lucro. Es una clara representación de las actividades de la economía colaborativa y sus características principales son que el conductor no es profesional, que no tiene ánimo de lucro sino simplemente comparte los gastos que genera el desplazamiento y el mantenimiento del vehículo y, finalmente, que el trayecto que se realiza lo establece el propio conductor en base a sus necesidades de desplazamiento personales: No responde a una demanda del pasajero, a pesar de que conductor y pasajero/s puedan acordar ciertos términos del viaje, como el punto de recogida o de fin del trayecto.

El carpooling ocurre también en trayectos recurrentes, por ejemplo, en los que se realizan cada día entre el hogar y el lugar de trabajo.

- **Car Sharing.** Actividades que permiten la posibilidad de compartir un coche, que normalmente es propiedad de la empresa titular de la plataforma, entre varias personas de manera no simultánea.

Este es un caso claro de economía de acceso en el que los usuarios comparten y hacen uso de un bien por periodos más cortos que los que se ofrecen en los modelos de la economía tradicional, pudiendo llegar a usar un bien únicamente por minutos. Estos modelos favorecen la protección al medioambiente y la descongestión de las ciudades, entre otros beneficios y externalidades positivas.

- **Ridepooling.** Actividades en las que los usuarios comparten parte de un trayecto ya establecido previamente por otros usuarios. Puede ser economía colaborativa cuando el trayecto, ya prefijado por el conductor, tiene lugar entre particulares que comparten ese viaje sin ánimo de lucro, y será propio de la economía bajo demanda cuando el trayecto tenga lugar en viajes ofrecidos por un profesional, normalmente

con ánimo de lucro y adaptado a los requisitos fijados por el usuario que demanda el servicio.

- **Alquiler de coches entre particulares.** Actividad de alquiler de vehículo privado entre particulares, en la que uno de los usuarios pone a disposición del resto de usuarios de una plataforma el uso temporal de su vehículo particular durante un tiempo limitado.
- **Espacios de parqueo.** Actividades que llevan a cabo redes de usuarios en relación con los espacios de parqueo disponibles y que se ponen a disposición de otros usuarios de manera temporal durante el tiempo que no están siendo utilizadas por sus propietarios, ya sean públicos o privados.

Los modelos son muy variados y se ponen a disposición tanto plazas de aparcamiento para coches, motocicletas o bicicletas en parkings privados como públicos, incluso poniendo a disposición de los usuarios únicamente la información de cuándo una plaza de aparcamiento en la vía pública se queda disponible, lo que se ha venido conociendo como crowdparking.

- **Servicios de bicicletas compartidas.** Servicios o plataformas que permiten el uso temporal de una bicicleta, ya sea de titularidad pública o privada por un plazo determinado de tiempo.
- Algunas iniciativas pueden ser consideradas propias de la economía de acceso, como son las bicicletas que ponen a disposición de los ciudadanos diferentes Ayuntamientos de España.
- Otras iniciativas son puramente de la economía colaborativa en las que particulares ponen a disposición de otros particulares, a cambio de una contraprestación, sus bicicletas privadas.

Tareas y trabajo:

- **Bancos de Tiempo.** Son comunidades de usuarios que intercambian entre sí el tiempo de realización de tareas o de la prestación de servicios a cambio de tiempo que, a su vez, puede ser empleado dentro de la misma comunidad para solicitar nuevas tareas o prestación de servicios.
- **Microtareas Generales.** Actividades en las que los usuarios pueden solicitar la realización de una tarea concreta a otros usuarios que tengan la disponibilidad de realizarla. Los prestadores del servicio podrán ser profesionales o no, dependiendo de la habitualidad con la que presten el servicio y con el régimen jurídico que les sea de aplicación. Se considera que es economía colaborativa todo tipo de tarea que se lleve a cabo entre particulares de forma esporádica y sin profesionalización. En caso contrario, es un modelo de economía bajo demanda.
- **Microtareas especializadas.** Actividades en las que los usuarios pueden solicitar la realización de una tarea concreta a otros usuarios que tengan la disponibilidad de realizarla. El éxito de este tipo de plataformas de microtareas ha hecho posible que ya estén en funcionamiento plataformas especializadas en un tipo de tarea.

Dependiendo de qué tipo de tarea sea, el régimen jurídico que les sea de aplicación y la habitualidad de los usuarios prestadores del servicio, éstos podrán ser profesionales o no. Se considera que es economía colaborativa todo tipo de tarea que se lleve a cabo entre particulares de forma esporádica y sin profesionalización. En caso contrario, estaremos ante un modelo de economía bajo demanda. Algunas de las plataformas especializadas se centran en el cuidado y paseo de mascotas, en los servicios del hogar, en entrenadores personales, o en aparcacoches y conductores.

Consumo:

- **Crowdticketing.** Sistemas colectivos de reserva de entradas con el objetivo de reunir una masa crítica suficiente para lograr la proyección de un contenido audiovisual, la celebración de un concierto o cualquier otro tipo de espectáculo.

- **Regalo, trueque o recirculación de bienes.** Actividad de intercambio o donación de bienes en los que no hay un intercambio monetario.
- **Compraventa de objetos de segunda.** Actividades que permiten tanto el intercambio de todo tipo de objetos, así como intercambios en plataformas especializadas, ya sea en moda, en entrada, en habitaciones de hotel ya reservadas y que no van a ser finalmente ocupadas. En todos los casos en los que por ley se permita la compraventa, será economía colaborativa cuando suceda entre particulares en relación con un objeto que el vendedor ya no iba a utilizar, aunque exista ánimo de lucro. No se consideraría economía colaborativa, por ejemplo, en el caso de compra previa de entradas para reventa posterior.
- **Alquiler de objetos de segunda mano.** Actividad que supone el préstamo de objetos entre particulares a cambio de una contraprestación económica.
- **Préstamo de objetos entre particulares.** Actividad que supone el mero préstamo de objetos entre personas sin que exista una contraprestación económica.
- **Espacios.** Actividades dirigidas a poner a disposición de otros usuarios el uso y disfrute de un espacio infrautilizado.
- **Coworking.** Son lugares de trabajo compartido, normalmente para freelances, aunque también hay pequeñas empresas o startups que los utilizan, así como trabajadores independientes que viajan a menudo, pudiendo alquilar las zonas de trabajo por cortos periodos de tiempo o por duraciones largas.

Conocimiento y educación:

- **Educación P2P.** Actividades en las que los particulares ponen sus conocimientos, recursos educativos e información a disposición de otros particulares o, en ocasiones, de empresas, a cambio o no de una contraprestación económica.
- **Educación B2B.** Iniciativas en las que empresas ponen a disposición de otras empresas sus conocimientos y recursos informativos y educativos, así como sus contenidos.

- **Producción DIY.** Actividades relacionadas con el sector Makers o con grupos de artesanos que están orientadas a la producción propia de bienes y recursos en lugar de acudir a la producción tradicional.
- **Información.** Actividades orientadas a la compartición de información entre diversos usuarios.

Gastronomía:

- **Compartir comida entre particulares.** Actividades en las que particulares ofrecen comida en sus propias casas a cambio de una contraprestación económica. Podrá ser propio de la economía colaborativa cuando el menú no lo determine el comensal y no se realice con ánimo de lucro.
- **Compartir tupper entre particulares.** Actividades orientadas a compartir comida entre particulares sin que se disfrute de manera compartida. Existirá una contraprestación económica y el menú lo podrá elegir tanto el particular que cocina, siendo así economía colaborativa, como el particular que consume los alimentos, considerándolo en este caso parte de la economía bajo demanda.
- **Grupos de consumo.** Comunidades de consumidores que se unen para consumir productos de producción local adquiriéndolos directamente al productor y eliminando intermediarios y distribuidores.
- **Cultivos compartidos.** Actividades que se basan en el cultivo y el consumo de alimentos en tierra compartida con otros agricultores, ya sea en zona rural o en ciudad. Un ejemplo de estos cultivos compartidos son los huertos urbanos.
- **Comunidades.** Las comunidades se pueden establecer tanto dentro de empresas propias de los nuevos negocios digitales como dentro de empresas tradicionales que hacen uso de dichas comunidades con el objetivo de hacer partícipes a sus usuarios o consumidores de las decisiones de las empresas. (SE Sharing España, 2017).

A continuación, se describirán los factores, variables de la economía colaborativa.

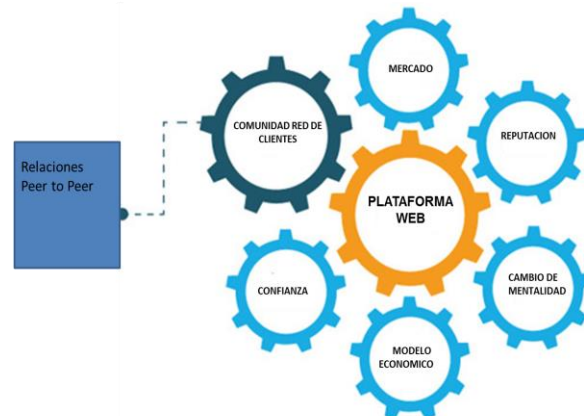
2.2.4. Factores, variables de la economía Colaborativa

La economía colaborativa se desenvuelve en un ecosistema, en donde las reglas de oferta y demanda permanecen, no se trata de un sistema que entre en contradicciones directas con el modelo capitalista, entra para complementarlo.

Parte de un principio milenario de trueque, en el que persiste un cambio, los elementos que funcionan dentro del ecosistema son:

- Tecnología.
- Confianza, reputación digital.
- Mercado: Productores y consumidores.
- Relaciones entre usuarios. Intercambio económico.
- Legislación.

Figura 7. Ecosistema Economía Colaborativa



Fuente. Elaboración propia 2019

2.2.4.1. Factor Tecnología: Plataforma

La plataforma colaborativa, es en donde existe una comunidad de mercado en torno a un producto y se facilitan los contactos de los usuarios clientes; se proporcionan mecanismos transaccionales de intercambio. Puede ser persona a persona, producto a

producto y no necesario se presente un valor monetario. Se realizan a través de algoritmos, términos y condiciones a gran velocidad y escala.

Sangeet Choudary define las plataformas como “modelos de negocio que permiten la interacción de múltiples actores (productores y consumidores) [...] creando una infraestructura que los conecta”. Mientras John Hagel indica que las plataformas están hechas de “una estructura de gobernanza [...] que determina quién puede participar, qué roles pueden jugar, cómo pueden interactuar y cómo se resuelven las disputas” y “un set adicional de protocolos o estándares [...] para facilitar la conexión, coordinación y colaboración”. Un reciente estudio global sobre “The Rise of the Platform Enterprise” define las plataformas de negocios como un “medio que permite a otros conectarse a él”. (Toolkit, 2017)

Es un modelo organizacional, que desarrollan su propio modelo de negocio. A continuación, se definen los tipos de actores (SE Sharing España, 2017):

- **Usuario:** Será cualquier persona física o jurídica que se registra en la plataforma y que interactúa con otras personas registradas.
- **Consumidor:** Será el tipo de usuario que se relaciona con profesionales en la plataforma. Le será de aplicación la protección del régimen jurídico de consumidores y usuarios.
- **Proveedor:** Será el tipo de usuario que aprovecha las plataformas de los nuevos modelos como un canal adicional de venta, además de los tradicionales. Le será de aplicación la normativa mercantil y tiene que cumplir con el régimen jurídico de los consumidores y usuarios.
- **Profesional:** Será el tipo de usuario que lleva a cabo una o varias actividades o presta uno o varios servicios con ánimo de lucro y de manera habitual a través de una o varias plataformas. Un mismo usuario podrá ser profesional en un ámbito y no profesional en otro.
- **No Profesional:** Será el tipo de usuario que lleva a cabo una actividad sin ánimo de lucro ni intención comercial, a través de una o varias plataformas y con la única

intención de compartir un bien infrautilizado, sus conocimientos o su tiempo y los costes asociados a la actividad en cuestión. Un mismo usuario podrá ser no profesional en un ámbito y profesional en otro.

Tabla 4: Plataformas según modelos de ingresos

NOMBRE	DEFINICION	EJEMPLO
Comisión por el servicio o la transacción	Es el modelo más habitual. La compañía se queda con una comisión por realizar el encuentro entre comprador y vendedor, entre viajero y anfitrión o entre prestador y tomador del préstamo. La comisión varía entre plataformas y sectores. Puede ir del 5% al 40% en función del valor de la transacción y los servicios adicionales ofrecidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Airbnb • Kickstarter • Uber • BlaBlaCar
Freemium	La empresa ofrece un servicio básico o un uso limitado de la plataforma de manera gratuita. Los usuarios pueden adquirir servicios adicionales o funciones exclusivas	<ul style="list-style-type: none"> • Wallapop • Peerby • Couchsurfing • Letgo
On Sale	La empresa compra productos directamente de los usuarios. Los acondiciona o los recicla para vender el producto (o partes de este) a un precio superior al de compra	<p>Manzanas Usadas (productos Apple)</p> <p>Percentil (ropa de niños)</p> <p>EReuse (ordenadores)</p> <p>Frontier Car Group (coches)</p>

NOMBRE	DEFINICION	EJEMPLO
Tarifa plana de suscripción o membresía	La compañía cobra una cantidad en concepto de membresía mensual o anual, independientemente del uso que se haga de la plataforma por parte del usuario	Intercambio de casas Borrow My Dogg
Tarifa plana de suscripción o membresía y cobro por uso	La compañía cobra una cuota única o anual de membresía (a veces con diferentes planes en función de la frecuencia de uso). Además, hay un costo adicional por el uso de los productos.	Zipcar DriveNow
Planes de suscripción por niveles	La empresa ofrece diversos planes de suscripción a diferentes precios en base a la frecuencia de uso o al número de bienes deseados	La mayoría de los coworkings Toy Library (toylibrary.co)
Venta de tecnología marca blanca / Software as a Service	La empresa crea un sistema de plataforma completo (backend + frontend) que puede ser configurado y adaptado por cada compañía. Se cobra por licencia y/o por la personalización del producto genérico.	Sharetribe NearMe My Tur
Donativos o subvenciones	La tecnología y/o el servicio se ofrece de manera gratuita. Se realizan campañas puntuales de donaciones o bien dentro del propio proceso de la plataforma se sugiere una donación por el servicio que se acaba de ofrecer. Algunos proyectos reciben subvenciones	Wikipedia Bemfatoria (crowdfunding Brasil) YoNoDesperdicio Freecycle

NOMBRE	DEFINICION	EJEMPLO
Venta de datos o atención (publicidad)	El servicio se ofrece de manera gratuita a cambio del derecho de usar los datos de usuario para generar valor para terceras empresas o administraciones. Si la audiencia es muy segmentada o el volumen de tráfico es muy elevado hay plataformas que generan ingresos a partir de la inclusión de publicidad en sus páginas o aplicaciones.	PatiensLikeMe Waze Facebook SegundaManita.com

Fuente: Tabla adaptada de (CIPPEC, 2018, págs. 19,20,21)

2.2.4.2. Factor Confianza.

BID (2017), Confiar es un acto social. Aunque la primera intuición, es que la confianza ocurre en entornos privados (un individuo confía o no en otro), la realidad es que emerge en el contexto de una sociedad que modifica el comportamiento de sus individuos. Una sociedad sin confianza no puede desarrollarse adecuadamente. Sin confianza y sin integridad, su complemento indispensable— no hay perspectivas de desarrollo económico. Las actividades sencillas se vuelven arduas en una sociedad con poca confianza. La prosperidad no solo requiere confianza, sino que también la estimula. El consumo colaborativo o compartido depende de la confianza que genera el sistema para propiciar intercambios seguros. La desconfianza, es decir, no estar seguro de si se va a recibir o no tal bien o servicio como ha sido ofrecido es en un principio una amenaza central al desarrollo de las redes de consumo compartido.

Fukuyama (1992) señala las diferencias entre las sociedades de baja confianza y de alta confianza, y sus implicaciones en el desarrollo económico. En las sociedades de baja confianza, el temor a ser traicionado o defraudado lleva a los actores económicos a confiar solo en aquellos de los que se tiene un conocimiento muy profundo, dificultando el crecimiento de las relaciones de negocios más allá de los lazos familiares (el concepto “familia” dentro la mafia italiana sería un ejemplo extremo de este tipo de sociedad). Esto

tiene implicaciones directas sobre la productividad y competitividad (no se elige al más capaz para el trabajo, sino aquel con quien existe una relación de confianza previa). Además, las relaciones fuera del núcleo de confianza se ven penalizadas por la necesidad de añadir gran cantidad de cláusulas en los contratos, cuya existencia no hace sino cuantificar la falta de confianza entre las partes.

Por el contrario, en las sociedades de alta confianza (que Fukuyama ejemplifica con los países nórdicos y Japón), las relaciones económicas son más líquidas, lo que favorece la competitividad y el desarrollo económico.

De acuerdo con cifras del Latinobarómetro (2015), “las cifras de confianza interpersonal en América Latina son las más bajas de la Tierra”. En el indicador de confianza interpersonal para 2015 solo un 17% de los latinoamericanos dice que se puede confiar en un tercero.

La confianza se destaca entonces como un factor clave en el desarrollo y la evolución del consumo colaborativo, y algunos autores la explican como un elemento fundamental para el futuro, como es el caso de Botsman (2013), quien en una conferencia afirmó que “la confianza es el pegamento de la sociedad que permite que los intercambios sean cada vez más sencillos”, y que “la confianza es la moneda de la nueva Economía Colaborativa”.

2.2.4.2.1. Reputación Digital.

Los sistemas de reputación digital son estructuras que permiten registrar el comportamiento digital de una persona en una plataforma determinada y que estos sean clasificados y jerarquizados según distintos criterios. Con la difusión de Internet los sistemas de reputación digital se vuelven fundamentales al haber una creciente dependencia de otras personas para comunicarnos, intercambiar. (Gil García, 2018). Este permite un proceso de autorregulación asociado al nivel de confianza de los usuarios y clientes de las plataformas.

Los sistemas de reputación digital tienen dos funciones principales. La primera, como dispositivos de confianza. Esas comunidades de usuarios hacen uso de los sistemas de reputación de dichas plataformas y generan confianza entre ellos, disminuyendo o haciendo desaparecer la información asimétrica del mercado, acompañan estos sistemas de reputación, en muchas ocasiones, de un sistema de verificación de usuarios facilitada por la plataforma, favoreciendo así la creación de relaciones personales entre los usuarios en un entorno seguro y de confianza. (SE Sharing España, 2017).

La segunda función, es mucho menos estudiada, desde esta perspectiva, los sistemas de reputación digital no serían simplemente un dispositivo de confianza, sino más bien un activo que la persona construye, en el que invierte, sobre el que trabaja y que gestiona de forma estratégica en las distintas plataformas en que participa. (Gil García, 2018).

En el estudio “Entering the Trust Age” (Entrando en la era de la confianza), elaborado por BlaBlaCar y la escuela de negocios NYU Stern, del año 2016, llevado a cabo por: Frédéric Mazzella, y el profesor de la NYU y autor del libro *The Sharing Economy*, Arun Sundararajan, en donde se demuestra cómo internet y la era digital están modificando la confianza interpersonal. Se desarrollo en 11 países a través de 18.289 usuarios.

Las plataformas digitales generan confianza interpersonal a una escala sin precedentes. Uno de los descubrimientos más llamativos de esta investigación es que los encuestados muestran mayores niveles de confianza en aquellos usuarios que cuentan con perfiles completos online antes que en compañeros de trabajo o vecinos, casi la misma que depositan en familiares y amigos. Si comparamos los 11 países entre sí, los resultados muestran siempre la confianza en usuarios con perfiles completos entre los tres primeros grupos. De hecho, España es uno de los países en los que más se confía en personas a las que se acaba de conocer a través de BlaBlaCar (89%), en cuyos extremos encontramos a Ucrania (con un 92%) y Alemania (con un 81%). (Blablacar, 2016).

La confianza se está viendo afectada tanto en su alcance como en la inmediatez.

2.2.4.3. Factor económico

(Navio & Santaella, 2016). Monetizar el excedente: como principio económico básico, el exceso de capacidad supone una oportunidad para optimizar los rendimientos económicos. Cualquier herramienta o actividad económica que permita la monetización de esta capacidad excedentaria tiene un significado económico relevante. La aparición de economías de red: al conectarse más usuarios se generan externalidades (valor del producto depende del número de usuarios adicionales) y se produce así un efecto multiplicador asociado a la economía de la información. Según Metcalfe, el valor de las redes aumenta cuantos más usuarios tenga.

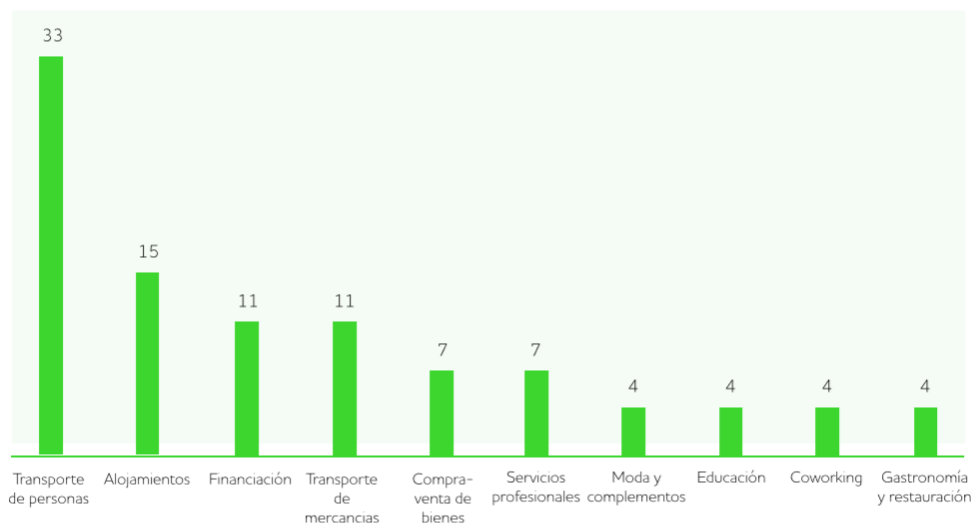
La disminución de la renta y el crédito disponible entre los consumidores, como consecuencia de la crisis económica, abre la puerta a un ejercicio de optimización de los recursos económicos disponibles para lograr un uso más eficiente de los mismos. - Incremento de la flexibilidad económica: encontramos un entorno predispuesto a nuevas fórmulas económicas, nuevos modelos económicos y formas de hacer negocio y financiar estas nuevas fórmulas y modelos. A continuación, se presta las dimensiones económicas en el mundo, Latinoamérica y Colombia:

2.2.4.3.1. Economía colaborativa en el Mundo

Así, se estima que los cinco sectores principales de economía colaborativa son los siguientes:

- El turismo.
- El transporte.
- Las finanzas.
- La intermediación laboral.
- El entretenimiento.

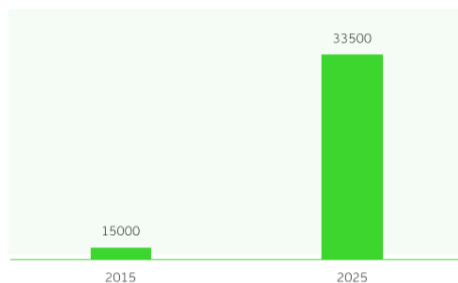
Figura 8: Distribución porcentual de los usuarios participantes en economía colaborativa en 2014 a nivel mundial, por tipo de industria.



Fuente: (The Ostelea, 2016).

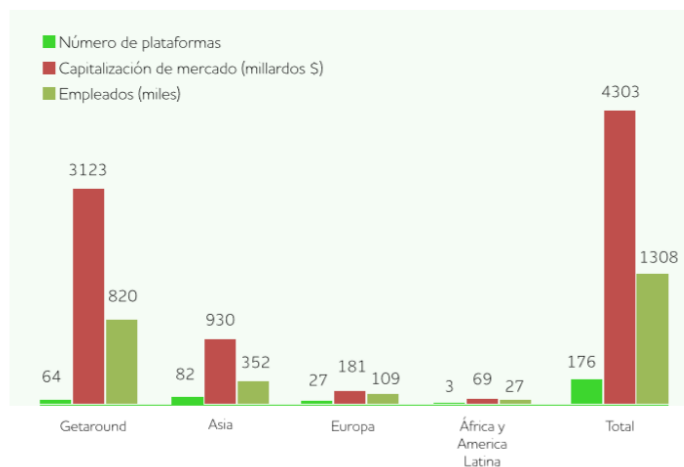
Estos sectores tienen el potencial de aumentar los ingresos globales en alrededor de 335.000 millones de dólares para el año 2025 desde los 15.000 millones considerados en el año 2015. Esto representa un incremento de más del 2.000% para un periodo de 10 años. (The Ostelea, 2016). Ver figura:

Figura 9: Previsión de ingresos en la economía colaborativa (millones)



Fuente: (The Ostelea, 2016).

Figura 10: Número, capitalización de mercado y empleados de plataformas de economía colaborativa por región (2016)

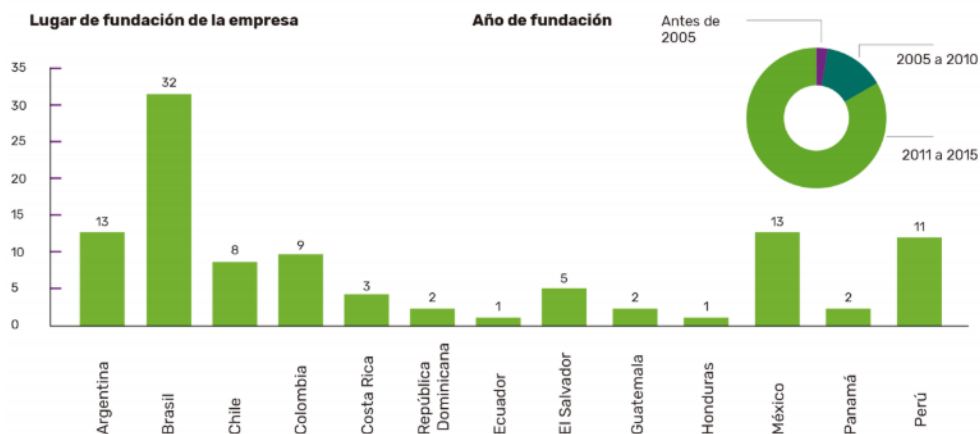


Fuente: (The Ostelea, 2016).

2.2.4.3.2. Economía colaborativa en Latinoamérica y el caribe

Latinoamérica que no ha sido ajena al movimiento de economía colaborativa, en la gráfica se observan el comportamiento de las iniciativas hasta el 2015.

Figura 11: Comportamiento iniciativas Economía Colaborativa en Latinoamérica



Fuente: (BID, 2016).

Brasil, México, Argentina y Perú están a la delantera, concentrando el 69%. Colombia ocupa el 5 lugar con 9 iniciativas. La ventaja de compañías como Uber o Airbnb en este ámbito hacen difícil que las iniciativas locales tengan mucha tracción. En cambio, en otros ámbitos donde los contextos locales tengan mayor relevancia, como educación, manufactura o medio ambiente y agricultura se vislumbran mayores posibilidades de crecimiento, siempre que las nuevas regulaciones acompañen. (BID, 2016).

De acuerdo con el informe del BID: La EC puede ser un instrumento eficaz para enfrentar el problema de la desigualdad en la región. Los modelos de negocio digitales pueden abrir las puertas a oportunidades de inclusión social y económica. Esto se logra debido a que con ella se promueve la creación de redes de pequeñas empresas y la transformación de comunidades a través del desarrollo de capacidades relacionadas con Internet y las tecnologías móviles. Los mercados digitales permiten que casi cualquier ciudadano pueda convertirse en oferente de bienes y servicios, con pocas barreras de entrada, a cambio de una remuneración.

Por otro lado, esta modalidad promueve una mayor autosuficiencia de comunidades locales, para utilizar eficientemente sus escasos recursos. ALC es la segunda región más urbanizada del planeta y la tendencia indica que aproximadamente el 87% de su población estará viviendo en ciudades en las próximas décadas. Dato del Banco Mundial.

2.2.4.3.3. Economía Colaborativa en Colombia

Connecting The Dots desarrolla el ecosistema de la Economía Colaborativa, es el proyecto colaborativo más grande de América Latina & España.

El programa está compuesto de 4 fases: En la 1ra fase busca identificar cada una de las nuevas iniciativas. A 2018 se han inscrito más 240 proyectos de economía colaborativa en Colombia, y más de 30 en España y continuaremos México, Argentina y Brasil y próximamente otros países en Latham. En la segunda fase busca validar los proyectos identificados, Tercera (Fortalecimiento de capacidades) y cuarta fase (aceleramiento).

Están compuesta de 10 verticales y más de así:

Figura 12: Categorías de Economía Colaborativa.



Fuente: (Sharecollab, 2018)

A continuación, en la table 5, se relacionan las 58 empresas a mayo de 2019 así:

Tabla 5: Empresas por categoría en Colombia

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Wesura	https://www.wesura.com/	CrowdInsurance	Medellín	On Sale	40.000
Work and Go	https://www.WorkandGo.com	Coworking	Bogotá & Medellín	Subscription Plan	2000
Mesflix	https://mesfix.com/	Crowdfunding	Bogotá	On Sale	150
Ideame	https://www.idea.me/	Crowdfunding	Todo el País	On Sale	-----
Cabify	http://www.cabify.co/	Freemium	Bogotá	Freemium	5000
Vivelab Manizales	http://www.vivelabmanizales.com/	Coworking	Manizales	Freemium	1873
ClusterLab	http://clusterlab.co/	Coworking	Manizales	Freemium	335
Comida en la U	https://enlau.co/	Short Rentals	Bogotá	On sale	-

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Comida en la U	https://enlau.co/	Short Rentals	Bogotá	On sale	-
EcoTown	http://www.ecotown.com.co/	Recycling & Gift	Manizales	Membership Plus usage	10
EcoTown	http://www.ecotown.com.co/	Recycling & Gift	Manizales	Membership Plus usage	10
LittleBigMoney	http://littlebigmoney.org/es/projects	Crowdfunding	Bogotá	White label	4000
MiGuia	http://demo.massivedynamic.co/	Short Rentals	Medellín	On-Sale	230
Dada Room	https://www.dadaroom.com/	Short Rentals	Bogotá	Freemium	300000
LaVaquinha	https://vaki.co/	Crowdfunding	Bogotá	On-Sale	4000
Afluenta	http://www.afluenta.com.co/	P2p lending	Bogotá	Membership Plus usage	270000

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Afluenta	http://www.afluenta.com.co/	P2p lending	Bogotá	Membership Plus usage	270000
Mango Tango	https://mangotango.shop/	Short Rentals	Cali	On-Sale	30000
John	https://wearealljohn.wixsite.com/home	P2p Learning	Medellín	Freemium	15
Madre Kumbra EcoZentro Ecoaldea	https://conyogate.wordpress.com/madre-kumbra/	ColivingCoworking	Manizales	Subscription Plan	400
Language Amigo	http://languageamigo.com/	P2p Learning	Bogotá	On-Sale	60
CCT (Cámara Colombiana de La Topografía)	http://www.camaratopografia.com.co/	User coops	Bogotá	Membership Plus usage	30
Casa o Coworking	http://www.casaocowork.com/	Coworking	Cali	Flat membership	17

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
TIERRALAB	http://www.tierralab.org/	Urban Agriculture	Medellín	On-Sale	300
Pioneras Developers	http://pionerasdevelopers.github.io/	P2p Learning	Medellín	Freemium	150
Wheels	http://www.wheels.social/	Carpooling	Bogotá	Subscription Plan	20
DOMOTECO	http://domoteco.com/	Digital Fabrication	Bucaramanga	On-Sale	70
Via Colombia	http://www.destinoBogotá.com/	P2p Local guides	Bogotá	On-Sale	40
Geek Girls Latam	http://geekgirls.co/	Citizen participation	Bogotá	Flat membership	600
Sectortic	http://sectortic.com/	Coworking	Bogotá	Subscription Plan	50
Algramo	http://www.algramo.com/	Short Rentals	Barranquilla	SaaS	90
Tool-be	http://tool-be.com/	P2p Learning	Medellín	On-Sale	1500

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Magicville	https://magicville.co/	ColivingCoworking	Bogotá	Membership Plus usage	15
Don Tarcisio	https://www.facebook.com/huertasso	Urban Agriculture	Bogotá	Subscription Plan	24
FanVox	http://fanvox.net/language/es/	Citizen participation	Bogotá	White label	30
UNDOS3D	http://www.undos3d.com/	Digital Fabrication	Cali	On-sale	400
Multando.com	http://multando.com/	Citizen participation	Bogotá	Freemium	36
Chamitrip	http://www.chamitrip.com/	P2p Local guides	Armenia	Flat membership	20
Banca-Alimentos	http://www.bancalimentos.com/	Social Eating	Zetaquira	Subscription Plan	2800
Dinámico LAB	https://dinamicolab.com/	Maker Spaces	Manizales	Freemium	100

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Vivelab Bogotá	http://vivelabBogotá.com/	Citizen participation	Bogotá	Subscription Plan	15000
Flexibo	http://www.flexibo.co/	Short Rentals	Manizales	Subscription Plan	100
World Tech Makers	https://www.worldtechmakers.com/	Digital Fabrication	Bogotá	Subscription Plan	1000
Trymyride	http://www.trymyride.co/	Carpooling	Bogotá	Subscription Plan	14000
Beer To Beer	http://beer2beer.be/	Social Eating	Medellin	Membership Plus usage	15
Carpooling	https://voyconcupo.com/	Carpooling	Bogotá	Freemium	5000
Yo Si Puedo Viajar	http://www.yosipuedoviajar.com/	P2p Local guides	Bogotá	Flat membership	100

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Tierra Firme	http://www.tierrafir.me/	Coworking	Bogotá	Subscription Plan	20
Oportunitic	http://oportunitic.org/	Coworking	Palmira, Valle del Cauca	Subscription Plan	10
Maker Spaces	http://makerscolombia.com/	Maker Spaces	Bogotá	Flat membership	2000
Zolvers	http://zolvers.com/	Short Rentals	Bogotá	On-Sale	200000
Monokuko Space	http://www.monokuko.com/	Coworking	Barranquilla	Subscription Plan	200
Serviradar	https://serviradar.com/	Short Rentals	Bogotá	Freemium	200
BIT	https://www.bit.com/	MOOC	Bogotá	On-Sale	600

Nombre Empresa	Página Web	Categoría	Ciudad	Modelo de Negocio	Usuarios
Glaux	http://www.glaux.co/	Short Rentals	Bucaramanga	Subscription Plan	190
Vivelab Bucaramanga	https://www.facebook.com/Vivedigitalbga?	Citizen participation	Bucaramanga	Open	1500
Outown Colombia	http://outown.co/	P2p Local guides	Bogotá	On-sale	1500
Bhive	http://www.bhiveconsulting.co/	Short Rentals	Bogotá	On-Sale	500
Kukupu	http://www.kukupu.co/	Second hand	Bogotá	Freemium	200

Fuente: Elaboración propia 2019 fuente Datos (Sharecollab, 2018)

Resumen:

- Actualmente se encuentran concentrados en 19 categorías, el 55 % de las iniciativas están en Bogotá, seguidos con Medellín con un 12 %. La categoría más alta es Short Rentals, con 17, 2 %, seguida por Coworking con 13,8 %. Impactando más de 900.000 personas actualmente.

2.2.4.3.3.1. Plataformas colaborativas en Colombia

Plataformas multinacionales han implementados sus modelos de negocio, teniendo en cuenta las barreras de entrada en aspectos legales, estas son algunas:

- **Uber.** (Revista Dinero, 2018), En Colombia Uber movía al mes de octubre de 2018, 2,2 millones de usuarios en promedio cada mes. En cuanto a los socios (conductores) son más de 91.000, impacto a 91.000 familias que cuentan con la oportunidad de tener un ingreso flexible. Pueden desarrollar una actividad económica que de otra manera no existiría.
- **Airbnb.** Durante la temporada de vacaciones de junio y julio, los anfitriones de Airbnb recibieron casi 182.000 llegadas entre viajeros nacionales y extranjeros, cifra que representa un crecimiento del 82% comparada con el mismo periodo durante el 2017.

Entre las ciudades más elegidas en este período se encuentran Cartagena, Medellín, Bogotá, Santa Marta, Cali y San Andrés. La duración promedio de cada una de las estadías fue de 3 días y los grupos familiares representaron el 22% del total de las reservas. Asimismo, los viajeros extranjeros que se hospedaron a través de Airbnb provinieron de más de 100 países, entre ellos Estados Unidos, México, Francia, Canadá y el Reino Unido. (press.airbnb, 2018).

2.2.4.4. Factor Legal de la Economía Colaborativa

Según la exposición de motivos de la iniciativa se entiende por Economía Colaborativa

Digital (ECD), “toda actividad económica que comparte e intercambia bienes y servicios a través de plataformas digitales que ponen en contacto directo a cliente y proveedor”, proyecto PL 022/16S fue archivado.

Hoy en el mundo se está discutiendo en cada país la regulación de este tipo de economía, especialmente en lo que tiene que ver con los servicios de transportes y alojamiento en las

plataformas de Uber y Airbnb en la gráfica se muestran los desafíos en torno al marco regulatorio.

Figura 13: Desafío en torno a los marcos regulatorios



Fuente: (CIPPEC, 2018)

- Comprender el buen uso y las limitaciones de la autorregulación de las plataformas digitales.
- Coordinar varios niveles administrativos (local, regional, nacional, supranacional) en los ámbitos donde cada uno tiene competencias asignadas.
- Garantizar una competencia justa y respetar los sistemas de permisos y licencias bajo los cuales muchos sectores económicos operan hoy en día.
- Proteger a los consumidores en ámbitos como los derechos de consumo y resolución de conflictos, protección de datos personales, promoción de buenas prácticas.
- Aplicar y adaptar, si es necesario, la legislación fiscal a la actividad económica que se genera a partir del uso de las plataformas digitales.
- Probablemente el reto más complejo es el relativo a la normativa laboral. Ésta se desarrolló para modelos de economía industrial con contratos de empleo continuo y a tiempo completo, en el que existe una relación directa entre el empleador y el empleado. Con las plataformas digitales los ciudadanos pueden generar ingresos

usando sus bienes y/o su tiempo y habilidades de manera discontinua, sin contratos, y con un nivel de subordinación distinto en cada plataforma, lo que abre la pregunta acerca de la necesidad de nuevos marcos regulatorios que contemplen nuevos estos nuevos modos de producción y empleo. (CIPPEC, 2018)

Esta revisión normativa debería extenderse a materias horizontales, fundamentalmente la fiscalidad y cotizaciones sociales adaptándolas a la digitalización del mercado. Además, es fundamental evitar las discriminaciones entre personas físicas y jurídicas y evitar que esta normativa se configure como una barrera administrativa a la entrada o actividad. En este sentido, Estonia ha sido el primer país en articular un mecanismo para que las plataformas faciliten información fiscal a las Administraciones Públicas, generando mayor transparencia y reduciendo las cargas administrativas que pueda llevar aparejadas el cumplimiento de la normativa horizontal. En diversos países existe la convicción de que esta nueva actividad económica está capacitada para generar un nuevo sector económico, solapado a los sectores primario, secundario y terciario tradicionales. Este incipiente Cuarto Sector, puede resultar fundamental en el futuro próximo para la competitividad de las naciones y el bienestar de su población. Las empresas deben cumplir las leyes y deben defender el interés general. Es tiempo de cambios. (BID, 2016)

La legislación no evoluciona al ritmo de la innovación tecnológica. Así, la normativa vigente aplica para un modelo económico del siglo XX, dijo el vicepresidente de Transformación Digital de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi), Santiago Pinzón. “Hay que analizar el costo de oportunidad de no adecuar el marco normativo; si es una barrera o facilita la transformación digital”, añadió. Sin embargo, los diferentes sectores económicos están asimilando las ventajas de la economía digital para que las pequeñas y medianas empresas puedan competir con grandes. También hay retos en la calidad de prestación de los servicios y en la lectura de los emprendedores colaborativos de la regulación de cada país. (Pulido Patrón, 2017).

La legislación debe desarrollando el mismo ritmo de la tecnología, pensar en leyes a

15 – 20 años, no es una opción hoy. En Reino Unido se están implementando laboratorios sociales en donde los nuevos modelos de economía colaborativa se analizan y se toman decisiones entorno a los resultados y se van ajustando de acuerdo con las dinámicas del mercado.

2.2.5. Ciudades Colaborativas

Albert Cañigüeral, autor de *Vivir mejor con menos*, lanza al aire la pregunta: "¿Quién no quiere vivir en una ciudad colaborativa?". La ciudad colaborativa (entendida como el uso de la lógica de la economía colaborativa sobre el territorio articuladas a través del ciudadano productor). No se puede definir de manera jerárquica, centralizada y univoca. Hacerlo sería una contradicción con el mismo concepto de colaboración, y participación ciudadana.

Existen en este momento 4 miradas diferentes de ciudades colaborativas (Cañigüeral, <https://www1.diba.cat/>, 2016):

Figura 14: Las cuatro miradas de las ciudades colaborativas



Fuente: (Cañigüeral, <https://www1.diba.cat/>, 2016)

- **Ciudad productiva (Fab City):** En busca de una autosuficiencia local en la producción energética, la alimentación de proximidad, los bienes de consumo, la

economía circular, etc. Ciudades que se conectan globalmente para compartir conocimiento global, acerca de las mejorar prácticas de producir local. Ejemplo es Barcelona.

- **Ciudad compartida** (Sharing City): Inclusiva y eficiente, en el uso de recursos disponibles, y a menudo infrutilizados en ciudades (bienes, conocimiento, ideas, financiación, etc.) Los agentes que forma parte desde las grandes compañías emergentes (Startups), multinacionales hasta grupo de barrios que se organizan a través de Facebook. Ejemplo Seúl.
- **Ciudad participativa** (Co-City): Aprovechando la inteligencia colectiva, para una mejor gestión de la ciudad considerando a sus ciudadanos como adultos y responsables. Es clave también la recolección masiva de datos con los ciudadanos. Ejemplo Bolonia.
- **Ciudad contributiva** (Contribute City): Reconoce el derecho de sus ciudadanos a contribuir y para ello articula los mecanismos necesarios para que lo pueda hacer. También es aquella que comparte sus aprendizajes y herramientas con el resto de las ciudades cocreando un procomún de datos y soluciones a retos urbanos. El futuro del planeta es compartido, es de sentido común compartir las ideas. Ejemplo Londres.

El desarrollo de las ciudades es fundamental la participación ciudadana, los mecanismos de activación de confianza y políticas públicas que incentiven el ecosistema de la economía colaborativa.

2.3. Conclusiones Marco Teórico.

Esta evolución en la economía se ha dado por la necesidad de la raza humana por sobrevivir, desarrollando nuevos producto y servicios a través de tecnologías ha permitido el surgimiento de representación de nuevos modelos económicos como la economía colaborativa.

La economía colaborativa es una economía basada en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados, distinta de los modelos tradicionales centralizados, que está transformando la forma en que producimos, consumimos, financiamos y aprendemos. (Bostman, 2010). Está vinculada al cooperativismo y economías de proximidad en donde se buscan procesos de asociatividad de las comunidades a través de distancias geográficas mínimas, la oportunidad de los niveles de cercanías en el mercado entre productos y consumidores, generando relaciones persona a persona.

La economía colaborativa irrumpe en el mundo como alternativa complementaria a los modelos actuales económicos de forma disruptiva desarrollando productos y servicios que en su conjunto proyectan unos ingresos globales en alrededor de 335.000 millones de dólares para el año 2025 desde los 15.000 millones considerados en el año 2015. Esto representa un incremento de más del 2.000% para un periodo de 10 años. Este crecimiento se dará en las ciudades, hoy el 55 % de la población mundial vive en zonas urbanas, una proporción que llegará a 68 % para el año 2050, de acuerdo con las Naciones Unidas. Los avances en la tecnología han permitido conectar a estos millones de personas y dinamizar el crecimiento de los modelos de los nuevos negocios en la economía digital colaborativa.

Las ciudades Latinoamericanas no son ajenas a estos fenómenos de crecimiento demográfico, en este contexto el BID afirma que la EC puede ser un instrumento eficaz para enfrentar el problema de la desigualdad en la región. Los modelos de negocio digitales pueden abrir las puertas a oportunidades de inclusión social y económica. Esto se logra debido a que con ella se promueve la creación de redes de pequeñas empresas y la transformación de comunidades a través del desarrollo de capacidades relacionadas con Internet y las tecnologías móviles. Los mercados digitales permiten que casi cualquier ciudadano pueda convertirse en oferente de bienes y servicios, con pocas barreras de entrada, a cambio de una remuneración.

En Colombia en los últimos cinco años se han desarrollado emprendimientos entorno a la economía colaborativa; actualmente se encuentran concentrados en 19 categorías, el

55 % de las iniciativas están en Bogotá, seguidos con Medellín con un 12 %. La categoría más alta es Short Rentals, con 17,2 %, seguida por Coworking con 13,8 %. Impactando más de 900.000 personas.

El desarrollo urbanismo en Bogotá, representado en un crecimiento de conjuntos residenciales en los últimos 9 años pasando de: 58 % en el 2010 al 70% para el 2018. Esta es una oportunidad de mercado en la generación de productos y servicios.

Como desarrollo en los capítulos anteriores; la confianza es la nueva moneda en los modelos de economía digital y colaborativa. El Ksocial disminuyó en Bogotá entre 2011 y 2017; 141 %, (Paso -0,090 -0,075). Bogotá en 2017 la ciudad de menor Ksocial. (Contrial, 2019). Sin embargo, los modelos de auto regulación y reputación digital han generado aumento de uso de servicios como Uber, al mes de octubre de 2018, transporte 2,2 millones de usuarios en promedio cada mes.

Una de las barreras de entrada en la economía es el marco legal, este no se ha desarrollado al mismo ritmo de la tecnología, es fundamental evitar las discriminaciones entre personas físicas y jurídicas y evitar que esta normativa se siga configurando como una barrera administrativa a la entrada o actividad. En el 2019 ya se han presentado conflictos de la plataforma Rappi con los domiciliarios por tema de remuneración y condiciones laborales.

De acuerdo con el marco legal existen condiciones para el desarrollo del modelo economía colaborativa en conjuntos residenciales en Bogotá., en las variables del ecosistema: Mercado de productores y consumidores, confianza, tecnología, legislación esta última sin un marco de actuación bajo estos modelos.

A continuación, se desarrollará el capítulo de: Factores de economía colaborativa en la ciudad de Bogotá.

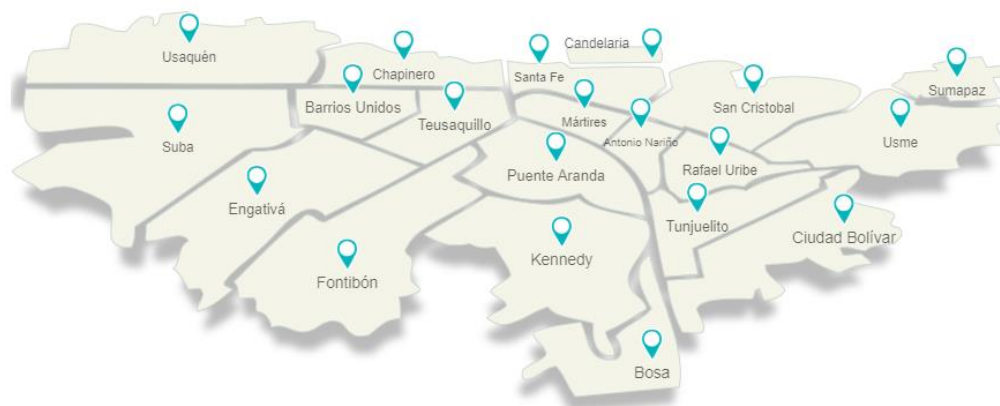
3. CONTEXTO ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

3.1. Contexto Demográfico

Distrito Capital se subdivide en 20 localidades y estas se agrupan 1.958 barrios. Salvo la localidad de Sumapaz, que es ciento por ciento áreas rurales.

¿Qué es una localidad? En Colombia se define como localidad a las divisiones administrativas que cuentan con cierta semejanza en varios aspectos como la geografía, cultura, sociedad y economía de todos los distritos especiales, siendo estas sociedades territoriales de segundo nivel o municipios como también se les conoce.

Figura 15: Mapa de Bogotá división por Localidades



Fuente: http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/demografia_proyecciones_2017_0_0.pdf

3.1.1. Conjuntos Cerrados

En esta perspectiva, Lozano (2014), define el concepto de conjunto cerrado, el cual hace referencia a un patrón de urbanización para el desarrollo arquitectónico, que se caracteriza por tener agrupadas sus casas o edificios producidos en serie y en las cuales comparte la existencia de un espacio de áreas libres y servicios de uso común y el control

de acceso está limitado por un cerramiento, formando un espacio homogéneo al integrar los aspectos urbanísticos y arquitectónicos de varias unidades; sin embargo el concepto se asocia generalmente, aunque no de forma exclusiva, a la producción de vivienda.

- **Edificio:** Construcción de uno o varios pisos levantados sobre un lote o terreno, cuya estructura comprende un número plural de unidades independientes, aptas para ser usadas de acuerdo con su destino natural o convencional, además de áreas y servicios de uso y utilidad general. Una vez sometido al régimen de propiedad horizontal, se conforma por bienes privados o de dominio particular y por bienes comunes.
- **Conjunto:** Desarrollo inmobiliario conformado por varios edificios levantados sobre uno o varios lotes de terreno, que comparten, áreas y servicios de uso y utilidad general, como vías internas, estacionamientos, zonas verdes, muros de cerramiento, porterías, entre otros. Puede conformarse también por varias unidades de vivienda, comercio o industria, estructuralmente independientes.
- **Edificio o conjunto de uso residencial:** Inmuebles cuyos bienes de dominio particular se encuentran destinados a la vivienda de personas, de acuerdo con la normatividad urbanística vigente.
- **Edificio o conjunto de uso comercial:** Inmuebles cuyos bienes de dominio particular se encuentran destinados al desarrollo de actividades mercantiles, de conformidad con la normatividad urbanística vigente.
- **Edificio o conjunto de uso mixto:** Inmuebles cuyos bienes de dominio particular tienen diversas destinaciones, tales como vivienda, comercio, industria u oficinas, de conformidad con la normatividad urbanística vigente. Ley 675 de 2001 Nivel Nacional.

La expansión de los conjuntos cerrados en Colombia se asocia a la reglamentación de la propiedad horizontal y a la creación del sistema UPAC (Unidad de Poder Adquisitivo Constante) en el año 1972. En el caso de Bogotá, afirman que el paisaje urbano se modificó

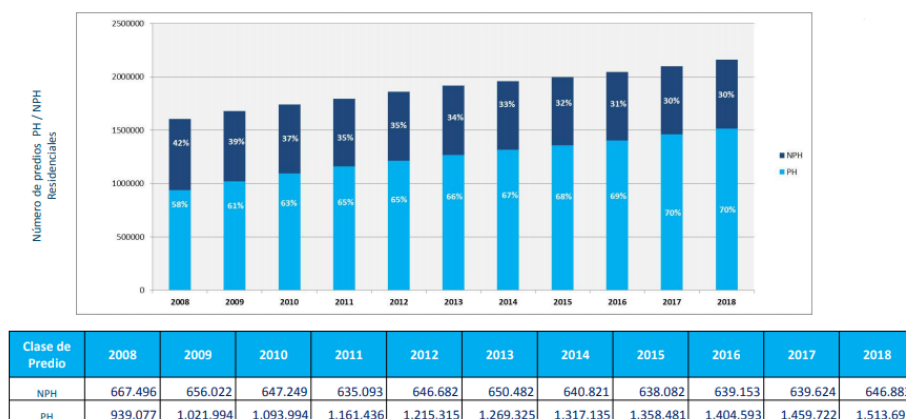
con el reemplazo de las casas de barrio por los edificios, generando crecimiento de la ciudad en altura y en densidad poblacional por sectores; se construyeron edificios de apartamentos de un promedio de seis pisos, visibles tanto en barrios nuevos como tradicionales.

Los cambios espaciales y el incremento de nuevos propietarios producen redefiniciones de las relaciones de vecindad y de los conceptos de propiedad de la vivienda. Así, los residentes: En principio, debieron asumir el hecho de ser propietarios de un pedazo de aire, es decir, la propiedad en altura, algo nuevo para una comunidad que siempre asoció a la propiedad con la tierra; luego la vida en comunidad vertical, a diferencia de las relaciones horizontales que caracterizaron al vecindario barrial y la participación en áreas comunes en el interior de los edificios. Finalmente, el crecimiento del número de vecinos y el aumento de densidad impidieron los estrechos contactos de la vida de barrio. (Maldonado Gómez & Rincón Salazar, 2007)

3.1.2. Crecimiento de conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá

(Catastro Bogotá, 2019), Se observa un crecimiento de conjuntos residenciales en los últimos 9 años paso de: 58 % en el 2010 al 70% para el 2018. Fuente:

Figura 16: Crecimiento de Conjuntos Residenciales.

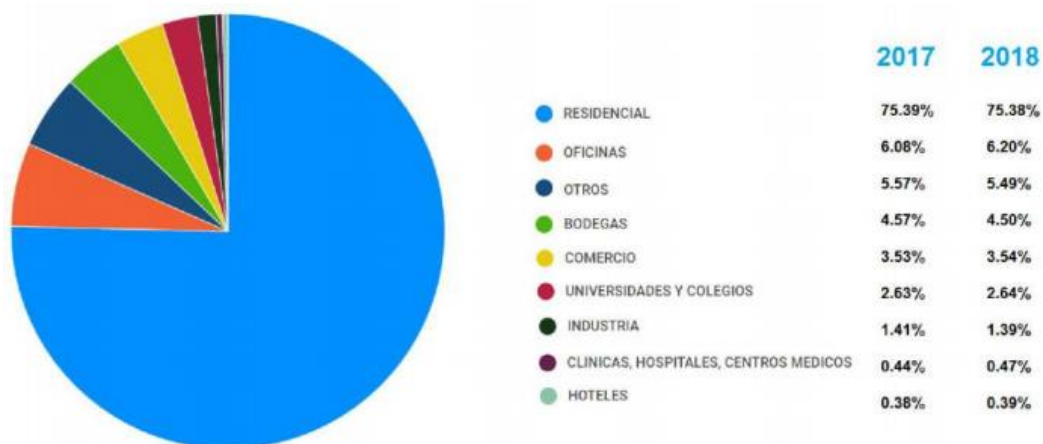


Fuente: (Catastro Bogotá, 2019),

Figura 17: Por tipo áreas construidas en Bogotá

EL 75% DEL ÁREA CONSTRUIDA EN BOGOTÁ ES RESIDENCIAL

PARTICIPACIÓN DE ÁREA CONSTRUIDA POR USO PREDOMINANTE



Fuente: (Catastro Bogotá, 2019)

Los datos representan un crecimiento en la construcción residencial y específicamente en conjuntos residenciales del 58 % en los últimos años; lo que genera una oportunidad de mercado en el modelo de economía colaborativa.

16 municipios: Bojacá, Cajicá, Chía, Cota, Facatativá, Funza, Gachancipá, La Calera, Madrid, Mosquera, Sibaté, Soacha, Sopó, Tabio, Tocancipá y Zipaquirá. Municipios que se encuentran en la EM 2014 y el estudio de Sistema de Ciudades del DNP.

Figura 18: Proyección de Personas, Hogares y Vivienda (2005, 2016, 2030,2050)

		2005	2016	2030	2050
PERSONAS	Personas Bogota	6,840,116	7,980,001	9,362,122	11,048,721
	Personas 16 Municipios	1,102,727	1,416,696	1,727,011	1,998,330
	Personas Bogotá Región	7,942,843	9,396,697	11,089,133	13,047,051
	Promedio anual nuevas personas Bogota Region (2005 - 2016 :11 años)		132,169		
	Promedio anual nuevas personas Bogota Region (2016 -2030 :14 años)			120,888	
	Promedio anual nuevas personas Bogota Region (2016 -2050 :34 años)				107,363
	Nuevas personas Bogotá respecto 2016			1,382,121	3,068,720
	Nuevas personas 16 Municipios respecto 2016			310,315	581,634
	Nuevas personas Bogotá Region respecto a 2016			1,692,436	3,650,354
	Promedio anual nuevas personas Bogota Region (2016 -2030 :14 años)			120,888	
	Promedio anual nuevas personas Bogota Region (2016 -2050 :34 años)				107,363
	Nuevas personas Bogotá respecto 2016			1,382,121	3,068,720
	Nuevas personas 16 Municipios respecto 2016			310,315	581,634
Nuevas personas Bogotá Region respecto a 2016			1,692,436	3,650,354	
HOGARES	Hogares Bogota	1,959,811	2,546,501	3,426,623	4,919,004
	Hogares 16 Municipios	294,455	421,135	588,527	827,981
	Hogares Bogotá Región	2,254,266	2,967,636	4,015,150	5,746,985
	Tamaño del hogar promedio Bogota (personas por hogar)	3.49	3.13	2.73	2.25
	Tamaño del hogar promedio 16 Municipios (personas por hogar)	3.74	3.36	2.93	2.41
	Tamaño del hogar promedio Bogotá Región (personas por hogar)	3.52	3.17	2.76	2.27
	Promedio anual nuevos hogares Bogotá Region (2005 - 2016 :11 años)		64,852		
	Promedio anual nuevos hogares Bogotá Región (2016 -2030				

Fuente: (Catastro Bogotá, 2019)

3.1.3. Situación Socioeconómica.

Uno de los principales atractivos de Bogotá es su privilegiada posición geográfica, ubicada en el centro del continente, la capital cuenta con un área de 1775,98 km² y ofrece gran variedad de conexiones internacionales. Tiene la terminal aérea con la mayor capacidad para el transporte de carga en América Latina y el mejor aeropuerto de Suramérica.

Figura 19: Cifras Económicas de Bogotá

I. Generales	
> Población (2018)	11 millones
> PIB (2018) ¹	US\$ 101,6 mil millones
> PIB per cápita (2018) ¹	US\$ 9.247
> Área*	1.775,98 Km ²
II. Económicos	
> Crecimiento económico* (2018)	3,0%
> Inflación* (2018)	3,06%
> Tasa de desempleo* (2018)	10,5%
> Exportaciones (2018)	US\$ 4.584 millones (FOB)
> Importaciones (2018)	US\$ 29.333 millones (CIF)
> Calificación crediticia - Fitch Ratings ¹³	AAA

Fuente: <https://es.investinbogota.org/por-que-bogota/datos-generales-y-cifras-de-bogota-2018>

La cifra oficial del (DANE, 2019), para Bogotá del 2018 fue: 7.181.569 habitantes. El nivel de informalidad alcanzó en Bogotá D.C el 42,1% al mes de julio de 2019, fuente del DANE.

3.2. Capital Social

Como se mencionó anteriormente, las variables necesarias para la existencia de la economía colaborativa es la confianza. Este capital en términos sencillos sucede o se expresa así:

3.2.1. Capital Social - Confianza

(David a Hurtado. Hurtado, 2013). El capital social es que resulta y existe en las relaciones entre personas y de estas con las instituciones de una sociedad. Este capital, en términos sencillos, sucede o se expresa en familiares, amigos, vecinos, compañeros del trabajo o algún funcionario público o de alguna organización de la sociedad civil ayudan a lograr metas o acceder a recursos, que individualmente no se podrían lograr o acceder. El

Capital Social, entonces permite el acceso o el flujo de recursos o servicios materiales (dinero prestado, recomendación de empleo) o psicosociales (apoyo social, solidaridad y sentimiento de pertenencia a un grupo) debido a la interacción entre individuos y colectividades).

(Vasquez, 2003). La confianza social o confianza generalizada, se define como la confianza en desconocidos, se carece de información, acerca de si son dignos de confianza o no.

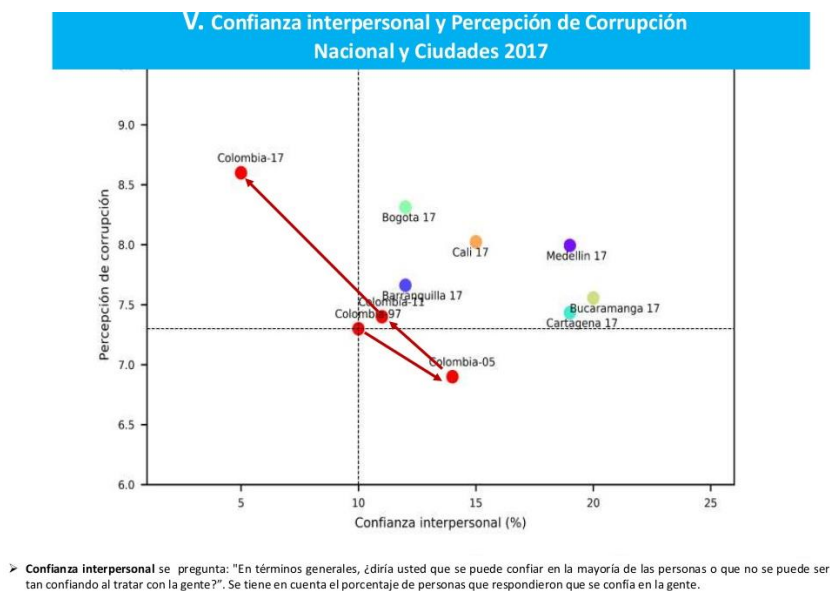
La confianza como factor determinante para que exista intercambios comerciales entre los individuos es estudiado y analizado por la entidad: Corporación Control Social Colombia (Contrial).

La primera medición del capital social en Colombia se realizó en 1997, empresa a cargo de John Sudarsky, quien desarrolló una metodología para medir la capital social denominada el Barómetro de Capital Social (BARCAS). Después se realizó una segunda medición en 2005 una tercera en 2011 y la última en el 2017, con lo cual se han obtenido series históricas que permiten determinar los cambios en el capital social del país a través del tiempo. La primera dimensión estructurante del índice de Capital Social es la confianza, la cual está conformada por las variables confianza interpersonal y confianza institucional.

la confianza reflejada en las relaciones entre iguales o entre personas; las cualidades o calidades de ese tipo de confianza, el nivel de confianza establecida en las relaciones con algunos grupos o conjuntos de personas con quienes se establecen vínculos en la cotidianidad (familia, amigos, compañeros de trabajo, etc.) y la confianza hacia las instituciones. (Martínez Cárdenas, 2017)

En efecto, Sudarsky encuentra que la confianza interpersonal no va más allá que el barrio y, por ende, constituye una de las grandes dificultades para la acumulación de capital social en el país. El trabajo demuestra que un 43% de la población total está excluida socialmente, esto es, no participa en ninguna organización cívica secular (es decir, voluntaria). Este porcentaje sube a 57% para la clase urbana pobre. (Sudarsky , 2002).

Figura 20: Matriz de calificación comparativa por ciudades 2017

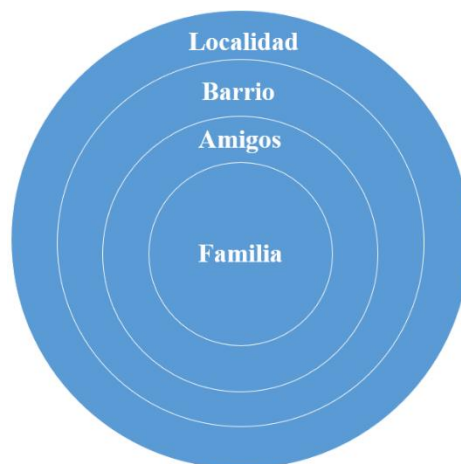


Fuente: (Contrial, 2019).

El Ksocial disminuyó en Bogotá entre 2011 y 2017; 141 %, (Paso -0,090 -0,075).
Bogotá en 2017 la ciudad de menor Ksocial. (Contrial, 2019).

- **Enlazar:** Tomando como referencia el documento: Encuesta Mundial de Valores Colombia, Una mirada comparada de los resultados de la sexta ola de medición 2010-2012, en donde se evalúan criterios de confianza comparando los países: Turquía, Suecia, España, Chile, Perú y Colombia. Con relación a los vecinos, los niveles de confianza también se manifiestan de forma diferente de acuerdo con el país analizado y, en todo caso, son inferiores a la confianza en la familia. En efecto, los mayores índices de confianza se rastrean en los encuestados de Turquía (85,4 %), España (79,6 %) y Suecia (79,4 %) dado que reportan confiar completamente o algo en mayor proporción. Se destaca que en los países suramericanos se hallan porcentajes más bajos de confianza en los vecinos pues en Chile este alcanza el 64,8 %, en Colombia el 50,3 % y en Perú tan solo el 33,9 %, agregando las opciones de respuesta: "confían completamente" o "algo" en este grupo. (DNP, 2015).

Figura 21: Comportamiento del círculo de confianza de las personas



Fuente: Elaboración Propia, adaptación concepto Sudarsky 2019

El nivel de confianza permite una participación del ciudadano mucho más activa, se parte de un concepto a partir de la constitución Política de Colombia (1991) " La participación ciudadana es ejercida por todos nosotros, porque somos poseedores de derechos y deberes, que actuamos en función de unos intereses sociales generales (Educación, salud, vivienda, medio ambiente, etc.), o colectivos (asociaciones de consumidores, gremios, sindicatos, etc.). Este tipo de participación, aunque no tenga vinculación directa con los partidos políticos, sí tiene que ver mucho con el Estado, cuando se trata de una intervención en el campo de lo público, es decir, en asuntos de interés general y del bien común"

3.3. Marco Legal

3.3.1. Propiedad Horizontal

A continuación, se presentan algunos términos técnicos referentes al ámbito de Propiedad Horizontal (Ley 675, 2001, p.7):

- Régimen de Propiedad Horizontal: Sistema jurídico que regula el sometimiento a propiedad horizontal de un edificio o conjunto, construido o por construirse.

- Reglamento de Propiedad Horizontal: Estatuto que regula los derechos y obligaciones específicas de los copropietarios de un edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal.

ARTÍCULO 2°. Principios orientadores de la ley. Son principios orientadores de la presente ley:

Libre iniciativa empresarial. Atendiendo las disposiciones urbanísticas vigentes, los reglamentos de propiedad horizontal de los edificios o conjuntos de uso comercial o mixto, así como los integrantes de los órganos de administración correspondientes, deberán respetar el desarrollo de la libre iniciativa privada dentro de los límites del bien común.

PARÁGRAFO 3°. Los reglamentos de propiedad horizontal de los edificios o conjuntos de uso comercial podrán consagrar, además del contenido mínimo previsto en esta ley, regulaciones tendientes a preservar el ejercicio efectivo y continuo de la actividad mercantil en los bienes privados, y a propender a su ubicación según el uso específico o sectorial al cual se encuentren destinados, así como las obligaciones específicas de los propietarios en relación con sus bienes privados.

3.4. Tecnología

La Comisión de Regulación de Comunicaciones -CRC- concluyó, a través del cálculo del índice de desarrollo en economía digital, que Bogotá se posiciona como líder en transformación digital respecto a otras regiones del país, destacándose en: las dimensiones de infraestructura, con 20,2 puntos; empoderamiento con 41,9 puntos; e innovación con 19,8 puntos, esta última, con fuerte orientación al desarrollo del gobierno digital a través de la virtualización de trámites. La puntuación general obtenida por Bogotá se situó en 26,8 superando con cerca de 10 puntos a Valle del Cauca (17,3) y Antioquia (15,1). (Observatorio Desarrollo Economico Bogotá, 2018).

Pese a que una tercera parte de los hogares en Bogotá no cuenta con acceso a internet, la capital del país sobresale en el contexto de América Latina y el Caribe, como una de las urbes con mayor tasa de penetración de este servicio, indicador calculado por la Encuesta Multipropósito 2017 en 67,2%. Para la región, con corte a 2016, el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- estimó en 44% la media de este indicador, y en 54% la media identificada para los países integrantes del Cono Sur. El indicador obtenido para Bogotá supera inclusive los registros de países que se destacan en el contexto latinoamericano por el grado de desarrollo y penetración de las TIC's, como son Costa Rica y Chile, naciones para las cuales este indicador se situó en 63% y 61% respectivamente, según publicó el BID como resultado del estudio titulado La Gobernanza de las Telecomunicaciones. (Observatorio Desarrollo Economico Bogotá, 2018).

Figura 22: Porcentaje de Hogares con Computador y acceso a Internet en Bogotá-Colombia (2010-2018)

Año	Hogares con computador (%)		Hogares con conexión a internet (%)	
	Bogotá	Colombia	Bogotá	Colombia
	2010	50,6	29,6	38,7
2011	53,9	33,9	43,5	25,2
2012	59,2	38,4	52,2	32,1
2013	61,9	42,2	58,2	35,7
2014	66,0	44,5	59,9	38,0
2015	68,3	45,5	65,2	41,8
2016	66,4	45,2	69,5	45,8
2017*	67,0	44,3	67,2	50,0

Fuente: (Observatorio Desarrollo Economico Bogotá, 2018).

Figura 23: Principales estadísticas de teletrabajo en Bogotá. 2012 – 2018

Año	Teletrabajadores Bogotá	Part. Porc. (%) Bogotá / Colombia	Teletrabajadores / Total ocupados Bogotá (%)	Crecimiento anual (%) Bogotá	Crecimiento anual (%) Colombia
2012	23.485	74,4	0,6		
2014	30.335	76,3	0,7	29,2	26,0
2016	55.848	58,5	1,3	84,1	140,0
2018	63.995	52,3	1,6	14,6	28,1

Fuente: (Observatorio Desarrollo Economico Bogotá, 2018).

Un total de 63.995 personas laboran a través de teletrabajo en Bogotá, volumen equivalente al 1,6% del total de ocupados de la ciudad.

Estos datos permiten concluir que Bogotá está a la vanguardia en la disminución de brechas digitales y acceso a tecnología; que propician un entorno adecuado para el desarrollo económico y de emprendimiento.

4. METODOLOGÍA.

La investigación es de carácter mixta: Un estudio de tipo exploratorio descriptivo y cuantitativo. El objetivo es triangular los instrumentos de entrevistas a expertos, que proporcionan un contexto local de los factores, variables y el enfoque cuantitativo a través de las encuestas a los residentes en conjuntos residencial en la ciudad de Bogotá, en donde se determinan los factores de: Mercado, niveles de proximidad, confianza y tecnología.

4.1. Diseño de Investigación.

La investigación documental permitió identificar los modelos actuales, factores, variables que determinan la economía Colaborativa, la investigación se realizó a través de entrevistas a 4 expertos y su criterio de selección fueron los factores de: Capital Social, Economía Colaborativa, Legislación de propiedad horizontal y empresario.

4.2. Fases de Investigación.

- **Fase 1: Exploración:** Se hace una revisión documental, marcos referenciales, se construye el marco teórico y se inicia un acercamiento de las variables, generales, sistemáticas y controladas sobre lo que antecede en el entorno del investigador. Selección de los instrumentos de investigación.
- **Fase 2: Descripción y Análisis:** se realiza una contextualización del caso de estudio, se describen las y analizan las variables, factores requeridos en un modelo de economía colaborativa; se organiza la información. Aplicación de instrumentos, Consolidación de Información.
- **Fase 3. Interpretación:** En esta fase se interpretan los resultados obtenidos en las fases anteriores, se realiza la evaluación, verificación de hipótesis, y generación propuestas, conclusiones.

4.3. Instrumentos de investigación.

Encuestas:

- Es una técnica de recolección de información, se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.
- Por medio de esta técnica se recolecta la información de los propietarios y copropietarios de los conjuntos residenciales del sector objeto de estudio, la cual se lleva a cabo por medio de la encuesta a través de formularios electrónicos en los cuales se plantean algunas preguntas con respecto al problema que se está investigando, se pueden identificar las variables y opiniones de los pobladores con respecto a los lineamientos de la economía colaborativa: Cooperación, confianza, mercado. Productos y servicios, tecnología.
- Se van a abordar conjuntos residenciales de estratos: 2,3,4 y 5. Serán 160 encuestas. Tomando al menos 10, localidades de la ciudad de Bogotá.
- Bases de datos: Información estadística de la población objeto de estudio.

Entrevista a Profundidad.

La entrevista expertos, tiene como objetivo obtener distintas opiniones y conocimiento especializados en los factores, variables claves del ecosistema de la economía colaborativa.

Para el desarrollo de la investigación exploratoria se desarrollaron cuatro (4) entrevistas a expertos que trabajan en: Economía Colaborativa, Capital social (Confianza), Propiedad horizontal y emprendimiento. Un ejemplo del formato de entrevista se puede ver el anexo No 1.

Población y Muestra de estudio.

- ²No probabilística.
- Como se ha identificado la población corresponde a varias categorías así:
- Personas entre 18 y 70 años, hombre y mujeres.
- Población de estratos: 2,3,4 y 5.
- Tipología de conjuntos cerrados en la ciudad de Bogotá.

La población en Bogotá para el 2018 fue: 7'181.569 habitantes, el 68 % viven en apartamentos y 63 %, está concentrado en estratos 2,3,4 y 5.

Margen de Error	7,74 %
Tamaño de Población	3.271.923
Nivel de confianza	95%

Formula:

$$\text{Tamaño de Muestra} \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 160 \text{ encuestas}$$

De donde:

α_c = Valor del nivel de confianza (varianza)

e = Margen de Error.

En resumen, en la tabla 6 se evidencia los instrumentos y la metodología correspondiente, además de incluir los resultados en cada objetivo del estudio.

² El estudio ha comprendido el análisis de una muestra incidental, realizar proyecciones desde ello puede arrastrar errores y por tanto se aconseja realizar un estudio más amplio utilizando una muestra probabilística para refinar las conclusiones.

Tabla 6: Instrumentos y Metodología de la Investigación

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES METODOLÓGICAS	RESULTADOS
1	Identificar las variables socioeconómicas de oferta y demanda productos dentro de los conjuntos residenciales.	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar marco Referencial, estado del arte, documental, sobre variables socioeconómicas dentro de los conjuntos residenciales. legislación, mercado, tecnología. - Identificación de variables, factores, socioeconómicos. - Encuestas registradas y tabuladas. - Tabla de resultados con hallazgos entrevistas a expertos. - Conclusiones Hallazgos entrevistas a expertos.
2	Analizar el nivel de proximidad de la economía popular y la economía colaborativa.	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar marco Referencial, estado del arte, documental, Economía popular y colaborativa. - Relación conceptual de la economía de proximidad y economía Colaborativa - Identificación de los círculos de proximidad y confianza en la economía colaborativa en conjuntos residenciales.
3	Formular un modelo de negocio de economía colaborativa para conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar marco Referencial, estado del arte, documental, modelo de negocio economía colaborativa legislación, mercado, tecnología. En el contexto de Bogotá. - Diagrama relacional Hallazgos instrumentos de investigación y propuesta de modelo. - Propuesta de Formulación de modelo de negocios economía Colaborativa. - Propuesta de productos, servicios, monetización, intercambios y confianza.

Fuente. Elaboración Propia 2019

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN

Una vez aplicado los instrumentos metodológicos diseñados para esta investigación, descritos en el capítulo anterior; se presenta a continuación, el resultado de los hallazgos de las entrevistas a expertos y la encuesta a la población residente en los conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.

5.1. Entrevista a expertos

Tiene como objetivo obtener distintas opiniones y conocimiento especializados en las variables claves del ecosistema de la economía colaborativa. Para el desarrollo de la investigación exploratoria se desarrollaron cuatro (4) entrevistas a expertos que trabajan en: Economía Colaborativa, Capital social (Confianza), Propiedad horizontal y emprendimiento.

Para abordar los aspectos de economía colaborativa el experto: Gustavo Palacios, reconocido en Colombia y Latinoamérica con pionero en el desarrollo de Hub de economía Colaborativa, experto modelos de negocio y miembro y Global Curator Team Colombia de la red global de Consumo Colaborativo. También se realizó la entrevista a: Sebastián Sánchez Meneses, CEO de la “Voy con Cupo”, en la categoría Carpooling con más de 5000 abonados, bajo un modelo de economía colaborativa.

Se contactó al Dr. John Sudarsky experto mundial en temas de Capital Social, presidente de Corporación para el Control Social (Contrial), en Colombia; quienes realizan las mediciones desde el año 1997 de capital Social. El Dr. Sudarsky sugirió realizar la entrevista a la Dra. Diana Marcela García experta en temas de capital social, directora de investigaciones de las mediciones del 2011 y 2017.

En temas relacionados con Propiedad Horizontal, el experto contactado fue el Dr. German Molano Baquero con de 25 años de experiencia como catedrático y asesor legal.

A continuación, esta detallado el perfil de cada experto.

Tabla 7: Perfil expertos entrevistados.

Experto	Área de Experticia	Detalle
Gustavo Palacios	Economía Colaborativa	Administrador de Empresas con especialización en Mercadeo Estratégico y más de 15 años de experiencia en el diseño y desarrollo de nuevos negocios con base en tecnología; Es fundador & CEO de Sharecollab (www.sharecollab.co), Primer Hub y Laboratorio de economía colaborativa en Colombia y Latinoamérica, cuyo objetivo es acelerar la economía colaborativa. Es miembro y Global Curator Team Colombia de la red global de Consumo Colaborativo. Mayo 2018.
Diana Marcela García	Capital Social Confianza	Psicóloga, Magister en investigación Psico- Social. Directora de la Corporación para el control Social- CONTRIAL. Directora investigación capital Social en Colombia 2011 y 2017.
German Molano Baquero	Propiedad Horizontal	Abogado de la Universidad Libre de Colombia. Consultor, asesor y conferencista invitado a nivel Nacional e Internacional. Autor de varias obras de reconocimiento. Profesor de Especialización en Derecho Policivo de la Facultad de Estudios Jurídicos de la Policía Nacional de Colombia. Actualmente es el presidente del Colegio de Administradores de Propiedad Horizontal de Bogotá (desde el 2004 hasta el presente año). Además, fue fundador y hoy director de la Empresa ADJURIN CONSULTORES LTDA.
Sebastián Sánchez Meneses	Emprendedor economía Colaborativa	Administrador relaciones internacionales, Máster en Supply Chain Management. CEO de aplicación modelo de economía colaborativa “Voy con Cupo” https://voyconcupo.com/ . es un sitio 100% colombiano que permite a conductores y pasajeros compartir viajes entre ciudades para reducir sus costos de transporte.

Fuente: Elaboración Propia 2019.

A continuación, se agruparon en 7 variables los hallazgos de las entrevistas con los expertos. Un ejemplo del formato de entrevista se puede ver el anexo No 1.

5.1.1. Hallazgos entrevistas a Expertos.

VARIABLE CLAVE 1	
¿QUÉ NOS IDENTIFICA COMO SOCIEDAD EN TÉRMINOS DE CONFIANZA?	
Hallazgo	Entrevista
La confianza se mide dentro del marco de las relaciones interpersonales y Capital Social.	(...) Tenemos un problema super crónico desde el tema de confianza que es la base para construir relaciones solidarias. Sino hay confianza interpersonal, con las demás personas, pues la construcción de relaciones solidarias, cooperativas, con los vecinos, todo se mide dentro del marco de capital social y es lo que llamamos tejido social y la construcción de tejido social se vuelve aún más complicada. (García, 2018).
El indicador de confianza también está relacionado con la confianza interinstitucional y la percepción de corrupción.	Si no hay un confianza personal e institucional difícilmente se logra construir relaciones cooperativas y se logra construir un tejido social más o menos consistente que pueda llegar a desarrollar otro tipo de actividades comunitarias. (...) (García, 2018).
Desarrollo económico, está atado al desarrollo como comunidad.	Para producir desarrollo económico, se necesita el desarrollo de la comunidad y el de necesidad de logro; para que este desarrollo sea sostenible. Porque si nosotros podemos tener un aumento de necesidad de logro, pero no hay una desarrollo de comunidad, ese crecimiento económico no es sostenible. (García, 2018).
La base del emprendimiento, debe ser la construcción de relaciones solidarias, interpersonales, de tejido social, para que sean sostenibles.	Hay una gran cantidad de iniciativas de emprendimiento de apoyo a microempresarios, proyectos productivos; pero cuando sobre la base de esos proyectos productivos, no hay una construcción de relaciones solidarias, interpersonales, de tejido y capital social, esas economías no son sostenibles, porque no está la estructura, lo que adhiere las personas. No hay una estructura que los sostenga. (García, 2018).
La confianza está relacionada con la cultura de las comunidades, esto cambia dependiendo la región del País.	El nivel de confianza está diferenciado en cada una de las regiones del País. En Bogotá es difícil, no sabemos el nombre del vecino, desconfiamos de todos, no hay acercamiento. En la Costa es más cercano, es un tema cultural. (Molano, 2018)

VARIABLE CLAVE 1	
¿QUÉ NOS IDENTIFICA COMO SOCIEDAD EN TÉRMINOS DE CONFIANZA?	
Hallazgo	Entrevista
La confianza es un estado de seguridad personal.	La confianza es un estado de seguridad o un sentimiento que estoy seguro con la otra persona, puedo estar tranquilo, es un pacto en una relación de amistad, vecinos: “Estoy segura, que no me vas a transgredir, vas a cumplir el rol y papel y tu responsabilidad. No existe la necesidad de un contrato explícito, un castigo de la ley. Surge entonces el tema de la moralidad (....) (García, 2018).
El radio de confianza parte de la familia, amigos, vecinos, barrio, comunidad.	(....) El radio de confianza sea más amplio cada vez, no solamente con la familia, con mi vecindad, que puede confiar en la junta de la comunidad, en los colegios, esto implica que se amplió el radio, pero no es una condición individual, es de estructuras. Hay que darle razones, hechos. Si vivo en un barrio inseguro esto no va a ser tan asertivo, seguridad en mi localidad, en el consejo de la comunidad. Qué el radio de confianza se amplió, no solo es una condición individual, hay que darles razones, hechos. (García, 2018).

VARIABLE CLAVE 2

**LA ECONOMÍA COLABORATIVA, ES UN MODELO ECONÓMICO QUE APROVECHA LA SUBUTILIZACIÓN DE LOS
ACTIVOS, TRANSFORMANDO LA MANERA EN QUE CONSUMIMOS Y PRODUCIMOS.**

Hallazgo	Entrevista
La economía colaborativa, aprovecha los activos subutilizados, transformando la manera en que consumimos y producimos.	Economía Colaborativa: Comprar, vender, prestar, intercambiar, donar, negociar a través de la tecnología y las comunidades, transformando la forma de consumimos y producimos. Busca el aprovechamiento, es inclusivo para todo el mundo. Actualmente está agrupados en 19 categorías de productos y servicios. Bogotá es el líder con cerca del 50 % de las iniciativas (Palacios, 2018)
La economía colaborativa, tiene que ver con las distribuciones de bienes y servicios entre diversidad de personas, aprovechando los activos subutilizados.	Es un concepto muy amplio, es el aprovechamiento de activos que están subutilizados, de bajo aprovechamiento; puede ser distribuido entre gran cantidad y diversidad de personas. Las organizaciones pueden lograr ahorros importantes. Nosotros hemos registrado ahorros y optimización de costo. (Meneses, 2018)
La economía colaborativa, está basada en el cooperativismo, en la unión de comunidades articulados con el capital social.	Es algo que surgió últimamente, basado en el cooperativismo, en la unión de comunidades pequeñas, con un interés comunitario; va más allá de la necesidad de logro y liderazgo empresarial. Se mide desde un indicador de capital social. (García, 2018)
La economía colaborativa, es una forma de intercambiar bienes y servicios.	Es una forma de cooperativismo, asociación para intercambiar bienes y servicios en las comunidades. (Molano, 2018)

VARIABLE CLAVE 3 LOS MODELOS DE NEGOCIO DE ECONOMÍA COLABORATIVA, PARTEN DEL PRINCIPIO DE CONFIANZA ENTRE LAS PARTES	
Hallazgo	Entrevista
Es posible ampliar el radio de confianza, a partir de las relaciones comunitarias del barrio.	La “teoría de transformación”, lo que hemos identificado es la necesidad de la construcción de ámbitos intermedios, entre el barrio y ciudad. Unos ámbitos que logren articular, sacar al barrio de su aislamiento; pueden estar en sociedades, las comunidades son muy unidas, pero no están conectadas con otros grupos sociales más amplios, llamados capital social que fomentan otras dinámicas. (...) (García, 2018).
El indicador de confianza también está relacionado con la confianza interinstitucional, percepción de corrupción	Si no hay un confianza personal e institucional difícilmente se logra construir relaciones cooperativas y se logra construir un tejido social más o menos consistente que pueda llegar a desarrollar otro tipo de actividades que pueden sean comunitarias. (...) (García, 2018).
El umbral de confianza tiene en cuenta el nivel educativo, empieza con bachillerato completo. Si aumenta los niveles de educación, aumenta los niveles de confianza y participación.	El tema de nivel educativo se ha incluido dentro de las variables, hemos identificado un umbral: Qué es el bachillerato completo, son personas que adquieren relaciones diferentes con la estructura institucional, nuestra tesis es que interactúan en un mundo moderno, conocen las estructuras institucionales y pueden participar, validar la información FENOVAL. (...) (García, 2018).
En Bogotá los niveles de confianza son muy bajos respecto al resto del país.	En Bogotá se ha puesto el foco sobre el estudio de participación, han pasado muchas cosas, se hizo un ejercicio el año pasado, en la participación, como la gente participaba en los planes de desarrollo local. Nos encontramos que hay una ruptura en los procesos participación. La queja del distrito es que nadie participa, es un problema de estructura no solamente en Bogotá sino en otras ciudades. (García, 2018).
La confianza se genera de forma reciproca.	la confianza que se puede generar, como factor decisivo del modelo de negocio. Está en la estrategia de como generar confianza sin ser rígido, el colombiano tiene una característica particular: Exige información de con quien está conectado, pero no le gusta dar su propia información. (Meneses, 2018).

VARIABLE CLAVE 4 LA ECONOMÍA COLABORATIVA, DIGITAL SE AUTORREGULA A TRAVÉS DE MECANISMOS DE CONFIANZA, DE HUELLA DIGITAL	
Hallazgo	Entrevista
La autorregulación debe ser de forma abierta. Cuantitativa y cualitativa.	Los filtros de seguridad, como la certificación de correo, integración de redes sociales. El tema de retroalimentación de los usuarios es clave, no solamente como una calificación estándar, sino nos gusta calificar todos los aspectos posibles: Puntualidad, Comodidad, comportamiento, limpieza del vehículo, comentarios abiertos que las personas puedan expresar. (Meneses, 2018).
La reputación digital, aún es muy joven en Colombia, está por desarrollarse.	La reputacional digital, creo que es muy joven en Colombia; el nivel de confianza es clave. Facebook nos dio el impulso, por eso dimos esa conexión, cuando el usuario se conectaba y se daba cuenta que había amigos en común, se generaba confianza. (Meneses, 2018).
La reputación digital se está generando a través de las nuevas comunidades digitales.	La moneda del siglo 21, generar reputación a través de nuevas comunidades digitales: Facebook, LinkedIn, Instagram. (Palacios 2017)
Las relaciones sociales están ahora mediadas por las redes sociales.	Las relaciones interpersonales, están a hora muy mediadas por las redes sociales y el internet. Incluso formas de participación cívica se han venido transformado, a través de: Marchas de protesta, se hacen denuncias, se crean comunidades, empieza a tomar otras formas que hay que estudiarlas a profundidad. En este momento se está procesando la información del último estudio de capital social, en donde se abordan este tipo de relaciones (García, 2018).

VARIABLE CLAVE 5

SE DEBEN SUPERAR LAS BARRERAS REGULATORIAS EN LOS NUEVOS MODELOS DE ECONOMÍA COLABORATIVA, QUÉ IMPIDEN UN DESARROLLO MÁS ACELERADO.

Hallazgo	Entrevista
La falta de regulación puede convertirse en una barrera para desarrollar los modelos de negocio entorno a la economía colaborativa.	Es una barrera, no está impactando en este momento, pero sabemos que va a llegar un factor negativo. Una vez que la plataforma tenga un número de usuario importantes, va a ser un punto de inflexión, (Meneses, 2018).
La tecnología y los nuevos modelos de negocio avanzan más rápido que las regulaciones.	La tecnología está avanzando más rápido que los nuevos modelos de negocio asociados a la economía digital, colaborativa, frente a la regulación. En Colombia falta acelerar estos procesos. (Meneses, 2018).
Es prioridad es lograr que estas regulaciones en la economía colaborativa tengan la visión de todas las partes interesadas.	Se debe trabajar con todas las partes interesadas en los temas de regulación, con la voz desde: Sociedad civil, emprendedores, gobierno, inversores. Hay que evitar frenar nuevas formas económicas demandadas en el mundo. (Palacios, 2018)
Generar la sinergia necesaria entre los modelos de negocio tradicionales y digitales, para lograr una transición adecuada.	Hay que reglamentar la tecnología enmarcada en los nuevos modelos de negocio digitales, en armonía con los modelos tradicionales. Ya no compramos, sino usamos, partimos de la capacidad abundante. (Palacios, 2018)

VARIABLE CLAVE 6
EL DESARROLLO DE UN MODELO DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN CONJUNTOS RESIDENCIALES ES POSIBLE DESDE EL ÁMBITO LEGAL Y ECONÓMICO

Hallazgo	Entrevista
<p>Es posible comercializar productos y servicios dentro los conjuntos residenciales, cambiando la destinación de uso del suelo, con ciertas restricciones.</p>	<p>Se tendría que elevar una solicitud al curador urbano, para un uso mixto del suelo, de acuerdo con el plan de ordenamiento territorial de cada municipio es la ley. (Molano, 2017). De hecho, hoy existen intercambios económicos tradicionales y de trueque dentro de los conjuntos residenciales. El nivel de proximidad posibilita los intercambios económicos dentro de los conjuntos residenciales.</p>
<p>A través del reglamento de propiedad horizontal, una vez sea aprobado el uso mixto, y teniendo en cuenta las restricciones de los productos y servicios ofrecidos, sería posible comercializar productos y servicios.</p>	<p>El consejo de administración podría cambiar el reglamento de propiedad horizontal, protocolizar la licencia y la resolución que me da el curador urbano para el uso de carácter y destinación mixto, pero le aplicamos las restricciones, ejemplo solamente hasta las siguientes profesiones: Profesores, sociólogos, psicólogos, abogados, etc. (Molano, 2017).</p>
<p>Es condición imprescindible, para que se pueda comercializar productos y servicios, asumir un comportamiento de No afectación a los residentes del conjunto, en cuanto a: Ruido, Olores, circulación de personal ajeno.</p>	<p>Tenemos que hacer varias diferencias, porque resulta que si el caso fuera un profesional de Odontología, no podría montar su consultorio. Porque necesita aparatos, asepsia, higiene, genera residuos patógenos, etc. No lo podría hacer; ahora si es psiquiatra, este no necesita una infraestructura. Las famosas profesiones liberales, que no requieren una infraestructura para funcionar, que no generan inseguridad, ruido, olores, circulación de gente ajena a los residentes del conjunto. (Molano, 2017).</p>

VARIABLE CLAVE 7
LA TECNOLOGÍA ES UNA VARIABLE QUE HA PERMITIDO EL DESARROLLO ACELERADO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA.

Hallazgo	Entrevista
La tecnología genera el poder de escalabilidad y reducción de los niveles de complejidad en los nuevos modelos de economía digital	la tecnología ha sido quien ha podido unificar esa complejidad dentro las plataformas y los nuevos modelos de negocio. Otro es el nivel de escalabilidad, ha permitido que no sean grupos cerrados, al contrario, son más abiertos, incluyentes, es un punto de confluencia. (Meneses, 2018).
La tecnología simplifica las transacciones en el intercambio de productos y servicios.	Juega en la simplificación de la información que se gestiona y se enlaza; al menos desde el nicho que nosotros manejamos, esto existe desde la segunda guerra mundial. (Meneses, 2018).
El internet ha permitido que la economía colaborativa se siga desarrollando de manera acelerada.	Internet nos ha permitido vivir en un mundo globalizado, la hiperconexión, la nueva economía digital, estamos envueltos en la cuarta revolución. (Palacios, 2018)
Los softwares de administración de propiedad horizontal, se han desarrollado para suplir nuevos servicios de: Control, monitoreo, comunicación.	La tecnología dentro del desarrollo de la administración de propiedad horizontal es muy importante, nos hemos preocupado por estar al día. Propiciar la legalidad de estos programas. Hay otros programas que tienes otras funcionalidades como: Entrada y salida de vehículos, mascotas, control de manejo de fachada, aseo, comunicación, etc. Allí se ha presentado informalidad con nuevos programas. (Molano, 2017).
La tecnología ha permitido el aumento de la participación de las personas en formas de control social, solidaridad, negocios.	Factor de Fenoval. Hay otros componentes a esa dimensión de redes, internet, que están asociados a la participación, como te hablaba de tener otras formas de participación, de control social; si bien a través de las redes sociales se pueden hacer mecanismos de: Denuncia control, solidaridad, negocios, etc. (García, 2018).

5.1.2. Resultados entrevista expertos.

A partir de resultados de la investigación exploratoria se lograron generar los siguientes hallazgos:

- En las variables relacionadas con confianza, entre mayor nivel de escolaridad sube el nivel de confianza interpersonal y varían dependiendo la región en País, en Bogotá esos niveles han ido descendiendo.
- Los niveles de confianza aumentan de forma radial: Familia, amigos, vecinos, compañeros de trabajo, Barrio, Localidad, Ciudad, País. Las relaciones comunitarias propician los intercambios económicos. Resultados medición de Contrial 2011.
- Las formas de relaciones personales han ido cambiando de acuerdo con los avances tecnológicos, en las redes sociales determinado formas de autorregulación a través de esquemas de reputación digital, es calificado el desempeño y la confianza.
- Se evidencia avances en el desarrollo de mercado de modelos de negocio de economía colaborativo, incluyen todos factores en el ecosistema. Actualmente se encuentran concentrados en 19 categorías del Hub Connecting The Dots, negocios en diferentes sectores. Bogotá es el líder con cerca del 50 % de iniciativas. Están dadas las condiciones actuales para emprender en el entorno.
- Actualmente las variables regulación se ha convertido en una barrera de entrada para las iniciativas asociadas a la economía digital y modelos colaborativos, sin embargo, hay esfuerzos en proponer esquemas de regulación en el ecosistema.
- Es posible comercializar productos y servicios en los conjuntos residenciales cambiando la destinación de uso a uno mixto, con ciertas restricciones. Esto sería a través de una solicitud por parte del consejo de administración al curador urbano. La regulación la realizaría el consejo de administración. Sustentado en la Ley 675, 2001.
- La tecnología ha permitido que los negocios de economía colaborativa sean escalables, pueden llegar a un mayor volumen de personas, es un facilitador de relaciones comerciales, disminuyendo los costos de transacción.

Si bien el volumen de las entrevistas a expertos no es amplio, proporciona un acercamiento, genera posiciones frente a las variables de: Confianza, mercado, tecnología y regulación, en la formulación de un modelo de economía colaborativa.

5.2. Resultados encuesta residentes de conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.

5.2.1. Descripción de la muestra:

Tipo de Muestra: No probabilística.

- Se realizó una recogida de datos en la ciudad de Bogotá. Mediante el lanzamiento de un cuestionario utilizando la aplicación “Formularios” de Google Drive, se envió un hipervínculo de la encuesta a amigos, familiares y conocidos por correo electrónico, redes sociales y WhatsApp. En el mensaje enviado se invitaba a dichas personas a compartir el enlace para incrementar las respuestas y participación en la investigación. Al acceder al cuestionario, se mostraba una pantalla de bienvenida indicando al encuestado el objetivo.

5.2.2 Diseño:

Se diseño para obtener información de las variables estudiadas en la economía colaborativa así:

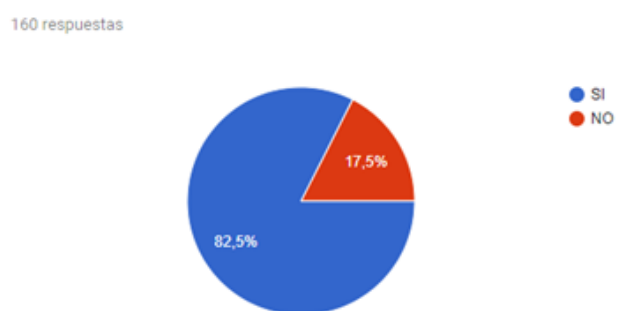
- Primera parte el conocimiento de los productos y consumidores.
- Segunda parte preguntas relacionadas con el Mercado de productos y servicios en los conjuntos residenciales.
- Tercera parte preguntas racionadas con los niveles de confianza entre vecinos, la administración y actividades comunitarias en los conjuntos residenciales.
- Cuarta parte preguntas racionadas con usos de tecnología: Plataformas de compras, Domicilios, canales de comunicación en los conjuntos residenciales y niveles de proximidad.
- Por último, se pregunta sobre: La posibilidad de compartir y conocimiento de la economía colaborativa.

5.2.3. Datos:

A continuación, se detallan los resultados de las encuestas realizada:
Contestaron 160 personas; 132 contestaron si a la pregunta: Si viven en conjuntos residenciales, sobre estos se aplicó la totalidad de las preguntas.

A continuación, se presenta los resultados:

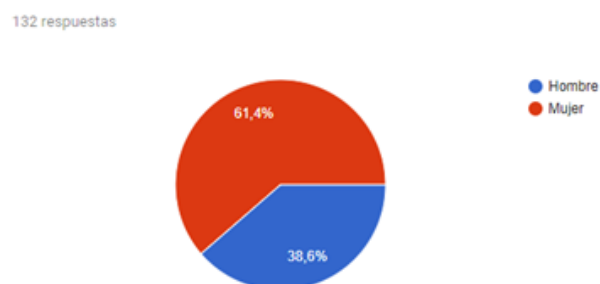
Figura 24: Usted Vive en conjunto residencial?



Fuente: Elaboración Propia 2019

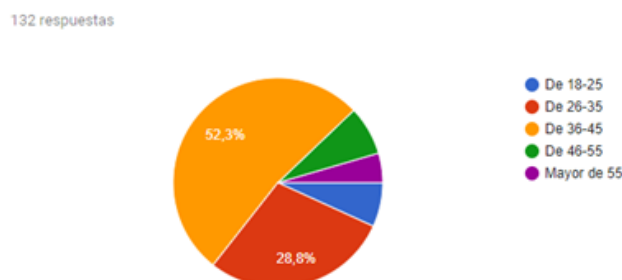
El porcentaje de preguntas afirmativas correspondió al 82,5 %, esto corresponde a la correlación directa de las estadísticas de personas que viven en conjuntos residenciales.

Figura 25: Indique su Género.



Fuente: Elaboración Propia 2019

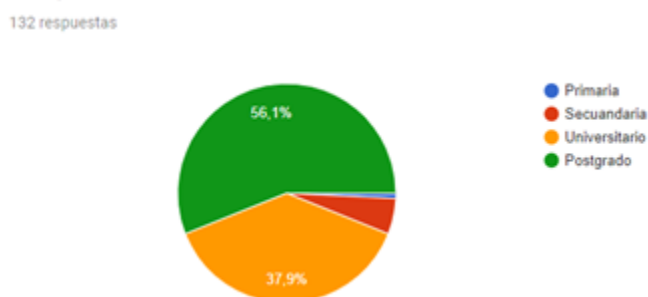
Figura 26: Indique su Edad.



Fuente: Elaboración Propia 2019

El 81 % de edades se concentró entre el rango de edades de: 26 a 45 años, 7,6 % entre 46 – 55 años; entre 18 – 25, 6,8 %; Mayores de 55, 4,5 %.

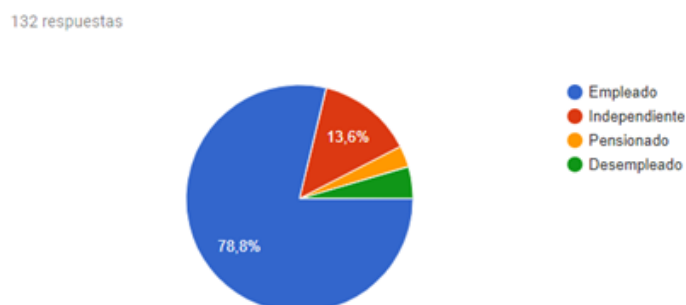
Figura 27: Indique su Nivel de Educación.



Fuente: Elaboración Propia 2019

El 94 % de las personas encuestadas están en el nivel de educación Universitario y Postgrado, secundaria, 5,3 %, primaria 0,8 %.

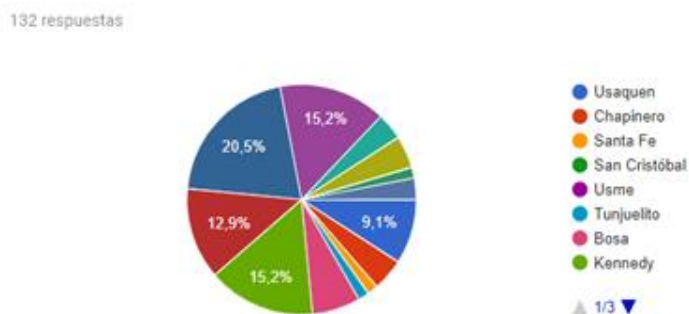
Figura 28: Ocupación.



Fuente: Elaboración Propia 2019

Desempleados 4,5 %, Pensionados 3%, 13,6 % Independiente, 78, 8 % Empleados.

Figura 29: En Qué Localidad está ubicado?



Fuente: Elaboración Propia 2019

El 64,1 % está concentrado en las localidades de: Engativá, Suba, Fontibón y Kennedy, 9,1 % Usaqué, 6,8 % Bosa.

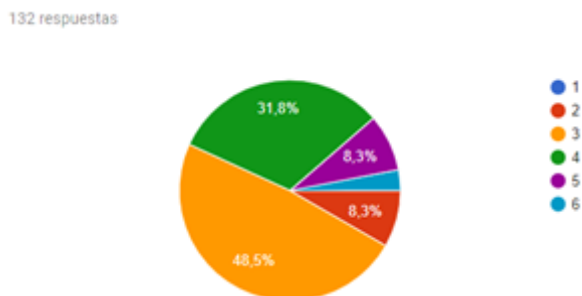
En la Figura 29. se muestra la ubicación de las 13 Localidades en donde se encuentran las preguntas encuestadas. Las localidades no encuestadas fueron: Puente Aranda, Candelaria, Mártires, San Cristóbal, Sumapaz y Usme.

Figura 30: Mapa de la ubicación de las personas encuestadas por Localidad.



Fuente: Elaboración Propia 2019

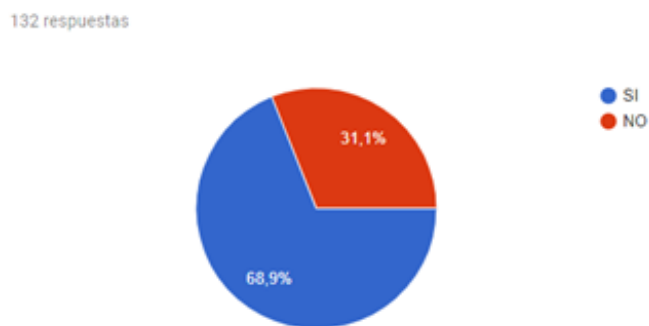
Figura 31: Estrato.



Fuente: Elaboración Propia 2019

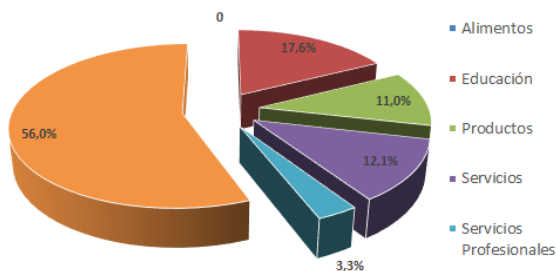
El 80,3 %, están concentradas entre los estratos 3 y 4; el 2 con 8,3 %, el 5 y 6 con 11,4 %.

Figura 32: ¿Estaría dispuesto a vender un producto o servicio dentro de su conjunto residencial? Ejemplo: Servicios de asesoría Legal, Financiera, Clases de Idioma, Comida, Postres, etc.



Fuente: Elaboración Propia 2019

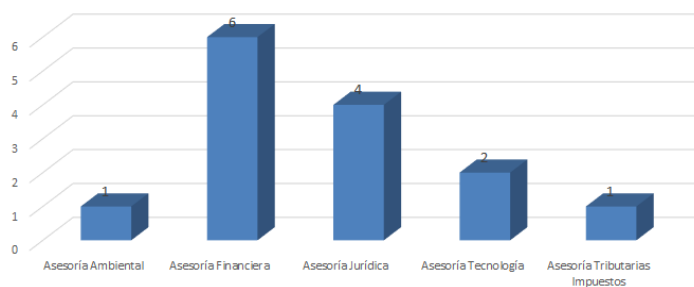
Figura 33: ¿Qué producto o servicio vendería?



Fuente: Elaboración Propia 2019

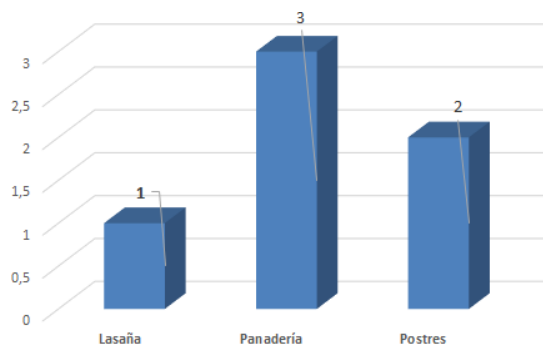
El total de personas que respondieron fue 91. El 56,6 % está en Servicios Profesionales, 17,6 % Alimentos, 12,1 % Productos, 11 % Educación.

Figura 34: Servicios Profesionales x Tipo de Asesoría



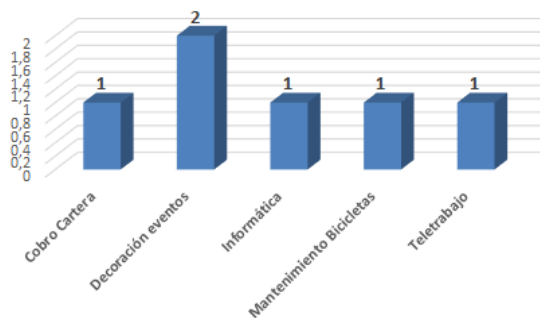
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 35: Alimentos x Tipo



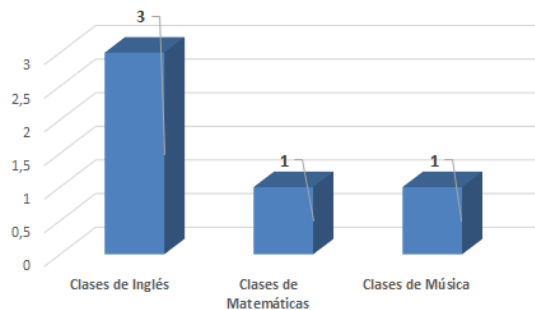
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 36: Servicios x Tipo



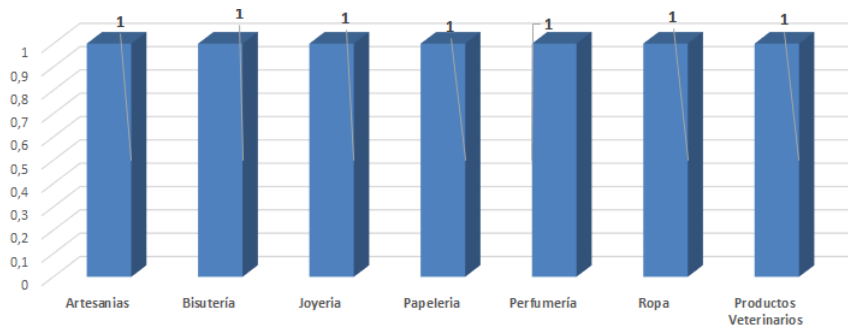
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 37: Educación x Tipo



Fuente: Elaboración Propia 2019

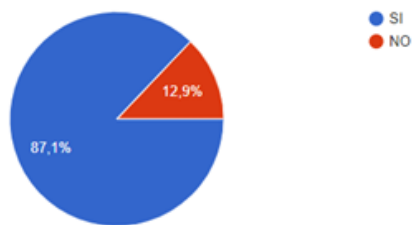
Figura:38 Productos x Tipo



Fuente: Elaboración Propia 2019

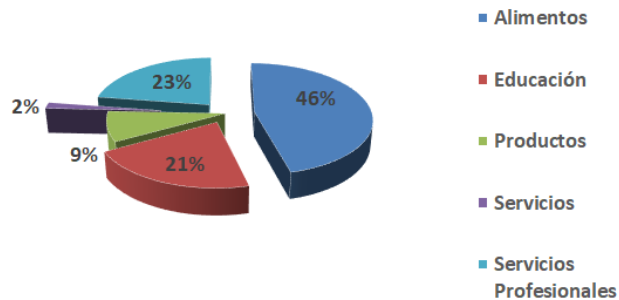
Figura 39: ¿Estaría dispuesto a comprar un producto o servicio dentro de su conjunto residencial? Ejemplo: Servicios de asesoría Legal, Financiera, Clases de Idioma, Comida, Postres, etc.

132 respuestas



Fuente: Elaboración Propia 2019

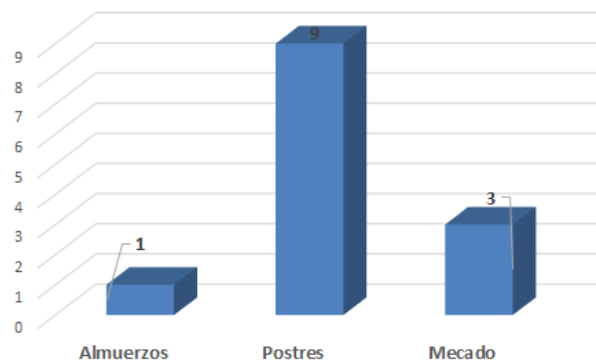
Figura 40: Qué producto o servicio compraría?



Fuente: Elaboración Propia 2019

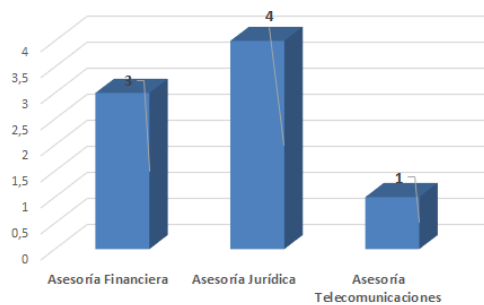
El total de personas que respondieron fue 115. El 46 % Alimentos, 23 % servicios profesionales, Educación 21 %, Productos 9 % y 2 % otros servicios.

Figura 41: Alimentos x Tipo



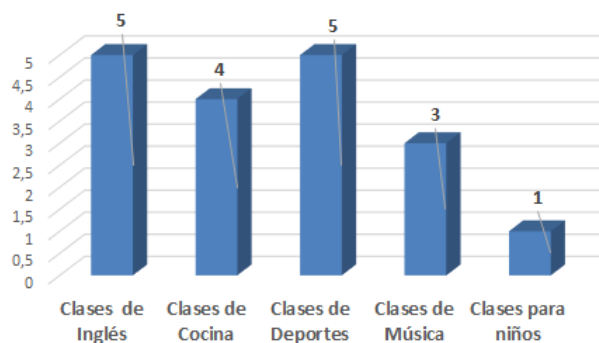
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 42: Servicios Profesionales x Tipo Asesoría



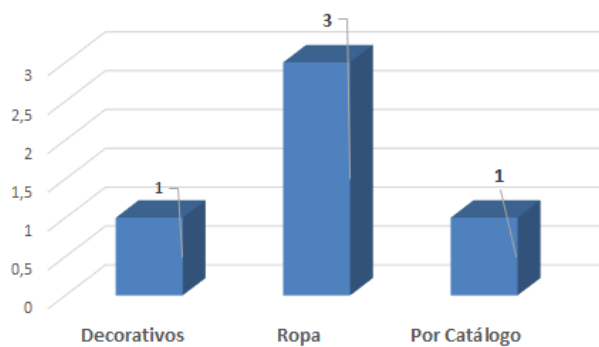
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 43: Educación x Tipo de Clases



Fuente: Elaboración Propia 2019

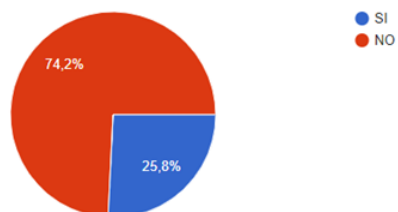
Figura 44: Productos x Tipo



Fuente: Elaboración Propia 2019

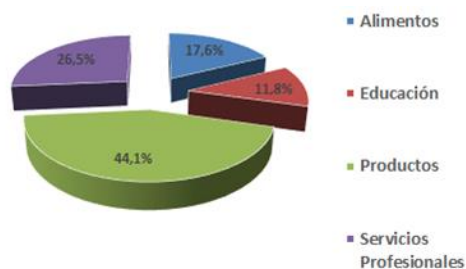
Figura 45: ¿Usted ha realizado alguna vez un trueque o intercambio de un producto o servicio?

132 respuestas



Fuente: Elaboración Propia 2019

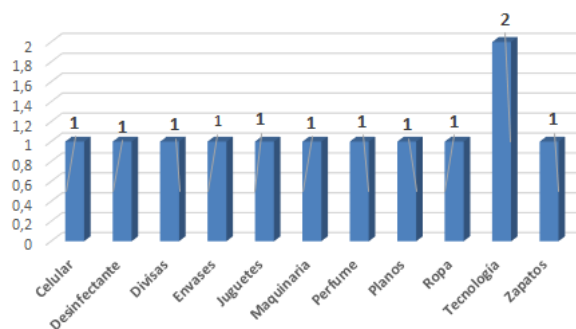
Figura 46: Porcentaje de personas que Han realizado Trueque por tipo de productos y Servicios



Fuente: Elaboración Propia 2019

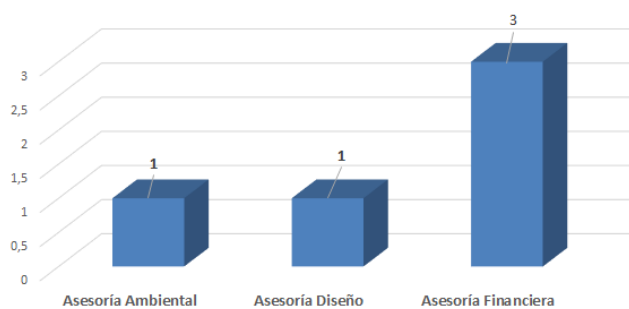
El total de personas que respondieron fue 34. El 44,1 % Productos, 26,5 % Servicios profesionales, 17,6 % Alimentos, 11,8 % Educación.

Figura 47: Productos x Tipo



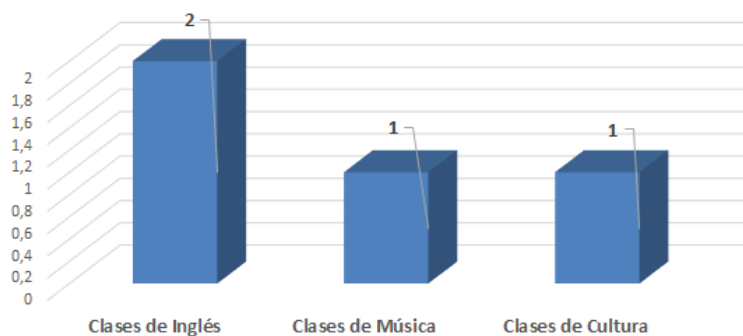
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 48: Servicios Profesionales x Asesoría



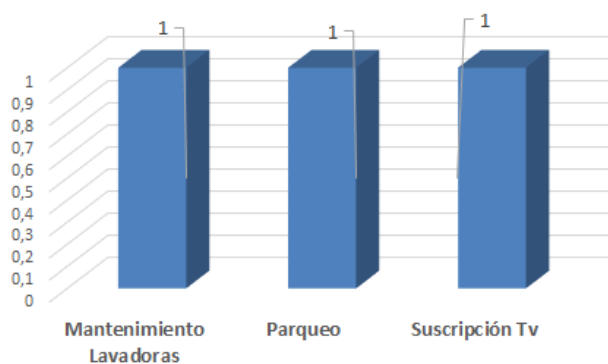
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 49: Educación x Clases



Fuente: Elaboración Propia 2019

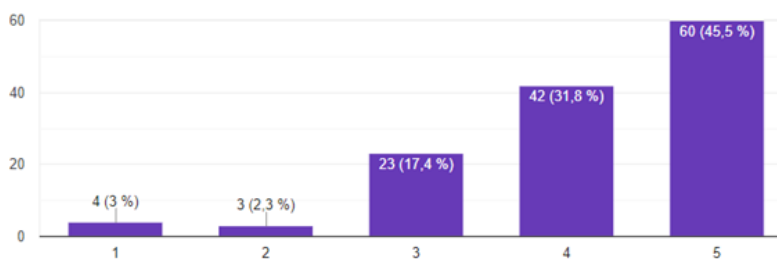
Figura 50: Servicios x Tipo



Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 51: A la hora de comprar un producto o servicio, que tan importante es el nivel de cercanía a su lugar de Residencia. Califique: 1 nivel más bajo, 5 nivel más alto.

132 respuestas

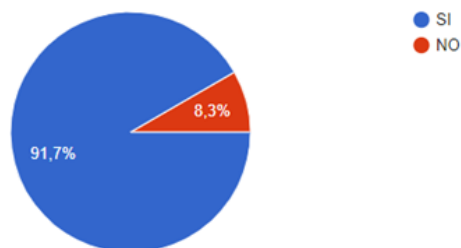


Fuente: Elaboración Propia 2019

Para 102 personas, que corresponden a 77,3 % el nivel de cercanía es importante a la hora de comprar, el 17,3 % califican con 3. El promedio fue 4,14.

Figura 52: Ha usado: ¿Plataformas, App para compra de productos o servicios?

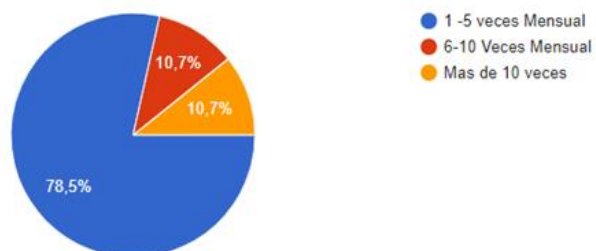
132 respuestas



Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 53: Escoja en nivel de frecuencia a través de: Plataformas, App:

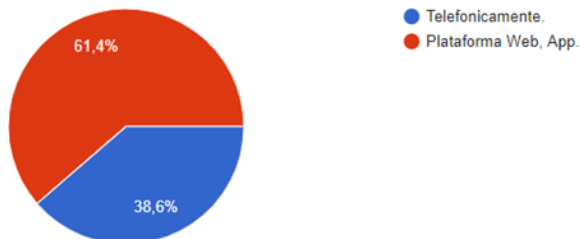
121 respuestas



Fuente: Elaboración Propia 2019

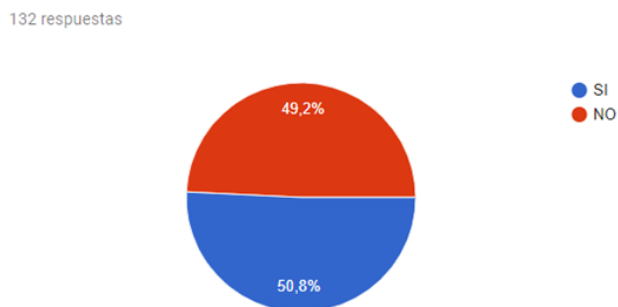
Figura 54: Cuando requiere Domicilios, a través de que medio los solicita:

132 respuestas



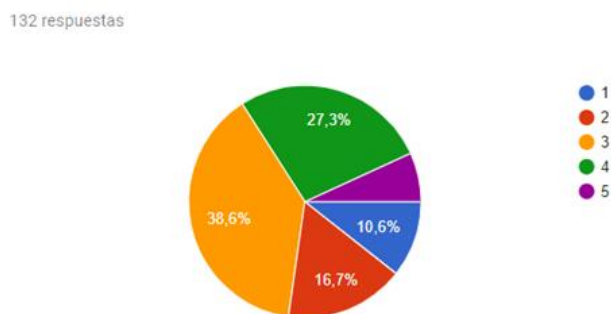
Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 55: Usted conoce a sus vecinos del mismo Piso en donde reside?



Fuente: Elaboración Propia 2019

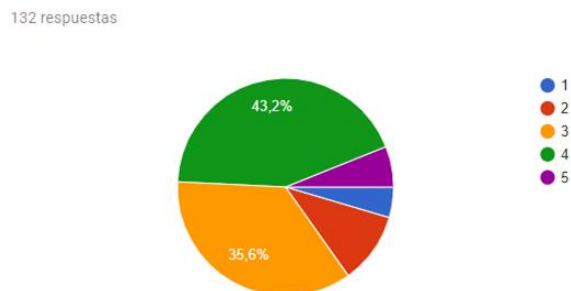
Figura 56: Indique que tanto confía en sus vecinos. Califique: 1 nivel más bajo, 5 nivel más alto.



Fuente: Elaboración Propia 2019

Para 96 personas, que corresponden a 72,7 % calificaron entre 3 – 5 nivel de confianza con sus vecinos. El Promedio fue 3,03.

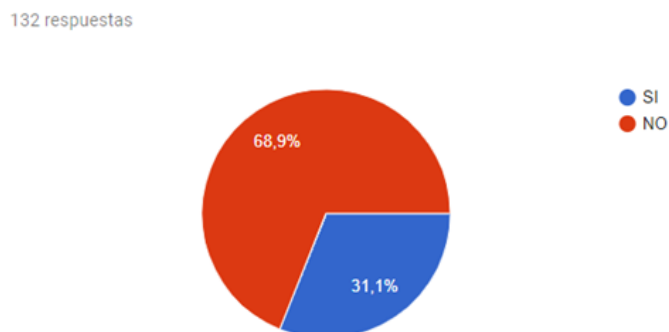
Figura 57: Indique que tanto confía en la administración de su conjunto residencial. 1 nivel más bajo, 5 nivel más alto.



Fuente: Elaboración Propia 2019

Para 112 personas, que corresponden al 84,9 % calificaron entre 3 – 5 el nivel de confianza de la administración del conjunto residencial. El promedio 3,35.

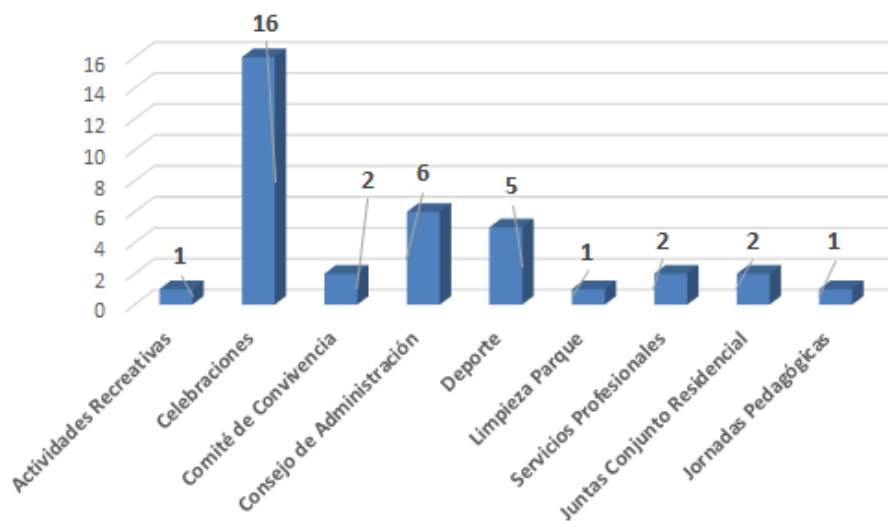
Figura 58: Usted participa en actividades comunitarias, colaborativas, recreativas; dentro del conjunto residencial en donde reside?



Fuente: Elaboración Propia 2019

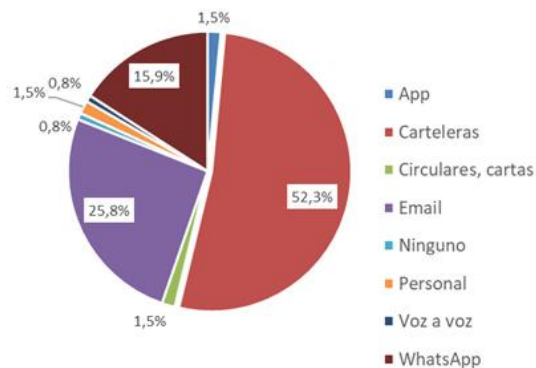
En la figura se detallan las actividades comunitarias en las 41 personas que contestaron. Celebraciones con 16 personas, Consejo de Administración con 6, Deporte con 5.

Figura 59: Detalle actividades que participan.



Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 60: Qué canal de comunicación usan entre vecinos y la administración en el conjunto residencial:

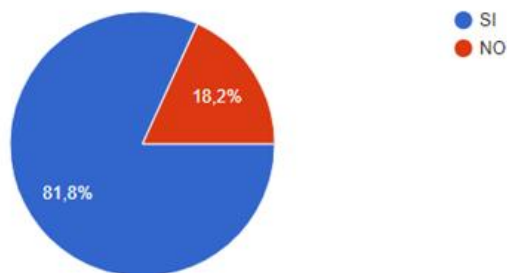


Fuente: Elaboración Propia 2019

El medio de comunicación más usado son las carteleras con 52,3 %. El 43,2 % utilizan medios digitales: Email, WhatsApp y App.

Figura 61: ¿Usted estaría dispuesto a compartir viaje en su vehículo dentro de la ciudad, con sus vecinos?

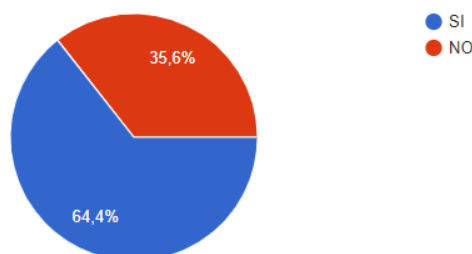
132 respuestas



Fuente: Elaboración Propia 2019

Figura 62: Conoce el concepto de Economía Colaborativa?

132 respuestas



Fuente: Elaboración Propia 2019

5.2.4. Conclusiones de la encuesta:

De acuerdo con el resultado de la muestra se pueden concluir lo siguiente:

- Las características de los encuestados; están concentrados en: Mujeres con un 61,4 %, Profesionales con Postgrado con un 94 %, estrato 3 y 4, con un 80,3 %. El 78,8 % son empleados y para destacar el 13,6 % independientes.
- Localidades encuestas fueron 13 de 20, corresponde al 65 %. El 64,1 % de las personas están concentrado en las localidades de: Engativá, Suba, Fontibón y Kennedy, 9,1 % Usaquén, 6,8 % Bosa. Concentradas en estratos 3 y 4.
- Existen un conocimiento medio del concepto de economía colaborativa con un porcentaje 64,4 %, para un total de 85 persona. Esto se alinea con el resultado del Hub de economía colaborativa y las entrevista a expertos, en donde concluye que hay un espacio importante para socializar los nuevos modelos en economía colaborativa.
- En la opción de compartir de vehículo viajes con sus vecinos en la ciudad, se dio una respuesta afirmativa con 81,8 %, 108 personas. Esto puede estar influenciado con la familiaridad de modelos como: Uber, Cabify.
- En la pregunta sobre Trueque, intercambio, las personas contestaron positivamente con un 25,8, total personas 34. Desagregando el resultado fue: El 44,1 % Productos, 26,5 % Servicios profesionales, 17,6 % Alimentos, 11,8 % Educación. El resultado

fue bajo, pero se puede concluir que hay oportunidades de desarrollo en esta variable.

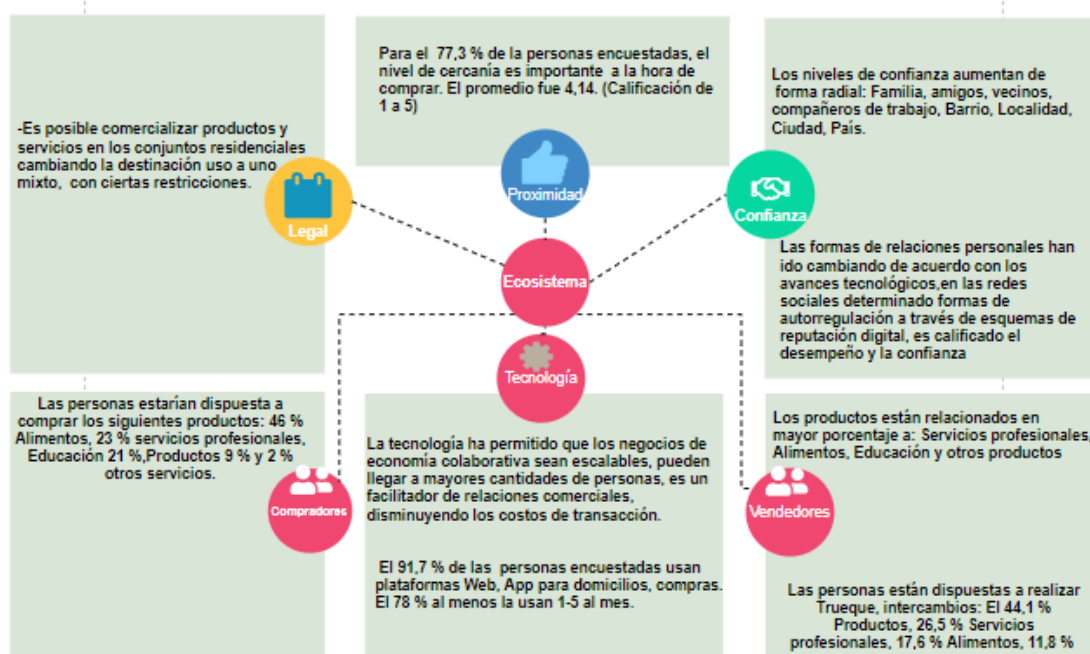
- Para las preguntas asociadas variable de confianza el resultado fue un promedio de 3,14 para el nivel de confianza con vecinos, muy alienado al resultado de Capital social, desarrollado en el capítulo 4. Para el caso de nivel de confianza en la administración fue de 3,35. La pregunta de participación en actividades comunitaria fue: 31,1 %.
- Para las preguntas asociadas a la variable de tecnología, el resultado en el uso de plataformas fue alto con un 91,7 %, 121 personas. El 78 % al menos la usan 1-5 veces al mes. Las personas prefieren el uso de plataformas, App para solicitar domicilio con: 81 personas 61,4, %. El medio de comunicación más usado son las carteleras con 52,3 %. El 43,2 % utilizan medios digitales: Email, WhatsApp y App. Los avances de la tecnología se ven reflejados en estos resultados y el impulso de las nuevas plataformas de compra y domicilios. Este concentrado en los estratos 3 a 5.
- Para las preguntas asociadas a variables de mercado de productos y servicios, el resultado fue alta, para compra la respuesta fue positiva con: 87,1 % y venta con 68,9 %. Los productos están relacionados en mayor porcentaje a: Servicios profesionales, Alimentos, Educación y otros productos. En esta medida existen esas condiciones para el desarrollo de la economía colaborativa.

6.PROPOSTA: FORMULACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN CONJUNTOS RESIDENCIALES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

6.1. Hallazgos: Por factor de la investigación, para la formulación del modelo de negocio.

Teniendo en cuenta la investigación exploratoria y cuantitativa, las variables y factores para formular el modelo de economía colaborativa que están presentes en los conjuntos residenciales. En la figura 63, se encuentran los hallazgos para el desarrollo de modelo de negocio:

Figura 63: Hallazgos por factor de la investigación para la formulación del modelo de negocio.



Fuente. Elaboración Propia 2019, Adaptación de (<https://diagrams.visual-paradigm.com>)

Los hallazgos están relacionados, con:

- **Tecnología:** Que tiene que ver con la propuesta de modelo de “Plataforma” y monetización de los productos y servicios.
- **Legal:** Es posible comercializar productos y servicios en los conjuntos residenciales cambiando la destinación uso del suelo a uno mixto, con ciertas restricciones. Esto sería a través de una solicitud por parte del consejo de

administración al curador urbano. La regulación la realizaría el consejo de administración. Sustentado en la Ley 675, 2001. De acuerdo con el producto comercializado aplicaría la legislación de: Protección al consumidor, Invima, derechos de propiedad.

- **Mercado:** Productos y servicios, a partir del resultado de las encuestas y entrevista a expertos. Los intercambios no monetizados a través del resultado de las encuestas. Los porcentajes más altos fueron: Servicios profesionales, Alimentos, Educación y otros productos (Vestuario, herramientas). Se alinea a los resultados de restricciones legales dentro de los conjuntos residenciales.
- **Confianza:** Modelo de autorregulación, como fuente de la fundamentación teórica, las entrevista a expertos y las encuestas.

Teniendo en cuenta las conclusiones del comportamiento radial de los niveles de confianza interpersonal del Dr. Sudarsky y los fundamentos de la proximidad se encuentra la intercepción en los factores: Vecinos y conjunto residenciales como se observa en la figura 64.

Figura 64: Intercepción de círculos radiales de Confianza y Proximidad.



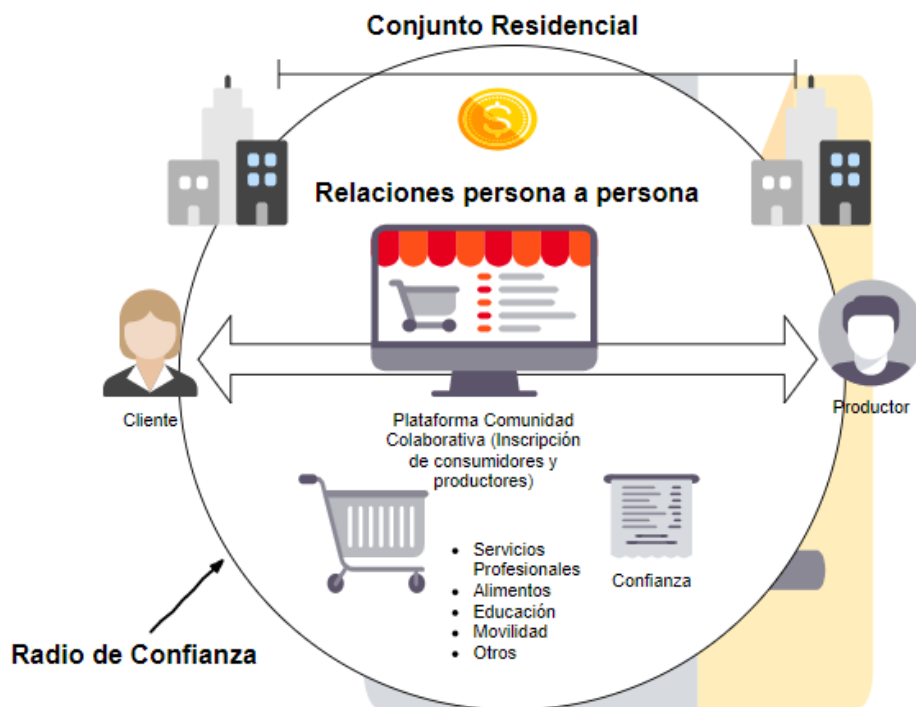
Fuente: Elaboración Propia 2019.

En esta intercepción se dan las condiciones de Mercado de productos y consumidores, que pueden generar transacciones económicas y de intercambio.

6.2. Modelo Propuesto

La modelo propuesta es bajo un esquema de economía de plataforma intermediadora. Esto con el objetivo de lograr la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales (P2P o P2B) o de particular a profesional a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente, generando un aprovechamiento eficiente y sostenible de los bienes y recursos ya existentes e infrautilizados permitiendo utilizar, compartir, intercambiar o invertir los recursos o bienes, pudiendo existir o no una contraprestación entre los usuarios. (SE Sharing España, 2017, pág. 9).

Figura 65: Boceto de Modelo Economía Colaborativa en conjuntos residenciales.



Fuente: Elaboración propia, 2019

6.2.1. Ventajas de Modelo de Plataforma

Logra a múltiples agentes (productores y consumidores) interactuar por medio de un proveedor, una infraestructura que los conecta y permite un nivel de escalabilidad alto, bajos costos por transacción. Estas son las ventajas del uso de modelo de Plataforma (SE Sharing España, 2017, pág. 10):

- La eficiencia de los modelos basados en plataformas.
- La existencia de efectos de red.
- La reducción de intermediarios.
- El uso de la tecnología, que ha sido fundamental en el auge de la economía colaborativa.
- Los avances en innovación en la prestación de servicios facilitando la inmediatez y la reducción de costes de transacción.
- El impacto medioambiental positivo.
- El empoderamiento del consumidor y usuario.
- Las plataformas habitualmente crean comunidades de usuarios.

Estas comunidades de usuarios hacen uso de los sistemas de reputación de dichas plataformas y generan confianza entre ellos, disminuyendo o haciendo desaparecer la información asimétrica del mercado.

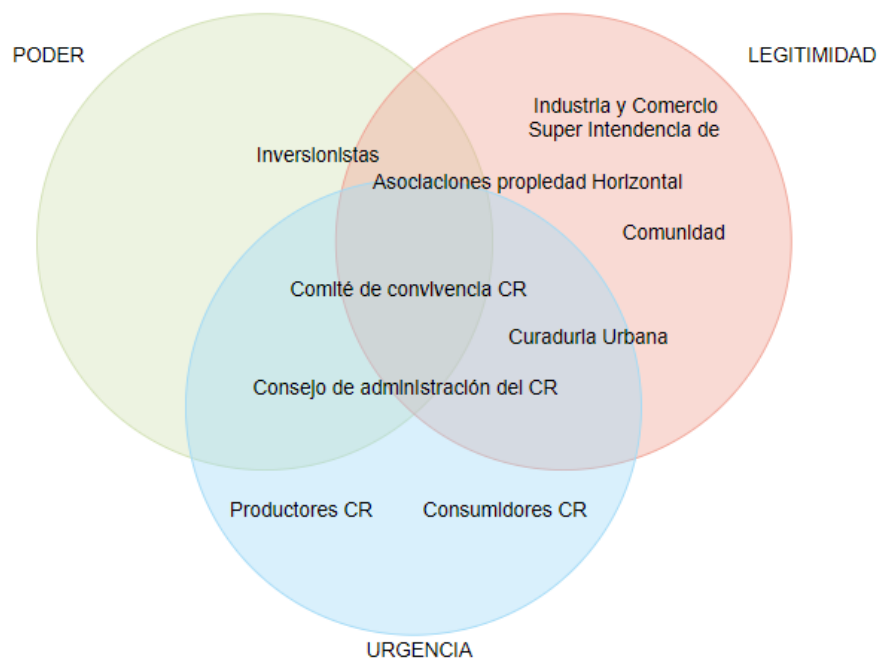
Figura 66: Estrategias en diseño de productos Digitales.

RÁPIDOS : investigables al instante, identificables y accesibles	PERSONALIZABLES : permitiendo intervenir directamente en la creación de soluciones personalizadas, perfectas para cubrir necesidades específicas
RELEVANTES : cumpliendo necesidades en el contexto en el que ocurren, de un modo relevante y preciso, sin necesitar de intervención	HUMANOS : relacionándose con nosotros de un modo amigable, interpretable, entendible, accesible y sensible, interactuando con nosotros como seres humanos

Fuente: (Toolkit, 2017)

Las soluciones de plataforma permiten personalizar de forma rápida, las necesidades de los productores y consumidores, tendiendo la información recogida en las encuestas sigue esta dinámica.

Figura 67. Clasificación de grupos de interés según poder, legitimidad y urgencia.



Fuente: Elaboración propia, 2019

La clasificación según Poder, Legitimidad y Urgencia permite reconocer los principales actores de mayor importancia para el proyecto y con quienes se debe establecer contacto desde el inicio de este para garantizar su realización efectiva. El acercamiento inicial los productores y consumidores en los residenciales es fundamental para profundizar las necesidades. El consejo de administración tiene un poder importante para el desarrollo del modelo. La comunidad generar el: Voz a voz.

6.2.2. Productos y Servicios del modelo.

De acuerdo con el proceso de investigación de campo, de los resultados de las encuestas y relacionado con las restricciones legales de propiedad horizontal en los conjuntos residenciales, obtenidos en los hallazgos del experto. Estos serían los Productos y servicios ofrecidos, abarcan 5 categorías así:

Tabla 8: Productos y Servicios del modelo de Economía Colaborativa en Conjuntos Residenciales.

Productos y Servicios (Sector)	Economía Colaborativa	Bajo Demanda
MOVILIDAD Y TRANSPORTE		
Carpooling	X	
Servicios de bicicletas compartidas	X	
TAREAS Y TRABAJO		
Bancos de Tiempo	X	X
CONSUMO		
Regalo, trueque o recirculación de bienes	X	
Alquiler de objetos y herramientas de segunda mano.	X	
Préstamo de objetos, herramientas entre particulares	X	
CONOCIMIENTO Y EDUCACIÓN		
Educación PYP	X	
GATRONOMIA		
Venta de comida entre particulares	X	X
Compartir comida entre particulares	X	
Grupos de consumo	X	
Intercambio de comida	X	
Donar comida	X	

Fuente: Adaptado de (SE Sharing España, 2017, págs. 19-26)

6.2.3. Modelo de Ingresos.

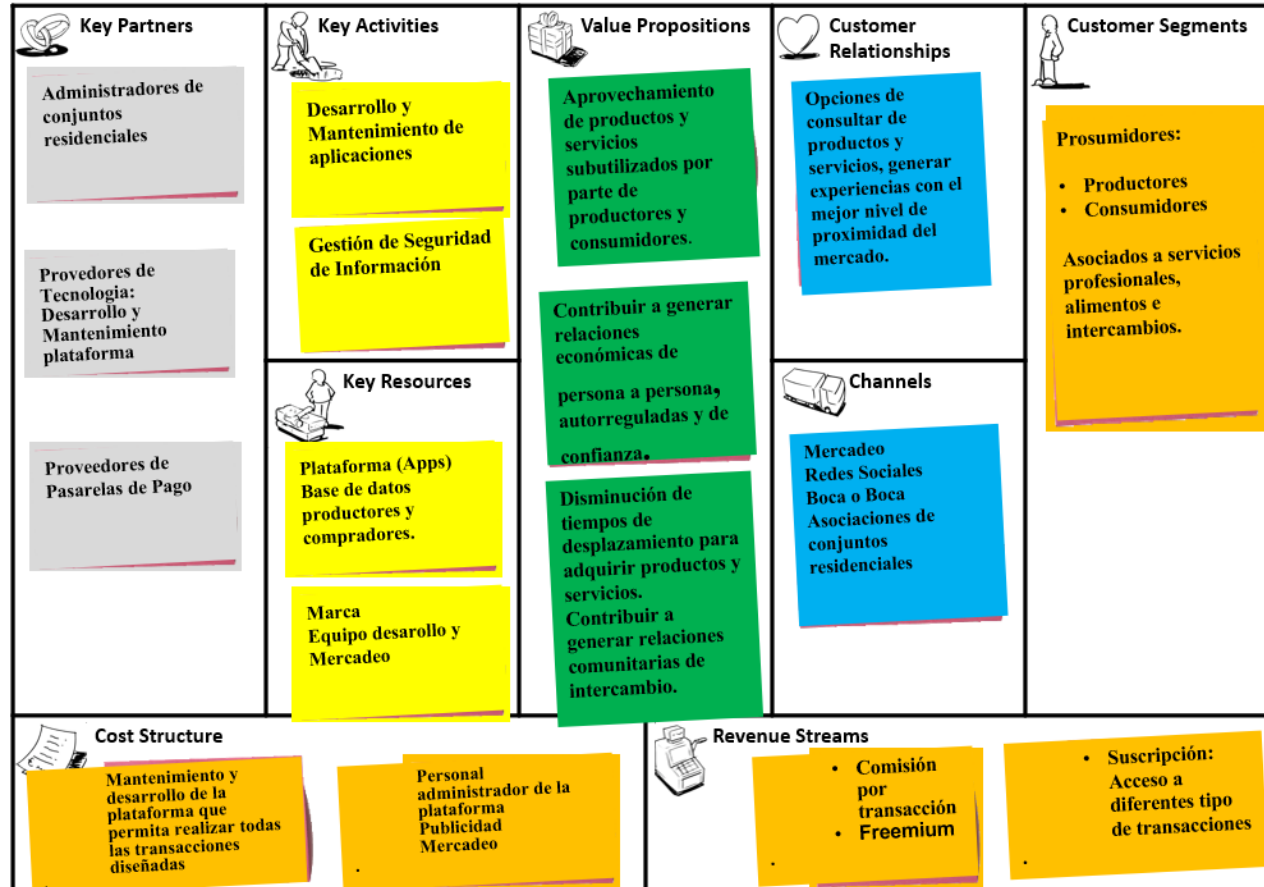
A continuación se relaciona los diferentes modelos de ingresos que se adoptarían:

Tabla 9: Modelo de Ingresos.

NOMBRE	DEFINICIÓN
Comisión por el servicio o la transacción	Es el modelo más habitual. La compañía se queda con una comisión por posibilitar la relación entre productor y consumidor. La propuesta es de 5%.
Freemium	Se ofrece un servicio básico o un uso limitado de la plataforma de manera gratuita. Los usuarios pueden adquirir servicios adicionales o funciones exclusivas.
Tarifa plana de suscripción o membresía y cobro por uso	Se cobra una cuota única o anual de membresía (a veces con diferentes planes en función de la frecuencia de uso). Además, hay un costo adicional por el uso de los productos.

Fuente: Elaboración Propia, 2019.

Figura 68. Modelo de Negocio Economía Colaborativa en Conjuntos Residenciales.



Fuente: Elaboración Propia 2019, adaptación 6 Lienzo: Adaptación del “B” Canvas Business Model. Diseñado por: 3vectores.com e innodriven.com, basado en el Canvas de Osterwalder y Pigneur (Osterwalder & Pigneur, 2011). Licencia Creative Commons.

6.2.4. Modelo de Negocio.

A continuación se detalla la descripción de lienzo de bloque:

Clientes:

El modelo de negocio estará dirigido a dos segmentos de clientes productores y consumidores; es decir, para que uno de los segmentos de clientes reciba valor, debe existir el otro.

Productores: Poseen la necesidad de ingresos adicionales a través de productos y servicios subutilizados.

Consumidores: Tiene la necesidad de adquirir productos y servicios, con niveles de proximidad bajos y tiempos ágiles.

Propuestas de Valor:

- Aprovechamiento de productos y servicios subutilizados por parte de productores y consumidores.
- Contribuir a generar relaciones económicas de persona a persona, autorreguladas y de confianza.
- Disminución de tiempos de desplazamiento para adquirir productos y servicios. Contribuir a generar relaciones comunitarias de intercambio, trueque; No necesariamente monetizadas.

Canales de Distribución:

- Los canales de comunicación con los productores y consumidores serán principalmente virtuales. A través de la plataforma, además de redes sociales para su comercialización; Facebook e Instagram. El boca a boca en conjuntos residenciales.
- El fundamental es las inscripciones de productores y consumidores en la plataforma; uso del Smartphone y de los medios digitales para ofrecer y buscar productos y servicios.

Relaciones con Clientes:

La relación se da directamente en las funcionalidades de la plataforma.

Equipo de soporte

- Atención de los requerimientos, inquietudes sobre fallas en la plataforma y funcionalidad a través de: Chat, Telefónico presencial

Módulo de calificación de servicios

- Este módulo de la plataforma permitirá la calificación de los servicios de productores y consumidores, de tal manera que se generen un proceso de confianza y autorregulación.

Propuesta de Mejora: Desarrollo de opciones para propuesta de mejora de la plataforma, en: Funcionalidad y servicios.

Fuentes de Ingreso:

Inicialmente se presentarán tres modelos de ingresos así:

- **Comisión por el servicio o la transacción.** Es el modelo más habitual. La compañía se queda con una comisión por posibilitar la relación entre productor y consumidor. La propuesta es de 5%.
- **Freemium:** Se ofrece un servicio básico o un uso limitado de la plataforma de manera gratuita. Los usuarios pueden adquirir servicios adicionales o funciones exclusivas.
- **Tarifa plana de suscripción o membresía y cobro por uso.** Se cobra una cuota única o anual de membresía (a veces con diferentes planes en función de la frecuencia de uso). Además, hay un costo adicional por el uso de los productos.

Recursos Claves:

- **Equipo de personal.** Constituido por personal de desarrollo, TI, servicio al cliente, administrativo y de mercadeo.

- **Plataforma.** Conformado por la plataforma y servidores. Por este medio se realizará la inscripción compradores y usuarios. En general toda la infraestructura tecnológica que soporta el ecosistema.
- **Gestión de la Base.** En donde se almacenas todas las transacciones realizadas en la plataforma, información de los compradores y consumidores.
- **Ecosistema de productores y consumidores.** Se considera como recursos clave porque sin ellos no podría funcionar el modelo de negocio.

Actividades Clave:

- **Gestión del Ecosistema.** En este punto la idea de negocio se basa mayormente en ser un intermediario para que los clientes tengan una mayor facilidad de conseguir autos para un tiempo establecido sea para extranjeros como para nacionales, es por ello por lo que las actividades claves se basan en el manejo de la base de datos para que así tenga una mayor facilidad de encontrar lo que necesitan, realizar promociones para los usuarios y cliente para que así puedan usar con mayor.
- **Pasarela de Pagos:** Verificar los pagos realizados en la plataforma. Afiliarse con diversos medios de pago.
- **Gestión de Seguridad de Información:** Políticas y protocolos de seguridad para proteger los datos. Validación de los datos registrados, obligatoriamente con la inscripción.
- **Contingencia y continuidad Negocio.**_Respaldo de infraestructura y recursos claves.
- **Mercadeo:** Comercialización de la plataforma, gestión de la Marca. Desarrollo del producto.

Asociaciones Clave:

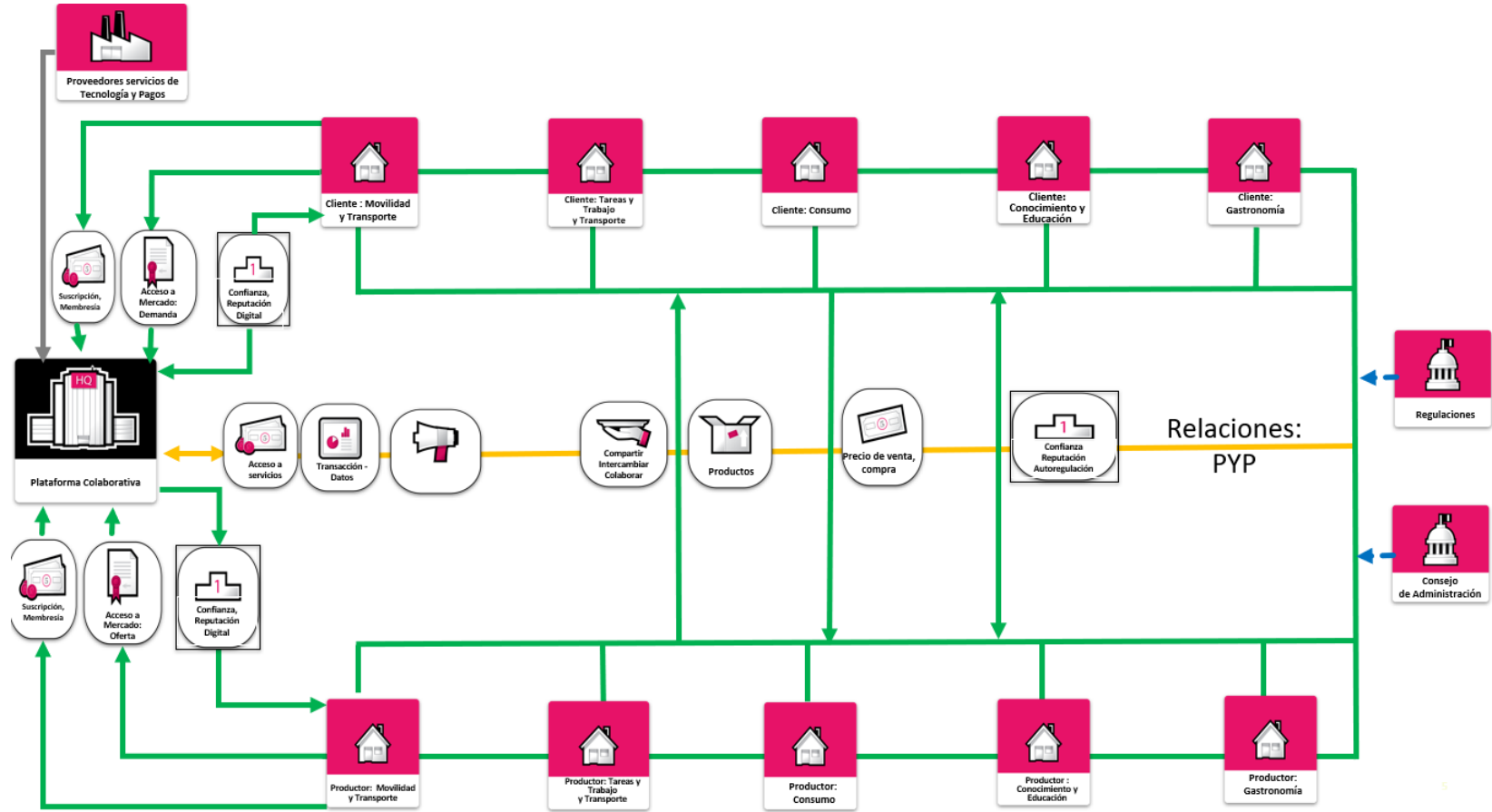
- **Plataforma de pagos Nacionales:** La funcionalidad de pagos es fundamental para el buen performance de la plataforma y permitirá generar confianza.

- **Inversionistas.** El capital que genere crecimiento del negocio es indispensable para desarrollar el modelo de negocio y propiciar mayor rentabilidad.
- **Compañía aseguradora.** Es necesario asegurar la infraestructura y los recursos claves del negocio.
- **Redes Sociales.** Las redes sociales son impredecibles, para el mercadeo de la plataforma y las validaciones de seguridad.

Estructura de Costos:

- **Desarrollo y mantenimiento de la plataforma e infraestructura clave.** Los costos de desarrollo y mantenimiento de la plataforma. Resultado de las personas contratadas y aliados externos.
- **Plataforma de pagos.** Los medios de pago electrónicos son imprescindibles. Representa un costo adicional; ya que los medios de pago cobrarán una comisión por las transacciones realizadas.
- **Personal.** La remuneración de los salarios del personal, que realizarán La gestión de la plataforma.
- **Seguros: Asociados a la infraestructura y servicios.**
- **Mercadeo y Publicidad.** La gestión del Mercadeo y publicidad de la plataforma tiene un costo, el uso de los canales para promocionar el negocio.

Figura 69: Mapa de Negocio.



Fuente: Elaboración Propia, 2019. Herramienta adaptada del modelo del System Mapping de la organización Board of Innovation, (www.boardofinnovation.com)

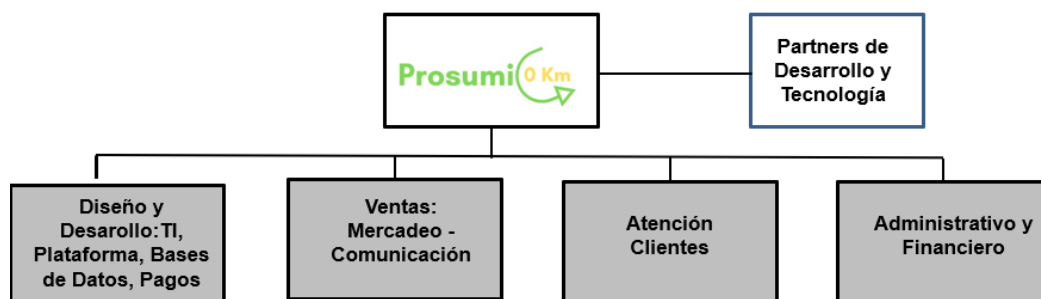
6.2.5. Mapa de Negocio.

Dentro de los Hallazgos encontrados se ratifica en el mapa de negocio así:

- **Los tres modelos de ingresos:** Comisión por el servicio o la transacción, Freemium, Tarifa plana de suscripción o membresía y cobro por uso.
- **Flujos de transacciones:** Se identifican los flujos de transacción entre productores y consumidores (Clientes), detallando los tipos de productos y servicios.
- **Flujos de confianza.** Se detallan las actividades clave, en donde se valida la variable de confianza y autorregulación.
- **Flujo de validación de aceptación de servicios y productos.** En qué actividades se da la validación del producto.

6.2.6. Estructura Organizacional.

Figura 70: Organigrama estructura Plataforma



Fuente. Elaboración Propia, 2019

Diseño y Desarrollo: Responsable el diseño y desarrollo de la plataforma, gestión de las bases de datos de prosumidores, registrados, así como de la plataforma de pagos. También tendrá bajo su responsabilidad el mantenimiento de las aplicaciones.

Ventas- Mercadeo. Se encargará del diseño y ejecución de las campañas de promoción del servicio creadas a partir de la información del mercado.

Atención al cliente. Responsable por el canal de contacto de los clientes con la plataforma, a través de un módulo que permite recoger todas las inquietudes, sugerencias, reclamos del servicio.

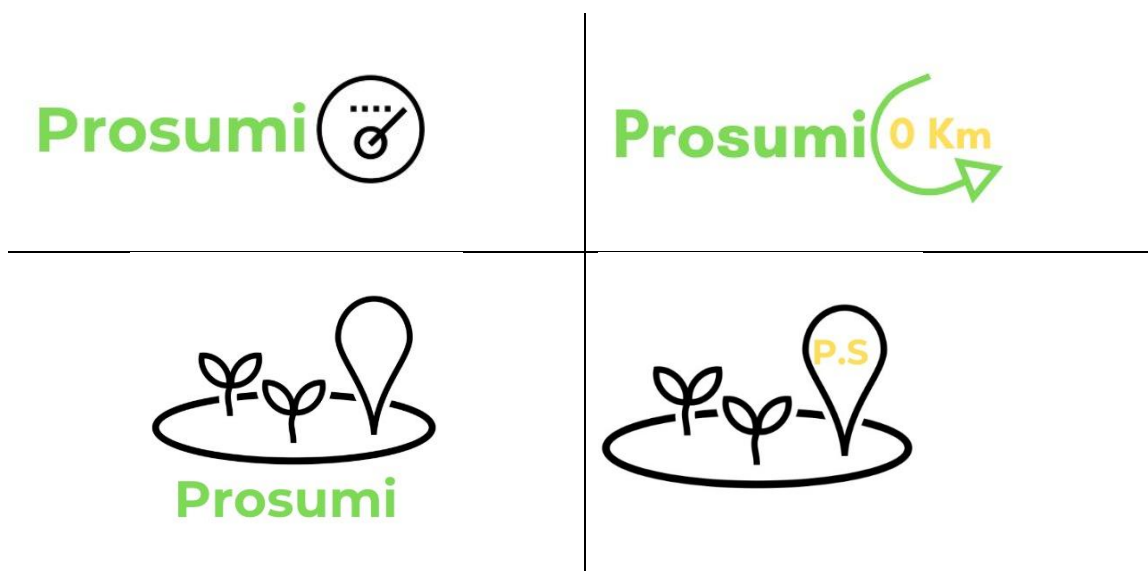
Admirativo y Financiero. Responsable de la gestión de los activos, seguros, impuestos, ingresos, pago a proveedores, inversiones.

Partners. Tiene como propósito gestionar las alianzas, estrategias y contratación de aliados para el desarrollo y expansión de la plataforma.

6.2.7. Estrategia de Marca:

Se propone una marca técnica y una estrategia de marca para la plataforma, con el propósito de posicionar el modelo de negocio.

Figura 71: Propuesta iniciales Logo Marca.



Fuente: Cocreación Propia y ³SANKA

³ SANKA. Diseñadora: Diana Mendoza Prada.

Figura 71: Logo final Propuesta Plataforma.



Fuente: Cocreación Propia y ⁴SANKA

El logo de marca está acompañado del concepto de: ⁵Prosumidores: Productores + Consumidores = ⁶0 Km.

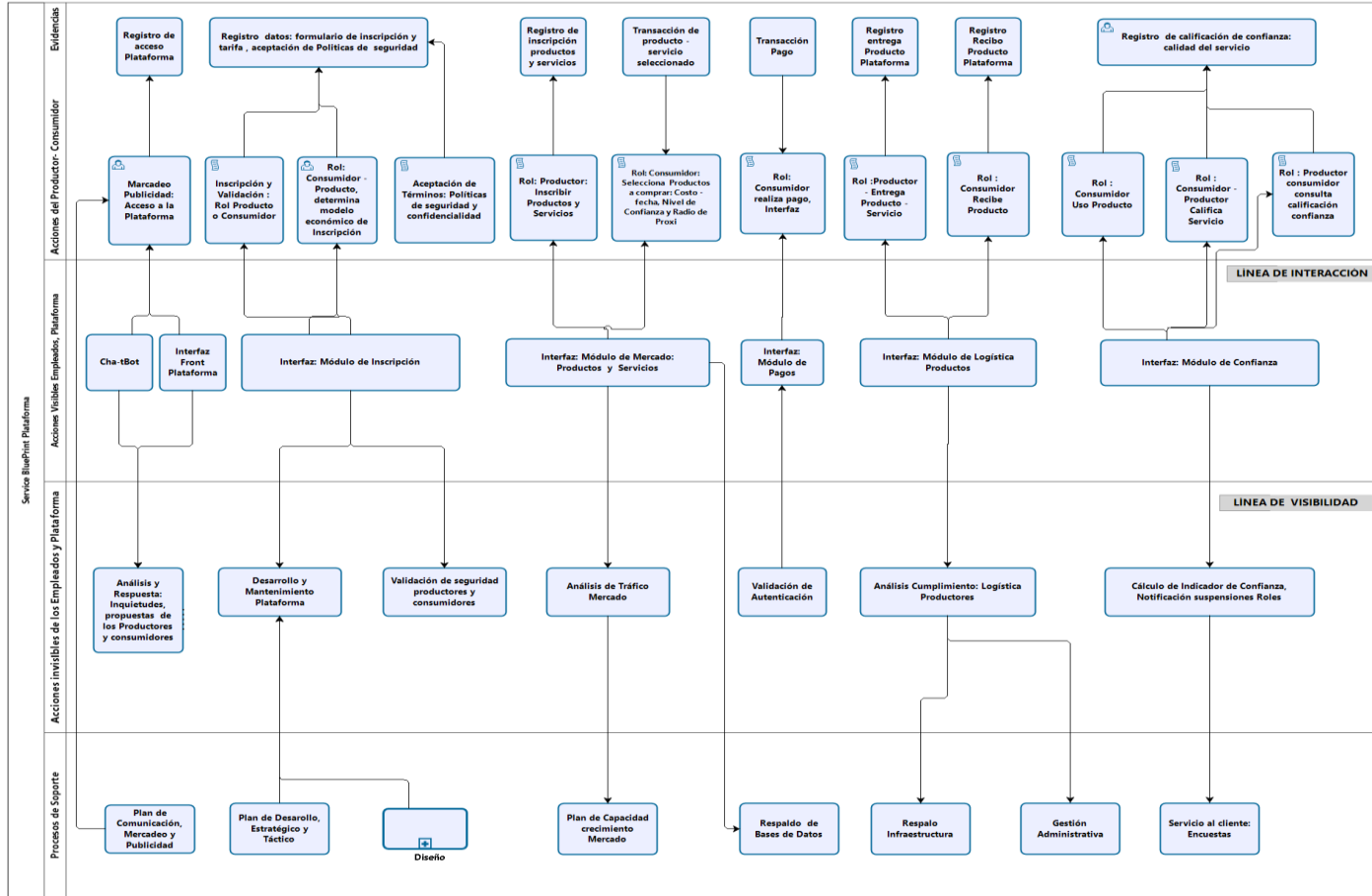
El propósito es identificar a la plataforma con un modelo de economía colaborativa y posesionar los servicios que presta.

⁴ SANKA. Diseñadora: Diana Mendoza Prada

⁵ Prosumidores: Desde un punto de vista holístico, el *prosumidor* puede entenderse como aquel usuario consumidor de cualquier bien o servicio que además lo produce o participa en su producción. <https://www.eia.edu.co/que-es-prosumidor>.

⁶ Km 0: La alimentación "kilómetro cero". Consiste en adquirir y fomentar la compra y producción de **productos locales** (que su origen sea inferior a 100 km del punto de distribución). https://www.alimente.elconfidencial.com/consumo/2019-08-09/produccion-kilometro-cero_1479161/

Figura 72: Service BluePrint



6.2.8. Service BluePrint.

A continuación, se detallan las actividades de la figura 7: Cliente, productor y consumidor.

- **Acceso a la Plataforma.** El primer contacto del cliente se realiza a través de la plataforma, el cliente parte de una necesidad y es encontrar productos, servicios en una plataforma colaborativa. Esta demanda está impulsada por el plan de: Mercadeo y publicidad y los canales alternos para dar conocer el concepto.
- **Inscripción y Validación: Rol Producto o Consumidor.** De acuerdo con la oferta de productos y servicios. El cliente se inscribe y está sujeto a una validación de seguridad.
- **Rol: Consumidor – Productor:** Determina modelo económico de Inscripción.
- **Rol: Productor: Inscribir Productos y Servicios.** El productor inscribe los productos y servicios que va a ofrecer, con todas las especificaciones, condiciones: Tarifas, promesa de valor en tiempo, fotos, videos, etc.
- **Rol: Consumidor selecciona los productos a comprar:** (Costo - fecha, Nivel de Confianza y Radio de Proximidad)- El Consumidor selecciona los productos a comprar teniendo en cuenta el Nivel de Confianza y Radio de Proximidad.
- **Rol: Consumidor realiza pago en la Interfaz.** El cliente realiza pago a través de la interconexión con el aliado. Le llegue una notificación al producto en el momento del desembolso, para que puede liberar la entrega.
- **Rol: Productor, entrega el Producto o Servicio.** El productor entrega el producto en sitio, de acuerdo con lo pactado con el consumidor. Teniendo en cuenta Fecha y Hora.
- **Rol: Consumidor recibe el Producto o servicio.** El Consumidor recibe el producto en el sitio, hora pactada, una vez validado el desembolso.
- **Rol: Consumidor consume, usa producto.** El consumidor hace uso del producto, si no está satisfecho, puede devolver el producto si no cumple las condiciones, especificaciones pactadas, se realizará desembolso del valor pagado.

- **Rol: Consumidor**, Productor; califica el producto o servicio. El productor y consumidor califican de forma mutua, reseñas y recomendaciones de acuerdo con los resultados; se puede conciliar en determinado momento si se presentan diferencias.
- **Rol: Productor, consumidor consultan la calificación de confianza**. Se tendrá siempre la posibilidad de ver su reputación digital en la plataforma.

En el Blueprint, se detallaron las actividades del servicio que presentaría la plataforma, a continuación, en la tabla 9, se muestran los procesos claves, la relación con los recursos tangibles e intangibles del modelo de negocio y como se integran con la “Propuesta de Valor”.

La conclusión está centrada en el portafolio de productos, incentivando el intercambio y trueque de productos y servicios. La actividad de seguridad y validación de clientes, y el proceso de autorregulación con la calificación de confianza. La funcionalidad de localización por radios de proximidad y confianza en el conjunto residencial.

Tabla 10: Matriz Integradora Service BluePrint + Modelo de Negocio Canvas

No	Acciones del cliente (Productor - Consumidor)	Interacciones/Evidencia Física	Acciones de empleados, Plataforma		Soporte sistemas y procesos	Propuesta de Valor: Modelo de Negocio
			Front Office	Back Office		
1	Acceso a la Plataforma	Comunicación a través de la Plataforma, Chat Bot telefónicamente.	Interfaz Front Plataforma	Análisis y Respuesta: Inquiridas, propuestas de los Productores y consumidores	Plan de Comunicación, Mercadeo y Publicidad	Contribuir a generar relaciones comunitarias de intercambio, trueque No necesariamente monetizadas.
2	Inscripción y Validación : Rol Productor o Consumidor	Registro datos formulario de inscripción y tarifa, aceptación de Políticas de seguridad	Interfaz Módulo de Inscripción	Desarrollo y Mantenimiento Plataforma	Plan de Desarrollo, Estratégico y Táctico (Diseño)	
3	Rol Consumidor - Producto, determina modelo económico de Inscripción	Registro de inscripción productos y servicios		Validación de seguridad productores y consumidores	Plan de Capacidad crecimiento Mercado	
4	Aceptación de Términos Políticas de seguridad y confiabilidad					
5	Rol Productor: Inscribir Productos y Servicios		Interfaz Módulo de Mercado: Productos y Servicios	Análisis de Tráfico Mercado	Respaldo de Bases de Datos	Aprovechamiento de productos y servicios subutilizados por parte de productores y consumidores.
6	Rol Consumidor: Selección Productos a comprar: Costo - fecha, Nivel de Confianza y Radio de Proximidad	Transacción de producto - servicio seleccionado			Respaldo Infraestructura	Disminución de tiempos de desplazamiento para para adquirir productos y servicios.
7	Rol Consumidor realiza pago, Interfaz	Transacción Pago	Interfaz Módulo de Pagos	Validación de Autenticación	Gestión Administrativa	
8	Rol Productor - Entrega Producto - Servicio	Registro entrega Producto Plataforma	Interfaz Módulo de Logística Productos	Análisis Cumplimiento: Logística Productores		Contribuir a generar relaciones económicas de persona a persona, autorreguladas y de confianza.
9	Rol : Consumidor Recibe Producto	Registro Recibo Producto Plataforma				
10	Rol : Consumidor Uso Producto				Servicio al cliente: Encuestas	
11	Rol : Consumidor - Productor Califica Servicio	Registro de calificación de confianza: calidad del servicio	Interfaz Módulo de Confianza	Cálculo de Indicador de Confianza, Notificación suspensiones Robs		Contribuir a generar relaciones económicas de persona a persona, autorreguladas y de confianza.
12	Rol : Productor consumidor consulta calificación confianza					

Línea de Interacciones Línea de Visibilidad Línea de Interacción Interna

Fuente: Elaboración Propia 2019, adaptada (Ponce San Juan, Pacheco Ortiz, & Castillo Intria, 2018)

Si bien los resultados obtenidos a través de los instrumentos metodológicos de investigación utilizados no son concluyentes: Por un lado, por la cantidad de expertos entrevistados y la muestra No probabilística que arrojó un margen de error del 7,74 % en las encuestas realizadas a los residentes de los conjuntos residenciales. En la investigación se identificaron los factores y variables requeridos para la formulación de un modelo de economía colaborativa en conjuntos residenciales. A continuación, están desarrolladas las conclusiones por cada factor a partir de la información de los expertos entrevistados y las personas encuestadas:

Factor económico:

- El factor mercado está presente en los conjuntos residenciales, a través de la oferta de productos y servicios, con una dinámica de intercambios y trueques en la muestra del 25 %.
- La oferta y la demanda de productos está concentrada en: Servicios profesionales y alimentos con el 65 %. Esto de acuerdo con la necesidad de explotar recursos subutilizados y generar nuevos ingresos en las familias.
- Bogotá lidera las iniciativas asociadas a modelos de economía colaborativa en Colombia con un 55 %.

Factor de Tecnología:

- Al igual que en el factor anterior Bogotá es líder en acceso a internet, teletrabajo y uso de nuevas tecnologías de plataformas como: Uber, Airbnb, Rappi.
- En los hallazgos se encontró un alto uso de la tecnología, en los conjuntos residenciales asociadas a compras por: Internet, acceso a plataformas de domicilios y uso canales de comunicaciones entre vecinos y la administración alcanzando el 68 %, si bien aún prima los medios convencionales, se evidencia un avance importante.

Factor Confianza.

- Si bien Bogotá posee los niveles de confianza más bajo en Colombia, en las mediciones de capital social, en la variable de relaciones interpersonales y los resultados de la encuesta que fueron 3,14 en promedio sobre 5, como calificación de nivel de confianza con sus

vecinos y la administración: No se convierte en una barrera sino en una oportunidad de¹⁴⁰ generar los modelos de economía colaborativa, es un ejemplo el uso de las plataformas como Uber en donde los niveles de confianza alcanzan el 80 %. La tecnología también ha cambiado la dinámica de las relaciones y la confianza a través de mecanismos de reputación digital; se genera un proceso de autorregulación de los ecosistemas de modelos digitales.

Factor Legal.

- El factor Legal se está convirtiendo en una barrera por el nivel de incertidumbre en las reglas de juego en los modelos de economía digital, colaborativas. Estos procesos regulatorios son lentos frente al avance de las nuevas tecnologías y los modelos de negocio. Esta problemática se presenta no solamente en Colombia sino en el mundo.
- En cuanto al marco legal dentro de la propiedad horizontal dentro de los conjuntos residenciales: Existe la opción de solicitar el cambio de uso del suelo, a través de la curaduría urbana, con restricciones para la generación de ofertas de productos y servicios. De acuerdo con el producto comercializado aplicaría la legislación de: Protección al consumidor, Invima, derechos de propiedad.

La intersección de proximidad económica y geográfica y los círculos de confianza, a través de un factor común que son los vecinos, dentro los conjuntos residenciales. Derivan en una dinámica para incentivar os intercambios económicos.

La propuesta en la formulación del modelo de negocio de la economía colaborativa se sustentó en la validación de la hipótesis. Teniendo en cuenta los productos y servicios del mercado de conjuntos residencial, la monetización del portafolio y el funcionamiento de los servicios dentro del ecosistema. El modelo de negocio fue formulado a través de “economía de plataforma”, que logra a múltiples agentes (productores y consumidores) interactuar por medio de un proveedor, una infraestructura que los conecta y permite un nivel de escalabilidad alto, bajos costos por transacción.

8. FUTUROS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Como futuras líneas de esta investigación, se debe seguir explorando el mercado de economía colaborativa en conjuntos residenciales, analizando los nuevos productos y servicios en la dinámica de las transacciones que se podrían dar en: Intercambios, trueque y las monetizadas. Tomando una muestra de población más amplia, de tal manera que se reduzca el margen de error.

Realizar la investigación sobre la intersección de los círculos de proximidad y confianza, que pueden potenciar los modelos de economía colaborativa, midiendo los indicadores de confianza interpersonal, y mecanismo de participación.

Otra línea de investigación es la estrategia de gobernanza en las plataformas en el ecosistema, teniendo en cuenta las características de las comunidades en los conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá.

Ampliación de las investigaciones a otras regiones del país en donde existen modelos de habitacionales de conjuntos residenciales, pero el contexto socioeconómico, tecnológicos y de capital social tienen otros comportamientos.

- Acero Sánchez, C., & Leal Ussa, J. (2017). *Cooperativas: Empresas para la gestión social y económica*. Bogotá: Confederación de cooperativas de Colombia.
- Alonso Pelàez, D. Â. (15 de 12 de 2014). <https://buleria.unileon.es/>. Obtenido de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4051/71467693T_GCI_Diciembre14.pdf?sequence=1
- BID. (Abril de 2016). <http://informeeconomicolaborativalatam.ie.edu/i>. Obtenido de <http://informeeconomicolaborativalatam.ie.edu/i>: <http://informeeconomicolaborativalatam.ie.edu/informe-economia-colaborativa.pdf>
- Blablacar. (17 de 12 de 2016). <https://blog.blablacar.es/>. Obtenido de <https://blog.blablacar.es/>: <https://blog.blablacar.es/blablalife/novedades/confianza-digital>
- Bostman, R. R. ((2010)). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative*. Sídney: Collins.
- BRICAS N., C. E. (1995). *L'évolution de la qualification des produits agroalimentaires en Afrique sub-saharienne :conséquences pour la valorisation des produits locaux sur les marchés urbains, Ponencia en el Seminario : Qualification des produits et*. Paris.
- Buenadicha Sánchez, C., & Cañigüeral Bago, M. (2017). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Inter-American Development Bank. (BID). Washington D:C: BID.
- Cañigüeral, A. (2014). *Vivir mejor con menos: Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Barcelona: Conecta.
- Cañigüeral, A. (01 de Junio de 2016). <https://www1.diba.cat/>. Obtenido de <https://www1.diba.cat/>: <https://www1.diba.cat/lbibreria/pdf/57586.pdf>
- Catastro Bogotá. (12 de Febrero de 2019). <https://www.catastrobogota.gov.co/>. Obtenido de <https://www.catastrobogota.gov.co/>: https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/Presentaci%C3%B3n_CENSO_9%20Febrero%20FINAL%20comprimida.pdf
- Cifuentes , A. (1997). *Manual de economía*. Santiago de Chile: Adventor.
- CIPPEC. (10 de 2018). <https://www.cippec.org/>. Obtenido de <https://www.cippec.org/>: <https://www.cippec.org/publicacion/claves-para-entender-la-economia-colaborativa-y-de-plataformas-en-las-ciudades/>
- Contrial. (11 de febrero de 2019). <https://es.slideshare.net/>. Obtenido de <https://es.slideshare.net/>: <https://es.slideshare.net/Contrial/presentacin-resultados-capital-social-de-bogot>
- DANE. (30 de 03 de 2019). https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf: <https://www.dane.gov.co/>
- David a Hurtado. Hurtado, S. M. (2013). *Las Vicisitudes del Capital Social en Colombia*. Bogotá: Codice.
- DNP. (Noviembre de 2015). <https://colaboracion.dnp.gov.co/>. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/>:

- <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/EMV%20comparativo%20W ord%20cp%2029-03-2016.pdf>
- Economía Nivel Usuario. (13 de 05 de 2013).
<https://economianivelusuario.com/2013/05/31/quien-fue-keynes/>. Obtenido de <https://economianivelusuario.com/2013/05/31/quien-fue-keynes/>:
<https://economianivelusuario.com/>
- Gil García, J. (19 de 04 de 2018). <http://www.revistadehumanidades.com/articulos/>. Obtenido de <http://www.revistadehumanidades.com/articulos/>:
<http://www.revistadehumanidades.com/articulos/178-como-las-plataformas-digitales-transforman-nuestra-manera-de-practicar-deporte-el-c>
- Gutiérrez, J. P. (2016). LA ECONOMÍA DE LA PROXIMIDAD EN LA ÚLTIMA DÉCADA. *Criterio Libre*, 255-257.
- La Republica. (29 de 10 de 2018). <https://www.larepublica.co/>. Obtenido de <https://www.larepublica.co/>: <https://www.larepublica.co/empresas/las-aplicaciones-domicilioscom-y-rappi-son-los-reinas-en-el-negocio-de-pedidos-2787087>
- Maldonado Gómez, M. C., & Rincón Salazar, M. T. (17 de octubre de 2007). <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/>. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/>:
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/1117/7/N12-2007-147-180-Acerca%20de%20los%20motivos.pdf>
- Marquet Sardá, O. (2015 de Julio). <https://ddd.uab.cat>. Obtenido de <https://ddd.uab.cat>:
https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2015/hdl_10803_314178/oms2de3.pdf
- Martínez Cárdenas, E. (15 de Diciembre de 2017). <https://www.esap.edu.co/>. Obtenido de <https://www.esap.edu.co/>: <https://www.esap.edu.co/portal/index.php/.../el-capital-social-en-clave-de-paz.pdf>
- Navío , J., & Santaella , J. (2014). *Informe sobre economía colaborativa*. Madrid: Grupo de políticas públicas y Regulación. España.
- Navio, J., & Santaella, J. (06 de 08 de 2016).
https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf. Obtenido de https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf: <https://www.aeit.es/>
- Observatorio Desarrollo Economico Bogotá. (05 de 07 de 2018).
http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/nota_editorial_tic.pdf. Obtenido de http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/nota_editorial_tic.pdf: <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/>
- Ponce San Juan, R., Pacheco Ortiz, J., & Castillo Intria, R. (10 de 07 de 2018).
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2019/02/08CA201802.pdf>. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2019/02/08CA201802.pdf>: <https://www.uv.mx/>
- press.airbnb. (5 de 09 de 2018). <https://press.airbnb.com/>. Obtenido de <https://press.airbnb.com/>:
<https://press.airbnb.com/ea/anfitriones-de-airbnb-recibieron-casi-182-000-llegadas-de-viajeros-en-temporada-de-vacaciones/>

- Pulido Patrón, L. (2017 de Septiembre de 2017). <https://www.elcolombiano.com/>. Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/>: <https://www.elcolombiano.com/negocios/claves-de-exito-para-tener-un-negocio-colaborativo-YH7339809>
- Revista Dinero. (05 de 10 de 2018). <https://www.dinero.com/>. Obtenido de <https://www.dinero.com/>: <https://www.dinero.com/edicion-impresita/negocios/articulo/entrevista-a-nicolas-pardo-el-nuevo-gerente-de-uber-en-colombia/258277>
- SE Sharing España. (2017). <https://www.adigital.org/>. Obtenido de <https://www.adigital.org/>: <https://www.adigital.org/media/plataformas-colaborativas.pdf>
- Sharecollab. (30 de 09 de 2018). <https://connectingthedots.co/>. Obtenido de <https://connectingthedots.co/>: <https://connectingthedots.co/>
- Sudarsky , J. (31 de 07 de 2002). <https://www.dinero.com/>. Obtenido de <https://www.dinero.com/>: <https://www.dinero.com/agenda-publica/edicion-impresita/articulo/el-capital-social-clave/4459>
- Tarina , E. (15 de 08 de 2010). <https://economiaurbana.wordpress.com/2010/08/15/reflexiones-en-torno-al-tercer-sector/>. Obtenido de <https://economiaurbana.wordpress.com/2010/08/15/reflexiones-en-torno-al-tercer-sector/>: <https://economiaurbana.wordpress.com/>
- The Ostelea. (25 de 11 de 2016). <http://www.aept.org/>. Obtenido de <http://www.aept.org/>: http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_economia_colaborativa.pdf
- Toolkit, P. P. (09 de 2017). <https://platformdesigntoolkit.com/>. Obtenido de <https://platformdesigntoolkit.com/>: <https://platformdesigntoolkit.com/wp-content/docs/Platform-Design-Toolkit-Whitepaper-ESP.pdf>
- Vasquez, F. H. (01 de Agosto de 2003). <http://revintsociologia.revistas.csic.es/>. Obtenido de <http://revintsociologia.revistas.csic.es/>: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewFile/304/311>
- Velásquez Gómez, J. P., & Martínez Meza, R. (15 de 09 de 2018). <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/>. Obtenido de <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/>: https://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/5749/3/Impacto_Economia_Colaborativa_Velasquez%20_2018.pdf
- Wearesocial. (27 de Enero de 2018). <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/>. Obtenido de <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/>: <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2018/01/DIGITAL-IN-2018-001-GLOBAL-OVERVIEW-V1.00.png>

ANEXOS

Anexo 1

Objetivo

Entrevista Exploratoria. Contexto, factores de la economía Colaborativa en Colombia, prospectiva. Gustavo Palacios. CEO de Sharecollab (www.sharecollab.co), Primer Hub y Laboratorio de economía colaborativa en Colombia y Latinoamérica. Tiempo Estimado: 45-90 min

1) ¿Cómo definiría la economía colaborativa?

2) ¿Cuál ha sido la evolución en estos últimos 5 años de la economía colaborativa, principalmente en Bogotá?

3) ¿Cuál es la perspectiva de crecimiento en los próximos 5 años de la economía colaborativa en Colombia, principalmente en Bogotá?

4) ¿Qué papel juega la tecnología en el ecosistema de la economía colaborativa?

5) ¿Qué barreras nos puede mencionar para que la economía colaborativa no se desarrolle?

6) ¿Conoce las regulaciones que están en curso en el congreso para ser aprobadas, en este momento en economía colaborativa Digital? (Proyecto de Ley número 22 de 2016 senado)
Definición de ECD: Toda aquella actividad económica mediante la cual se comparten o intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales que pone en contacto directo a cliente y proveedor.

7) ¿Considera que la autorregulación del ecosistema de economía colaborativa es suficiente para aumentar la confianza?

8) ¿Desde su experiencia como evalúa el comportamiento del factor de “¿Confianza”, de las personas que interactúan en el ecosistema de economía colaborativa?

9) ¿Estos factores de confianza, están asociados al capital social, el último estudio se realizó en el año 2011??

10) ¿Conoce algún caso de éxito en economía colaborativa en los barrios, unidades habitacionales?

11) ¿Existe un mercado para la economía Colaborativa?

12) ¿La economía de proximidad, tiene factores comunes a la economía Colaborativa?

Entrevista Exploratoria. Contexto, Capital Social, confianza como factor de la economía Colaborativa en Colombia, comunidad, participación ciudadana. Diana Marcela García. Psicóloga, Magister en investigación Psico- Social. Directora de la Corporación para el control Social-CONTRIAL. Directora investigación capital Social en Colombia 2011 y 2017: Tiempo Estimado: 45-90 min

1) ¿Ha escuchado el concepto de economía colaborativa?

2) ¿Qué es el Capital Social?

3) ¿Qué nos identifica a los colombianos, en el tema confianza?

4) ¿Cuál es el concepto de confianza? relaciones entre personas, confianza interpersonal?

5) ¿Qué elementos crean confianza entre los individuos? ¿Estos elementos involucran aspectos económicos?

6) ¿La participación en asociaciones, crea confianza? James Coleman (1990). ¿Esto ocurre realmente en el contexto colombiano?

7) ¿El Dr. Sudarsky encuentra que después del barrio no existen ámbitos territoriales que acumulen capital social? ¿La confianza interpersonal no va más allá que el barrio y, por ende, ¿constituye una de las grandes dificultades para la acumulación de capital social en el país?

8) ¿Como aumentar estos indicadores de confianza?

9) ¿Bogotá como esta en lo indicadores, cual es el contexto?

10) ¿Cuáles son los factores que determinan unos niveles de confianza tan bajo, frente a los referentes mundiales?

11) ¿Como la tecnología ha cambiado los procesos de confianza?

12) Los Sistemas de autorregulación: Huella digital, Calificas y te califican. ¿Qué opinión tiene frente a estos mecanismos de confianza?

13) Frente a los barrios, conjuntos residenciales. ¿cuáles son los niveles de participación comunitaria y la confianza institucional?

14) ¿Es posible un modelo de economía colaborativa en conjuntos residenciales, teniendo en cuenta el factor de confianza?

Objetivo

Entrevista Exploratoria. Propiedad Horizontal, alcance legal de intercambios económico en los conjuntos residenciales, modelo de administración, confianza, participación. German Molano Baquero. Abogado de la Universidad Libre de Colombia. Consultor, asesor y conferencista invitado a nivel Nacional e Internacional. Autor de varias obras de reconocimiento. Profesor de Especialización en Derecho Policivo de la Facultad de Estudios Jurídicos de la Policía Nacional de Colombia. Actualmente es el presidente del Colegio de Administradores de Propiedad Horizontal de Bogotá. Tiempo Estimado: 45-90 min

1) ¿Ha escuchado el concepto de economía colaborativa?

2) ¿Desde la óptica de la legislación de propiedad horizontal, como se percibe el tema de confianza de copropietarios, ¿confió en vecino?

3) ¿El tema de confianza entre vecinos, como percibe el colegio?

4) ¿El colegio conoce de algún estudio de confianza, o través de sus afiliados?

5) ¿Como es el nivel de participación de la gente en los consejos de administración?

6) ¿En el tema de cooperativismo, asociaciones exitosas en Conjuntos residenciales? ¿Qué factores claves son necesarios?

7) ¿Como se maneja el tema de generación de productos y servicios en los conjuntos residenciales? ¿Por parte de los copropietarios, arrendatarios?

8) ¿Es posible legalmente vender productor y servicios dentro en un conjunto residencial? Confianza, por parte de los copropietarios, ¿arrendatarios?

9) ¿Cuáles serían las restricciones del portafolio de producto? ¿Quién Regula?

10) ¿Es posible un modelo de economía Colaborativa dentro de conjuntos residenciales, desde el factor Legal?

11) ¿Es posible un modelo de economía Colaborativa dentro de conjuntos residenciales, desde el factor Legal?

12) ¿Cómo ha impactado la tecnología en la administración de los conjuntos residencial, los canales tradiciones de comunicación con los copropietarios, arrendatarios?

13) ¿Tiene conocimiento de la economía de proximidad? ¿De acuerdo con las características de las relaciones económicas que se dan en los conjuntos residenciales, podría tener factores comunes con la economía Colaborativa?

Entrevista Exploratoria. Emprendimiento, factores de la economía Colaborativa en Colombia. Sebastián Sánchez Meneses. CEO de aplicación modelo de economía colaborativa “Voy con Cupo” <https://voyconcupo.com/>. Tiempo Estimado: 45-90 min

1) ¿Cómo definiría la economía colaborativa?

2) ¿Cuáles son los sectores en donde hay mayor oportunidad?

3) Qué papel juega la tecnología en el ecosistema de la economía colaborativa.

4) Hace cuánto tiempo empezó el emprendimiento.

5)Cuál es la proyección de crecimiento en los próximos 5 años de tu emprendimiento.

6) ¿Qué barreras nos puede mencionar para que la economía colaborativa no se desarrolle?

7) Conoce las regulaciones que están en curso en el congreso para ser aprobadas, en este momento en economía colaborativa Digital, (Proyecto de Ley número 22 de 2016 senado).

8) ¿Qué tan importante consideras el factor confianza de economía colaborativa?

-
-
-
- 9) Considera que la autorregulación del ecosistema de economía colaborativa es suficiente para aumentar la confianza.

-
-
-
- 10) ¿Conoce algún caso de éxito en economía colaborativa en los barrios, unidades habitacionales, residenciales?

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta carta de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por: Juan Manuel Hernández Acosta
De la Universidad: EAN, para optar al título de: Magister en Gerencia Estratégica de diseño.

El objetivo del proyecto de investigación es:

"Analizar los factores necesarios para implementar un modelo de economía colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en la entrevista. Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Durante esta sesión se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será estrictamente con fines académicos.

Entiendo y acepto las condiciones descritas anteriormente.

Gustavo Palacios
Nombre del Participante
C.C: 80.424.957
Rol: Experto Economía Colaborativa
Cargo: CEO
Entidad: Sharecollab

Firma del Participante

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta carta de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por: Juan Manuel Hernández Acosta
De la Universidad: EAN, para optar al título de: Magister en Gerencia
Estratégica de diseño de productos.

El objetivo del proyecto de investigación es:

"Analizar los factores necesarios para implementar un modelo de economía
colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá"

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en la entrevista. Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Durante esta sesión se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será estrictamente con fines académicos.

Entiendo y acepto las condiciones descritas anteriormente.

Diana Marcela Forero Díaz

Nombre del Participante

C.C. 52.083.024

Rol: Experto

Cargo: *Directora Ejecutiva*

Entidad: *corporación para el Capital Social - COVTRIC*

Diana Marcela Forero Díaz

Firma del Participante

Fecha:

Mayo 11/2018

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta carta de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por: Juan Manuel Hernández Acosta
De la Universidad: EAN, para optar al título de: Magister en Gerencia Estratégica de diseño.

El objetivo del proyecto de investigación es:

"Analizar los factores necesarios para implementar un modelo de economía colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en la entrevista. Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Durante esta sesión se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será estrictamente con fines académicos.

Entiendo y acepto las condiciones descritas anteriormente.

BERNARDINO BISPERO
Nombre del Participante
C.C. 19080143
Rol: Experto Propiedad Horizontal
Cargo: Presidente
Entidad: Asociación Administrativa
Propiedad Horizontal Bocota


Firma del Participante

Fecha: Mayo 17 de 2018

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta carta de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por: Juan Manuel Hernández Acosta
De la Universidad: EAN, para optar al título de: Magister en Gerencia Estratégica de Diseño.

El objetivo del proyecto de investigación es:

"Analizar los factores necesarios para implementar un modelo de economía Colaborativa en conjuntos residenciales en la ciudad de Bogotá".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en la entrevista. Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Durante esta sesión se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es voluntaria. La información que se recoja será estrictamente con fines académicos.

Entiendo y acepto las condiciones descritas anteriormente.

Sebastián Sánchez Meneses
Nombre del Participante
C.C: 4.110.985.653
Rol: Emprendedor
Cargo: CEO
Entidad: Map Gan Cupa.com


Firma del Participante

Fecha: Junio 07 de 2018

ENCUESTA CONJUNTOS RESIDENCIALES

Los datos obtenidos serán usados para la investigación exclusivamente con objetivos académicos, en la tesis de Maestría: Gerencia Estratégica de Diseño de Productos. Universidad EAN.
Responsable: Juan Manuel Hernández Acosta.
Gracias por su Participación

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

*Obligatorio

CONJUNTOS RESIDENCIALES

Usted vive en Conjunto Residencial? (Edificio de apartamentos, Torres de apto) *

SI

NO

ATRÁS **SIGUIENTE**

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Datos Personales

Nombre y apellido *

Tu respuesta

Indique Genero *

Hombre

Mujer

Ocupación *

Empleado

Independiente

Pensionado

Desempleado

En que Localidad esta ubicado? *

Elige



Estrato *

1

2

3

4

5

6

Edad *

- De 18-25
- De 26-35
- De 36-45
- De 46-55
- Mayor de 55

Indique Nivel de Educación. *

- Primaria
- Secundaria
- Universitario
- Postgrado

[ATRÁS](#)[SIGUIENTE](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta

Estaría dispuesto a vender un producto o servicio dentro de su conjunto residencial? Ejemplo: Servicios de asesoría Legal, Financiera, Clases de Idioma, Comida, Postres, etc. *

SI

NO

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Venta

Que producto o servicio vendería? *

Tu respuesta _____

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Compra 1

Estaría dispuesto a comprar un producto o servicio dentro de su conjunto residencial? Ejemplo: Servicios de asesoría Legal, Financiera, Clases de Idioma, Comida, Postres, etc. *

SI

NO

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Compra 2

Que producto o servicio compraría? *

Tu respuesta

Esta pregunta es obligatoria

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Trueque

Usted ha realizado alguna vez un trueque o intercambio de un producto o servicio? *

SI

NO

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Trueque 2

Cual producto o servicio? *

Tu respuesta

Esta pregunta es obligatoria

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Proximidad

A la hora de comprar un producto o servicio, que tan importante es el nivel de cercanía a su lugar de Residencia. Califique: 1 nivel más bajo, 5 nivel más alto. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ATRÁS](#)[SIGUIENTE](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Plataformas

Ha usado: Plataformas, App para compra de productos o servicios? *

SI

NO

[ATRÁS](#)[SIGUIENTE](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Plataformas

Escoja en nivel de frecuencia a través de: Plataformas, App: *

- 1 -5 veces Mensual
- 6-10 Veces Mensual
- Mas de 10 veces

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Domicilios

Cuando requiere Domicilios, a través de que medio los solicita: *

- Telefonicamente.
- Plataforma Web, App.

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Confianza

Usted conoce a sus vecinos del mismo Piso en donde reside? *

SI

NO

Indique que tanto confía en sus vecinos. Califique: 1 nivel más bajo, 5 nivel más alto. *

1

2

3

4

5

Indique que tanto confía en la administración de su conjunto residencial. 1 nivel más bajo, 5 nivel más alto. *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Usted participa en actividades comunitarias, colaborativas, recreativas; dentro del conjunto residencial en donde reside? *

- SI
- NO

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

Actividades comunitarias

Escriba en que actividad participa. *

Tu respuesta

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

Canal de comunicación

Que canal de comunicación usan entre vecinos y la administración en el conjunto residencial: *

- WhatsApp
- Carteleras
- Email
- App
- Otro:

Usted estaría dispuesto a compartir viaje en su vehículo dentro de la ciudad , con sus vecinos?? *

- SI
- NO

Conoce el concepto de Economía Colaborativa? *

- SI
- NO

ATRÁS

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad EAN. [Notificar uso inadecuado](#) - [Condiciones del servicio](#)

Google Formularios