



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

Economía Colaborativa: Determinación de los factores de éxito a través de las tecnologías de información y comunicación en México

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestra en Informática Administrativa

Presenta:

Jacqueline Macrina Romero Rodríguez

Tutor:

M.A. René Montesano Brand
Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, Enero de 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Índice

Índice de Figuras.....	4
Índice de Tablas.....	7
Introducción.....	8
Resumen Capitular.....	10
Capítulo 1 Marco Teórico.....	11
1.1 Modelos de adopción tecnológica	11
1.1.1 Teoría de la Difusión de Innovaciones (TDI)	11
1.1.2 Teoría Cognitiva Social (SCT).....	12
1.1.3 Teoría de la Acción Razonada (TRA).....	12
1.1.4 Teoría del Comportamiento Percibido (TPB).....	12
1.1.5 Modelo de Aceptación Tecnológica (MAT)	13
1.1.6 Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT) 14	
1.1.7 Costo Total de Propiedad (TCO)	15
1.1.8 Teoría de Recursos y Capacidades.....	15
1.1.9 Teoría Peer to Peer (P2P)	16
1.2 Marco Conceptual	16
1.2.1 Confianza	16
1.2.2 Conocimiento abierto.....	17
1.2.3 Consumo colaborativo	17
1.2.4 Finanzas compartidas.....	18
1.2.5 Mesh.....	18



1.3	Economía Colaborativa	19
1.3.1	Definición y antecedentes.....	19
1.3.2	Clasificación.....	22
1.3.3	Principios básicos	24
1.3.4	Elementos clave para de desarrollo.....	26
1.3.5	Modelo de negocio	28
1.3.6	Motivaciones y limitantes	29
1.3.7	Sectores económicos	30
1.3.8	Futuro	32
1.4	TIC e Innovación	34
1.4.1	Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)	34
1.4.2	Tecnologías móviles	37
1.4.3	Innovación	38
1.5	Adopción de un nuevo modelo económico.....	40
1.5.1	América Latina.....	40
1.5.2	México	42
Capítulo 2	Metodología de la Investigación	77
2.1	Justificación.....	77
2.2	Hipótesis	78
2.3	Objetivos	78
2.4	Matriz de congruencia	79
2.5	Límites.....	79
2.6	Metodología de la investigación	79



2.6.1 Fases de la metodología	80
2.7 Muestra	83
Capítulo 3 Resultados.....	87
3.1 Cuestionario	87
3.2 Modelo exitoso de la economía colaborativa	103
Capítulo 4 Conclusiones y Recomendaciones.....	106
Bibliografía	109
Anexo 1 Cuestionario	117
Anexo 2 Glosario.....	123
Anexo 3 Directorio de empresas	126



Índice de Figuras

Figura 1. Teoría del conocimiento percibido. Fuente: Aizen 1985.....	13
Figura 2. Modelo de aceptación tecnológica. Fuente: Davis 1989.	14
Figura 3. Teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología. Fuente: Venkatesh, Morris, Davis y Davis 2003.....	15
Figura 4. Línea del tiempo de la economía colaborativa. Fuente: Elaboración propia.	21
Figura 5. Fundamentos de la economía colaborativa. Fuente: Botsman y Rogers 2010.	26
Figura 6. Motores de la economía colaborativa. Fuente: Brodersen 2015.	27
Figura 7. Modelo de compas de los negocios colaborativos. Fuente: Boyd y Muños 2016.	29
Figura 8. Panal de economía colaborativa 3.0. Fuente: Adaptación del modelo de Owyang, 2016.	31
Figura 9. Curva S de evolución de los sectores económicos. Fuente: Adaptación del estudio de PwC 2014.	32
Figura 10. Escenarios futuros de la economía colaborativa. Fuente: Adaptación del modelo de Bauwens 2013.....	33
Figura 11. Fundación de iniciativas colaborativas en Latinoamérica. Fuente: FOMIN 2016.	41
Figura 12. Personal en empresas colaborativas de Latinoamérica. Fuente: FOMIN 2016.	42
Figura 13. Sectores de participación de iniciativas colaborativas en México. Fuente: FOMIN 2016.....	43



Figura 14. Segmentación de actividades en el sector de transportes. Fuente: Elaboración propia.	49
Figura 15. Inicio de operaciones de empresas colaborativas de transporte. Fuente: Elaboración propia.	50
Figura 16. Transportes colaborativos por ciudad. Fuente: Elaboración propia.	51
Figura 17. Clasificación de proyectos para fondeo. Fuente: The Crowdfunding Industry Report, 2015.....	57
Figura 18. Evolución de las plataformas crowdfunding. Fuente: Reporte de Inclusión Financiera 2015.....	59
Figura 19. Evolución de la cotización del bitcoin. Fuente: www.coindesk.com/price/2017	60
Figura 20. Segmentación del sector de finanzas colectivas. Fuente: Elaboración propia.	64
Figura 21. Participación de los tipos de crowdfunding. Fuente: Elaboración propia.	64
Figura 22. Evolución del sector financiero colaborativo. Fuente: Elaboración propia.	65
Figura 23. Evolución de los espacios colaborativos. Fuente: Elaboración propia.	75
Figura 24. Coworking por ciudad. Fuente: Elaboración propia.....	76
Figura 25. Metodología de la Investigación. Fuente: Elaboración propia.	80
Figura 26. Poder de muestra. Fuente: Elaboración propia.	86
Figura 27. Sectores productivos. Fuente: Elaboración propia.	88
Figura 28. Años de Operación. Fuente: Elaboración propia.....	89
Figura 29. Origen de la empresa. Fuente: Elaboración propia.	89
Figura 30. Número de empleados. Fuente: Elaboración propia.	90



Figura 31. Alcance de operación. Fuente: Elaboración propia.	91
Figura 32. Tipo de competencia. Fuente: Elaboración propia.	91
Figura 33. Experiencia en emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.	92
Figura 34. Sector productivo regulado. Fuente: Elaboración propia.....	93
Figura 35. Alianzas. Fuente: Elaboración propia.....	94
Figura 36. Alianzas con instituciones. Fuente: Elaboración propia.	95
Figura 37. Principales obstáculos. Fuente: Elaboración propia.....	96
Figura 38. Acciones para ganar la confianza de usuarios. Fuente: Elaboración propia.	97
Figura 39. Seguridad. Fuente: Elaboración propia.	99
Figura 40. Tipo de financiamiento. Fuente: Elaboración propia.	100
Figura 41. Tipo de plataforma digital. Fuente: Elaboración propia.	101
Figura 42. Redes sociales. Fuente: Elaboración propia.	102
Figura 43. Modelo exitoso de la economía colaborativa en México. Fuente: Elaboración propia.	103



Índice de Tablas

Tabla 1. Comparación entre sistemas. Fuente: Cañigual 2014.....	22
Tabla 2. Motivaciones y limitantes de la economía colaborativa. Fuente: Burnett 2014.	30
Tabla 3. Empresas colaborativas del sector de alimentos. Fuente: Elaboración propia.	46
Tabla 4. Empresas colaborativas del sector transportes. Fuente: Elaboración propia.	48
Tabla 5. Empresas colaborativas de bienes. Fuente: Elaboración propia.	52
Tabla 6. Empresas colaborativas de logística. Fuente: Elaboración propia.	53
Tabla 7. Empresas colaborativas de servicios. Fuente: Elaboración propia.	55
Tabla 8. Clasificación del crowdfunding. Fuente: Reporte de la CNVB 2015.....	58
Tabla 9. Empresas colaborativas del sector financiero. Fuente: Elaboración propia.	61
Tabla 10. Empresas de educación colaborativa. Fuente: Elaboración propia.	68
Tabla 11. Empresas de espacio físico colaborativo. Fuente: Elaboración propia..	71
Tabla 12. Matriz de congruencia. Fuente: Elaboración propia.	79
Tabla 13. Empresas colaborativas activas por sectores. Fuente: Elaboración propia.	84
Tabla 14. Empresas colaborativas exitosas en México. Fuente: Elaboración propia.	85



Introducción

La economía colaborativa es una nueva corriente que se surge ante la demanda de un cambio de sistema económico y su incapacidad de satisfacer las necesidades de la población, donde se ofrece apertura a nuevos mercados a través de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Manuel Castell (2002) señala una nueva etapa donde existe una cultura con base tecnológica e interviene en los cambios en los sectores productivos tradicionales:

Internet no es una tecnología, sino que es una producción cultural, se destaca la importancia decisiva de esta dimensión cultural en la producción y las formas de las tecnologías que la han hecho posible, y analiza sus distintas capas: la universitaria (cultura de la investigación por la investigación); la hacker (y la pasión de innovar y crear); las formas culturales alternativas (gente insatisfecha con la sociedad actual que encuentra en Internet formas alternativas de vivir), y, finalmente, la cultura empresarial (representada por empresarios sin aversión al riesgo y con gran capacidad para innovar).

De acuerdo al estudio de la consultora PricewaterhouseCooper (PwC, 2014) la economía colaborativa alcanzará para el 2025 un potencial de mercado de 335 000 millones de dólares, creciendo 20 veces más que su tamaño actual.

Lo que diferencia a este nuevo modelo económico es que se presenta por medio de iniciativas basadas en las TIC, que en los últimos años han permitido una mayor interacción entre individuos por medio de redes sociales, portales web y aplicaciones móviles de forma masiva.

De acuerdo a un estudio de la consultora Nielsen (2014), existen 5000 plataformas de economía colaborativa que demuestran ser más eficientes y económicas que las empresas tradicionales.



Al ser una nueva tendencia no existe un marco regulatorio a nivel internacional ni local, las primeras iniciativas vienen dadas en el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre consumo colaborativo (CESE, 2014), donde reconoce la importancia de su incidencia económica y el alcance que está teniendo, así como las ventajas en temas de innovación, economía y ecología.

En nuestro país este fenómeno está en sus primeros años, por lo que contamos con información limitada. Los datos obtenidos en esta investigación nos ofrecerán una visión general de su funcionamiento con las condiciones que imperan en el país para generar estrategias que potencialicen un crecimiento sostenido de la economía nacional aprovechando las herramientas tecnológicas con las que contamos.



Resumen Capitular

Capítulo 1 Marco Teórico

En esta primer parte se describe el modelo de la economía colaborativa, su evolución y elementos que conforma. Se mencionan las teorías y modelos de adaptación tecnológica que se adaptan para el funcionamiento de este modelo.

Explica su relación con el sector tecnológico, de la innovación y emprendimiento en un entorno a nivel global, regional y nacional.

Capítulo 2 Metodología de la Investigación

En este capítulo se realiza el planteamiento del tipo de investigación, las técnicas y procedimientos a seguir para la recolección de información, su análisis, clasificación e interpretación de datos obtenidos para formular un modelo que explique el éxito de las empresas colaborativas en México.

Capítulo 3 Resultados

Se plasman los resultados obtenidos y se analizan con apoyo de la información documental para generar un modelo que explique el éxito de las iniciativas colaborativas en el país y las variables involucradas.

Capítulo 4 Conclusiones y Recomendaciones

En el capítulo final se realiza una síntesis de la información más relevante con observaciones y recomendaciones de posibles líneas de investigación que sirvan para comprender el modelo colaborativo a nivel local.



Capítulo 1 Marco Teórico

1.1 Modelos de adopción tecnológica

La información obtenida se analizara desde la perspectiva tecnológica, social, psicológica y económica para tener un panorama general de los actores involucrados en el funcionamiento de la economía colaborativa.

Los modelos de adopción tecnológica con un enfoque en psicología social y comercio electrónico son las bases para comprender este fenómeno y que respaldarán el modelo de éxito propuesto para México.

1.1.1 Teoría de la Difusión de Innovaciones (TDI)

Considerada pionera para explicar factores tecnológicos, Rogers (1983) desarrolla esta teoría donde se definen las etapas por las que atraviesa cualquier innovación tecnológica, analizando su adaptación y explicando el proceso de cambio social. Determina como elementos principales a la innovación, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social.

El proceso inicia con la introducción de la tecnología, la cual es rápidamente adoptada por un grupo pequeño denominado grupo de los *innovadores*, después por los *early adopters*; a medida que la tecnología se extiende, madura y se difunde entre la población se llega a la última etapa donde los adoptantes son conocidos como los rezagados.

Se representa gráficamente con una curva ascendente de adopción relativa al grado de innovación de la misma hasta la madurez de la tecnología donde alcanza el pico y la curva vuelve a descender.



1.1.2 Teoría Cognitiva Social (SCT)

Con raíces en la psicología del aprendizaje y parte de la afirmación de que el conocimiento del individuo está directamente influido por la observación del comportamiento de otros. (Bandura, Adams, & Beyer, 1977). Estos comportamientos pueden servir de guía para permitir a los individuos actuar en base a las construcciones simbólicas producto de la observación. Se define por tres factores: personales, de comportamientos y entorno o factores ambientales.

1.1.3 Teoría de la Acción Razonada (TRA)

Desarrollada por Martin Fishbein e Icek Ajzen (1975, 1980), señala que los factores que condicionan la conducta del ser humano con respecto a la decisión de ejecutar o no determinada acción están dados por la actitud o predisposición del sujeto hacia el objeto con una reacción positiva o negativa; y la norma subjetiva, es decir, los factores sociales creados por personas significativas del entorno del sujeto en forma de opiniones que pueden condicionar la percepción acerca del objeto logrando afectar la intención.

1.1.4 Teoría del Comportamiento Percibido (TPB)

Ajzen incorporó un tercer elemento a su teoría anterior, el control del comportamiento percibido (Ajzen, 1985; Ajzen, 1987; Ajzen, 1991). Esta explica las capacidades que un sujeto percibe que posee al realizar una tarea específica (Figura 1), ya sea por percepción relativa a las habilidades que posee para desempeñarla, el control que tiene sobre la tarea, la obligación de realizarla o la suma de todas.

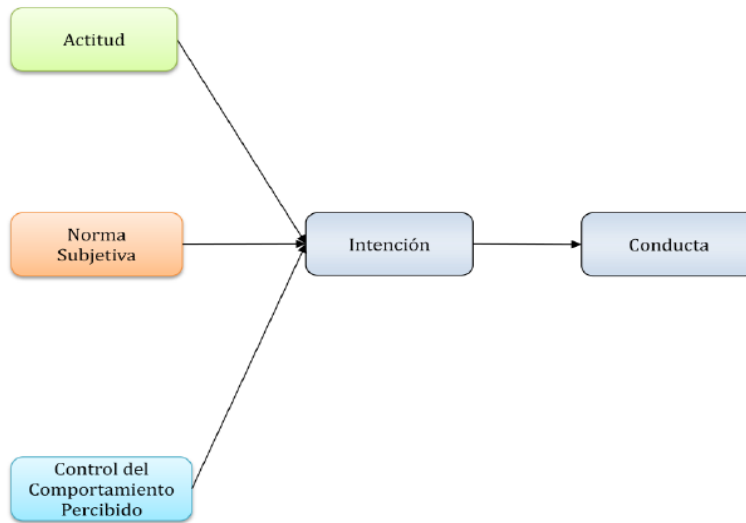


Figura 1. Teoría del conocimiento percibido. Fuente: Aizen 1985.

1.1.5 Modelo de Aceptación Tecnológica (MAT)

Davis (1996) también se basó en la TRA para desarrollar este modelo aplicado al uso de sistemas de información y es guía para los modelos de aceptación de negocios y comercio electrónico.

Este modelo considera factores determinantes para el uso de una tecnología, la utilidad del sistema para el sujeto y la percepción de facilidad en el uso. Estableciendo que cuanto más útil resulte emplear un sistema y más fácil se perciba su funcionamiento, más proclive será a utilizarlo.

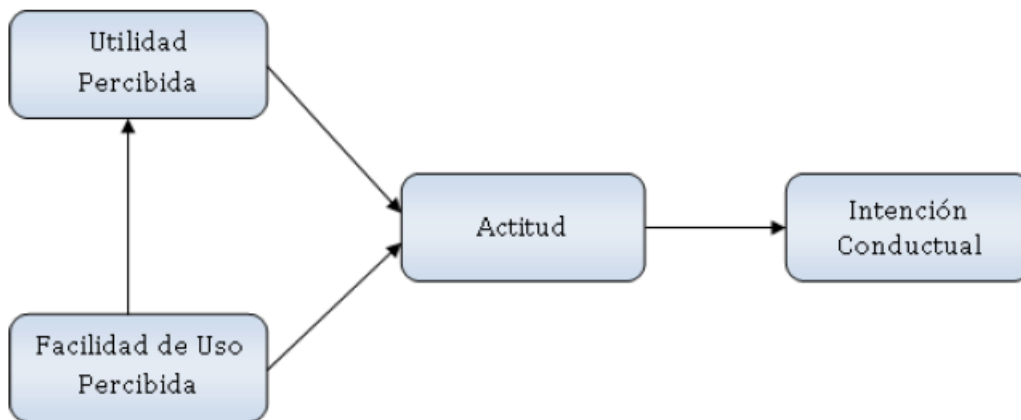


Figura 2. Modelo de aceptación tecnológica. Fuente: Davis 1989.

El modelo es redefinido en una versión conocida como MAT2 (Venkatesh y Davis, 2000) que incorpora factores normativos, de influencia social, de experiencia, de voluntad, calidad de resultados, relevancia de tareas, entre otros.

1.1.6 Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT)

Venkatesh (2003) desarrolló su teoría con bases conceptuales y empíricas de los modelos y teorías como la TRA y MAT, pero con una perspectiva multinivel de los factores que influyen en la adopción de una TIC, tomando en cuenta factores tecnológicos y psicosociales, moderados por variables de género, edad, voluntad de uso de la tecnología y la experiencia previa de la misma. Establece cuatro determinantes de intención (Figura 3): expectativa de desempeño, expectativa de esfuerzo, influencia social y condiciones facilitadora.

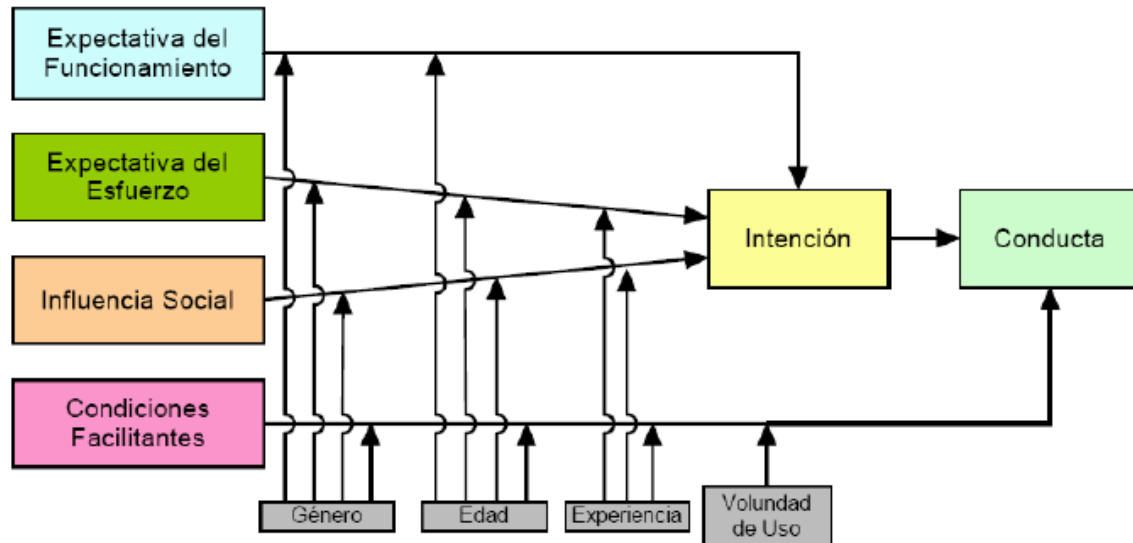


Figura 3. Teoría unificada de la aceptación y uso de la tecnología. Fuente: Venkatesh, Morris, Davis y Davis 2003.

1.1.7 Costo Total de Propiedad (TCO)

Es una medida diseñada por el Grupo Gartner a finales de los 70's para evaluar el costo total en que se incurre al adquirir, inicialmente un sistema de información, ahora se utiliza su concepto para todas las compras. El principio básico del TCO es que los costos de propiedad de cualquier bien que se adquieran tienen componentes más allá de los estipulados en el precio de compra del mismo, costos en los cuales se debe incurrir para garantizar el funcionamiento correcto del bien o conjunto de bienes, durante la vida útil del mismo, toma en cuenta no sólo los costos directos sino también los indirectos y los recurrentes.

1.1.8 Teoría de Recursos y Capacidades

Parra y Calero (2006) señalan que se percibe a la empresa como resultado de los recursos y capacidades que ésta puede sintetizar, unida al concepto de



competencias nucleares (Prahalad y Hamel, 2005) y al reconocimiento de los activos intangibles como condicionantes de las ventajas competitivas sostenibles.

El elemento esencial de la ventaja competitiva es que genere valor añadido percibido por los clientes, por lo que la estrategia deberá estar basada en satisfacer las necesidades de los mismos. Existen un conjunto de rasgos ideales y comunes de los recursos y de las capacidades para que generen una ventaja competitiva para la empresa y así poder ser considerados elementos generadores de valor añadido.

1.1.9 Teoría Peer to Peer (P2P)

Desarrollada por Bauwens (2005) donde se argumenta que el trabajo colaborativo depende directamente del mercado ya que produce valor de uso mayor por medio de una producción inmaterial, sin aportar un ingreso directo a los productores con una interdependencia mutua. Explica que los procesos Peer to Peer realizó cambios en la forma de organización y producción de la sociedad.

1.2 Marco Conceptual

1.2.1 Confianza

La confianza es un concepto que puede ser estudiado desde diferentes ángulos. De acuerdo a Lilien y Bhargava (2008) la confianza aparece en interacciones en las que existe incertidumbre con respecto al comportamiento de la contraparte.

El concepto aplicado al comercio electrónico dice “La confianza es la creencia de que la otra parte se comportará de una forma socialmente responsable y, de esta forma, cumplirá con las expectativas de la parte que confía sin tomar ventajas de sus vulnerabilidades” (Gefe, 2000; Pavlou, 2003).



1.2.2 Conocimiento abierto

Denomina a las iniciativas colaborativas que promueven la difusión abierta del conocimiento, y la posibilidad de reutilización y redistribución sin trabas legales, sociales o tecnológicas. Toda la información compartida se transforma en conocimiento gracias al apoyo interactivo de los usuarios en colaboración con instituciones que han renunciado a los derechos de propiedad intelectual para expandir la inteligencia colectiva. Abarca desde las herramientas de creación de programas hasta la información científica, en todo tipo de disciplinas.

Internet ha posibilitado que una gran comunidad de usuarios gestionen y organicen colectivamente su conocimiento. Esta comunidad no es fija: los usuarios entran y salen a voluntad de los distintos grupos y niveles de utilización, tanto del conocimiento como de las herramientas de programación.

1.2.3 Consumo colaborativo

Se define como el acceso a bienes y servicios sin la propiedad de los mismos a través de plataformas digitales. Desde el punto de vista económico es la aplicación de alguna red social para convertir activos infrautilizados en un beneficio latente. Es transaccional y no gratuito.

Por ejemplo existen desde plataformas que buscan compartir de forma gratuita y altruista bienes escasos, fomentando adicionalmente la relación personal, hasta plataformas con un claro modelo de negocio.

Los mercados colaborativos son más eficientes en la asignación de precios y recursos al poner en valor los recursos infrautilizados. Esto ha provocado que las plataformas colaborativas sustituyan paulatinamente a otros mercados menos eficientes. Además acercan a la acepción más pertinente de consumir, que es la de



agotar la utilización de los objetos hasta su fin, y no desecharlos antes del final de su vida útil.

1.2.4 Finanzas compartidas

Describe una categoría específica de transacciones financieras que ocurren directamente entre individuos sin la intervención de una institución financiera tradicional.

De acuerdo a Simone Baldassarri (2011) este nuevo sistema de gestionar transacciones financieras informales es posible gracias a los avances en medios sociales y plataformas en línea peer-to peer.

Las finanzas colaborativas se clasifica en cuatro campos de atención: los microcréditos, los préstamos sociales, los ahorros sociales y el crédito multitudinario. Logrando extender hasta las monedas complementarias y las divisas de crédito mutuo.

Las finanzas colaborativas, la tecnología, la capacidad informática y la estructura de nodos son herramientas que permiten eliminar las capas improductivas en el sector financiero.

1.2.5 Mesh

De acuerdo con el libro The Mesh (Gansky, 2010) es una malla o red que se refiere a la naturaleza social y propensa a las redes de la gente, los valores de la sociedad y más en esta economía. En sentido comercial cada vez más empresas prosperan con el crecimiento de las redes sociales, el internet y teléfonos móviles que permiten el acceso más efectivo y personalizado a productos y servicios

Los negocios que se basan en red tienen cuatro características básicas:



- Sentido de compartir.
- Uso avanzado de herramientas web y móviles.
- Enfoque a bienes y materiales.
- Clientes a través de redes sociales.

Para los negocios de malla la prioridad es entender a las comunidades digitales, porque generan información que pueden ayudar a proveer de experiencias satisfactorias de uso. La retroalimentación con los clientes es constante permitiendo mantener su funcionamiento y una adaptación a diferentes usuarios.

1.3 Economía Colaborativa

1.3.1 Definición y antecedentes

La economía colaborativa se convirtió rápidamente en un fenómeno global con gran impacto social y económico que se diferenció por la comunicación entre iguales sobre una base tecnológica y la generación de una nueva estructura de relaciones económicas que buscan la minimización de bienes propios y no la acumulación de posesiones. A partir de este fenómeno surge una nueva figura como actor económico, el *prosumidor*; que juega dos papeles, el de consumidor y proveedor de bienes y servicios.

De acuerdo al Informe sobre Economía Colaborativa (2016) este fenómeno surgió como una solución diferente a la crisis en el sistema económico actual para la obtención de bienes y servicios que presenta cada vez mayores restricciones financieras y evolucionó gracias a la popularización de las redes sociales y la reducción del costo de los datos móviles logrando una red de interrelación, valoración e intercambio.

El concepto de “Economía Colaborativa” se mencionó por primera vez en el artículo *Collaborative Consumption* de Ray Algard (2007), posteriormente se popularizó en



libros como *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* donde la define como “La rápida explosión en el intercambio, el trueque, el comercio y el alquiler que se están reinventado a través de las últimas tecnologías y mercados peer-to-peer de nuevas maneras y en una escala nunca antes posible” (Botsman 2010, Rogers, 2010).

Las primeras prácticas de economía colaborativa se registraron en Norteamérica durante la década de los setentas. En 1975 Henry Ware desarrollo un mercado de intercambio de bienes y servicios entre particulares conocido como Useful Service Exchange, en el cual se ocupaba como moneda de cambio el tiempo. Posteriormente en 1976 en Canadá se desarrolla un sistema de intercambio que se considera el primer ejemplo exitoso de economía colaborativa, el llamado Local Exchange Trading System¹ (LETS) que iniciaron la paridad de monedas entre el dólar estadounidense y el canadiense y comenzaron con el uso de tecnologías de la información para expandir este sistema fuera de su territorio con la creación de la empresa Landsman Ltd llegando a Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y con algunas modificaciones en Francia y España.

En los años ochenta se crearon los bancos de tiempo en Gran Bretaña como parte de la crisis económica por la reestructuración industrial y minera.

En 1991 se presenta el primer ejemplo de iniciativa de conocimiento abierto con la liberación del sistema operativo Linux para que la comunidad de desarrolladores pudieran utilizar, estudiar, compartir y modificar el software.

A mitad de la década de los noventas comienzan las iniciativas de compra-venta con base tecnológica como Ebay, que buscaban poner en contacto a consumidores

¹ Sistema Local de Intercambio Comercial.



con las empresas para ofrecer sus bienes o servicios ociosos. Este modelo de negocios se expandió e incluyó nuevos campos de iniciativas sociales.

En el año 2000 se creó la empresa de Zipcar con el objetivo de compartir el uso de automóviles sin conductor asociado. En 2004 aparece Couchsurfing, empresa que por medio de redes sociales ofrece alojamiento en casa de terceros en el sofá, donde se utiliza un sistema de reputación calificando por el usuario y oferente. En 2008 se creó AirBnB, la cual también ofrece alojamiento en hogares de terceros, pero con un cobro de comisión por el intermediario y tarifa del dueño de la casa. En 2009 se fundan Uber que busca compartir vehículo con conductor y Kickstarter, empresa dedicada al crowdfunding. Los tres últimos casos son los ejemplos de mayor éxito en la economía colaborativa. En la Figura 4 podemos observar la evolución de este fenómeno desde sus inicios.

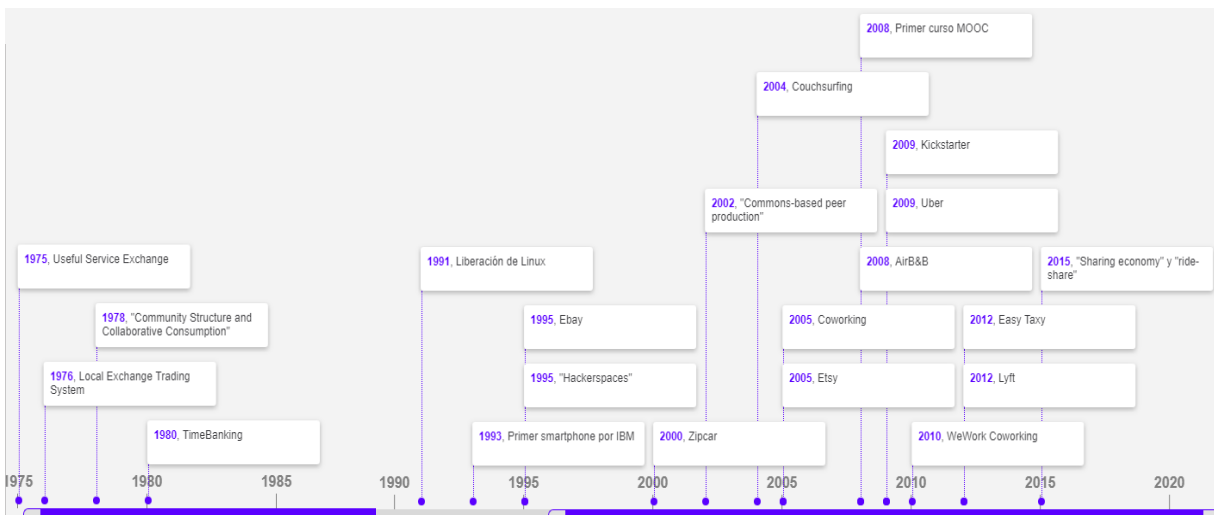


Figura 4. Línea del tiempo de la economía colaborativa. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el estudio de economía colaborativa de PwC (2014) los elementos que han permitido su crecimiento a nivel global son la confianza que cada vez es mayor, la comodidad al encontrar lo que se necesita de forma fácil y el sentido de pertenencia a una comunidad, el cual no se obtiene de negocios tradicionales.



Las empresas con este modelo de negocio han roto paradigmas generando polémica por las industrias tradicionales y por lo cual se encuentran bajo análisis para crear una legislación adecuada para su funcionamiento.

Haciendo un comparativo entre los sistemas existentes como se muestra en la **Tabla 1**, podemos observar el cambio de las relaciones existentes entre empresas, consumidores, individuos e instituciones.

Tabla 1. Comparación entre sistemas. Fuente: Cañigueral 2014.

Hiperconsumo	Sistema Colaborativo
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productos
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
Business to Business (B2B)	Peer to Peer (P2P)

1.3.2 Clasificación

Existen diferentes tipos de clasificaciones, de acuerdo a Rache Botsman (2010) la economía colaborativa se puede dividir en tres tipos de sistemas:



-Basado en productos.

Consiste en el pago por aquello que se va a utilizar sin tener que comprarlo, lo que permite optimizar la vida útil de los productos por medio del uso compartido, reduciendo residuos y fomentando el ahorro.

-De redistribución.

Consiste en actividades que buscan reasignar bienes usados de un lugar donde ya no se necesita a donde se requieren, con o sin contraprestación económica.

-Estilos de vida colaborativos.

Son las actividades que en un espacio en común buscan compartir tiempo, habilidades y/o conocimientos, incorporando valores sociales frente a un objetivo empresarial.

Una segunda clasificación se da por el tipo de relaciones que varían en función de las necesidades y productos.

-Consumo colaborativo.

Proporciona acceso a bienes y servicios a través de medios digitales que modifican el sentido tradicional del intercambio.

-Producción colaborativa.

Parte del movimiento “Do it your self” por medio de espacios creativos de colaboración como son los laboratorios de coworking y la democratización de herramientas de fabricación digital.

-Finanzas colaborativas.

Relacionada con los servicios de financiación, préstamos o inversión que se realizan al margen de las entidades financieras tradicionales. Se divide en crowdfunding, peer to peer lending y monedas alternativas



-Conocimiento abierto.

Se trata de bienes inmateriales como es el conocimiento, ideas e información que se distribuye sin barreras legales o administrativas. Incluye el acceso libre a cursos (MOOC) y la oportunidad de enseñar o compartir habilidades por medio de plataformas digitales.

1.3.3 Principios básicos

El conjunto de condiciones creadas por ciertos factores económicos, sociales y tecnológicos permitió un entorno adecuado para la irrupción y crecimiento de la economía colaborativa como detallaremos a continuación.

Sociales

- Sentido de comunidad es la vinculación emocional, de integración y participación en grupos con un objetivo en común que pudo influir en la participación de actividades económicas.
- Desarrollo sustentable y sostenible con aumento en la concientización del cuidado del ambiente, para tener más recursos disponibles con un menor consumo.
- Incremento de la densidad de la población, especialmente en núcleos urbanos que provoca una mayor dificultad para la obtención de bienes y servicios, pero con un efecto de red (mesh) hace posible un entorno para realizar transacciones de tipo colaborativo.
- Recomendación social en un doble sentido: no solo los proveedores son los evaluados, sino también los clientes; creando un sistema donde la unidad de medición es la confianza.
- Filantropía de las nuevas generaciones que están más identificados con los conceptos de colaboración, solidaridad, uso eficiente de recursos y ayuda en comunidad como parte de una tendencia.



Económicos

- Crisis económica con la reducción del crédito y la renta entre los consumidores provocó la creación de alternativas para la optimización de recursos.
- Incremento en la flexibilidad económica relacionada a un cambio cultural donde las relaciones económicas que no se basan en la acumulación de posesiones y existe una mayor apertura a nuevos modelos de negocios y nuevas formas de financiamiento.
- Incremento en la inversión de capital para nuevas iniciativas de emprendimiento por diferentes fuentes de financiamiento como el venture capital y apoyos gubernamentales.
- Dificultades que los sistemas contables presentan para la valoración de los activos intangibles.
- Nuevos intereses y propiedades cruzadas que se fortalece por el tránsito de la propiedad al uso.

Tecnológicos

- Redes sociales y la sociedad en red, su importancia radica primero en el “efecto mesh” que ha impulsado el desarrollo de la economía colaborativa al permitir la interconexión digital entre individuos para realizar transacciones y por ser la herramienta de generación y evaluación de confianza de usuarios y proveedores.
- Nuevas formas de pago digital que son seguras, lo que representa un elemento clave para el desarrollo de la economía colaborativa.
- Dispositivos móviles y plataformas digitales que proporcionan a los usuarios y proveedores movilidad y accesibilidad, brindándoles ventajas competitivas.
- Influencia del Internet y las TIC para la reducción de los costos de transacciones y el impulso del fenómeno *long-tail* definido por Chris Anderson



en 2004, que hace referencia al nuevo modelo de compra y distribución por medio de las TIC en productos especializados y de nicho.

1.3.4 Elementos clave para de desarrollo

Como vimos en el punto anterior, ciertas condiciones permitieron el surgimiento de este fenómeno, pero existen piezas clave que han permitido que su impacto sea global. Se han desarrollado varias explicaciones del acelerado crecimiento, donde se manejan diferentes elementos.

La propuesta por Rachel Botsman (2010) que consideran cuatro elementos básicos como se muestra en la Figura 5.



Figura 5. Fundamentos de la economía colaborativa. Fuente: Botsman y Rogers 2010.

- La masa crítica es el aumento de probabilidad de encontrar lo que se busca si existe mayor número de usuarios potenciales determinado por el tamaño mínimo de una red necesaria para que funcione.
- El excedente de bienes con valor sin utilizar, que por medio de la tecnología se busca explotar su potencia y maximizar su beneficio.



- La creencia en los bienes comunes que fomenta el valor de las comunidades de intereses en común.
- La confianza entre extraños con intención de colaboración, es el principio más complejo ya que depende de cada individuo y su entorno.

En 2015 Sarah Green Brodersen propone una nueva explicación que involucra algunos elementos diferentes (Figura 6). Ambas propuestas coinciden únicamente en la capacidad excedentaria y el sentido de comunidad.



Figura 6. Motores de la economía colaborativa. Fuente: Brodersen 2015.

- Tecnología. La economía colaborativa es caracterizada por una afinidad a las tecnologías de comunicación, las personas utilizan las redes sociales para crear comunidades, intercambiar, vender o rentar bienes y/o servicios; permitiendo una conciencia de oferta y demanda en tiempo real.



- Capacidad excedentaria. Son las personas que comparten o intercambian recursos excedentes, es estimulado por la tecnología, por una creciente población y un mayor grado de urbanización.
- Conciencia medioambiental. Compartir bienes tiene un impacto positivo en el medio ambiente y para el desarrollo de una conciencia de sustentabilidad.
- Reingeniería del consumo. Las personas son más propensas a compartir que tener una propiedad lo que facilita la adopción de modelos peer-to-peer
- Resurgimiento de la comunidad. El sentido de comunidad impulsado por crisis financieras en conjunto con las plataformas digitales creó comunidades con un sistema descentralizado, transparente y controlado.

1.3.5 Modelo de negocio

Michel Bauwens (2011) lo define como una dinámica relacional en el que las personas tienen la facultad de interactuar unos con otros en la creación de los recursos comunes. El modelo básico presenta una relación entre iguales o Peer to Peer (P2P) que consiste en una interrelación directa entre miembros de una sociedad a través de otro miembro sin necesidad de un intermediario.

Boyd Cohen y Pablo Muñoz (2016) desarrollaron el Sharing Business Model Compass, una herramienta que clasifica de manera sistemática y coherente las relaciones entre los actores de la economía colaborativa creando un modelo dinámico que se adapta a las diferentes versiones que existe a finales del 2017.

Consiste en seis dimensiones: Tecnología, Transacción, Enfoque de Negocio, Recursos Compartidos, Modelo de Gobernanza y Tipo de Plataforma; cada dimensión tiene tres grados con modelos de gobierno con propiedad y control concentrados hasta alcanzar una propiedad y control completamente distribuidos.



Las dimensiones de Tecnología y Recursos Compartidos se diferencian por enfocarse en las capacidades y el impacto relacionado con la escalabilidad del modelo.

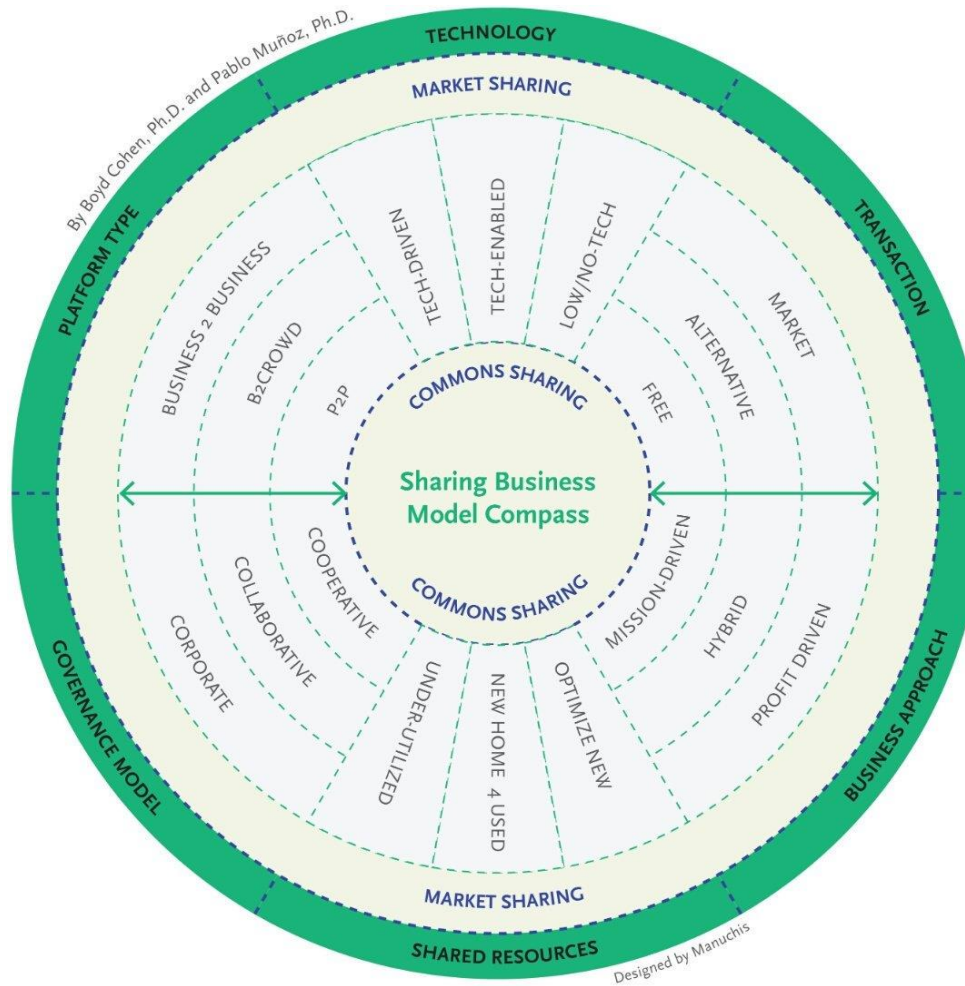


Figura 7. Modelo de compas de los negocios colaborativos. Fuente: Boyd y Muños 2016.

1.3.6 Motivaciones y limitantes

Las razones por los que se participa o no en este modelo son subjetivas, pueden depender del entorno, de la presión social, de la situación económica, etc. En un estudio de Leo Burnett (2014) sobre la percepción de la economía colaborativa se



identificó que los principales motivadores están dados por la necesidad práctica, la conveniencia y la posibilidad de ahorrar o ganar dinero y los limitantes por el riesgo y el apego a los bienes. En la **Tabla 2** se observan más opciones.

Tabla 2. Motivaciones y limitantes de la economía colaborativa. Fuente: Burnett 2014.

Motivaciones	%	Limitantes	%
Ayudar a los menos afortunados	34	Riesgos	47
Conveniencia y practicidad	24	Apegos a las propiedades	43
Ahorro y/o ganar dinero	28	Inconvenientes para cerrar transacciones	30
Conectividad, colaboración y pertenencia	22	Pro Consumismo	27
Sustentabilidad y ayuda colectiva	35	Arruinar el capitalismo de libre mercado	15
Deseo de poseer menos	15	Estatus social	18

1.3.7 Sectores económicos

La economía colaborativa está presente en distintos sectores económicos como el transporte, hospedaje y financiamiento; pero se está expandiendo por la especialización de nuevos productos y servicios que desarrollan nuevos mercados.

En 2014 Jeremiah Owyang desarrolló una estructura de enjambre para clasificar empresas en los sectores colaborativos, la versión 1.0 está dividida en 6 sectores y 14 subdivisiones; en 2015 evolucionó a la versión 2.0 donde se dividió en 12 sectores y 30 subdivisiones. La versión 3.0 contiene 16 segmentos y 41 subdivisiones. En la Figura 8 podemos ver una adaptación de la última versión.



Figura 8. Panel de economía colaborativa 3.0. Fuente: Adaptación del modelo de Owyang, 2016.

En el estudio de economía colaborativa de la consultora PwC (2014) señala la evolución de ciertos sectores que presentan un patrón de curva S; en las primeras dos etapas de introducción y crecimiento inician con volúmenes bajos y volátiles hasta el punto de saturación del mercado al alcanzar la etapa de madurez y declive



o renacimiento que va seguida de una nueva ola de innovación del mercado. En la Figura 9 se muestra esta evolución comparativa de cinco sectores de la economía colaborativa y su equivalente en sectores tradicionales.

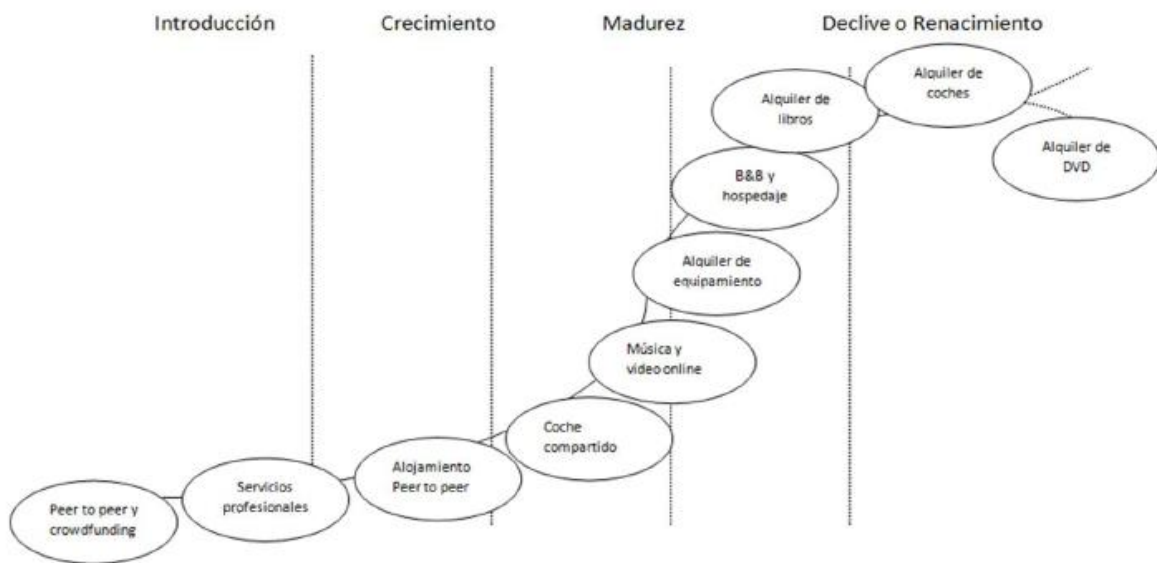


Figura 9. Curva S de evolución de los sectores económicos. Fuente: Adaptación del estudio de PwC 2014.

1.3.8 Futuro

La economía colaborativa aún no explora su potencial ni se conocen los riesgos que representan para las industrias tradicionales. Por su acelerado crecimiento aún se encuentra en fase de análisis para poder entender su funcionamiento.

Michael Bauwens (2013) elaboró un cuadro de posibles escenarios futuros para empresas de la economía colaborativa (Figura 10), que comprende dos ejes que marcan polos opuestos dando como resultado cuatro cuadrantes donde se clasifican los procesos de la economía colaborativa que se están desarrollando.



Figura 10. Escenarios futuros de la economía colaborativa. Fuente: Adaptación del modelo de Bauwens 2013.

Los posibles escenarios son:

1. Capitalismo Netárquico. Es la fracción del capital que permite y facilita la cooperación y las dinámicas P2P, pero a través de plataformas propietarias y con un control centralizado. Los usuarios son quienes crean y comparten directamente el valor de uso pero el intercambio monetizado queda en manos de los propietarios del capital.
2. Capitalismo Distribuido. Permite un control distribuido pero sigue enfocada sobre la acumulación de capital. Bajo este modelo, las infraestructuras P2P están diseñadas para permitir la autonomía y participación de agentes múltiples, pero el enfoque principal sigue siendo la generación de ingresos. Es un capitalismo más inclusivo, distribuido y participativo pero carece de un enfoque local.
3. Comunidades Resilientes. Se caracterizan por un control distribuido y enfocado al procomún. Propone estrategias salvavidas dirigidas a la



supervivencia de pequeñas comunidades en el contexto de un caos generalizado. A pesar de la dinámica colaborativa global expresada a través de la red, sigue siendo un enfoque local.

4. Procomún Global. Se posiciona en contra del enfoque exclusivamente local, para centrarse sobre un procomún global. Se trata de un modelo de producción distribuido y facilitado a nivel local.

1.4 TIC e Innovación

La economía colaborativa en sus inicios fue una tendencia tecnológica disruptiva que generó empresas millonarias sin activos con altas tasas de crecimiento, modelos innovadores, escalables, transparentes y más eficientes. (Velasco, 2016)

Las empresas colaborativas tienen una base digital que les permite tener un impacto a nivel global, por lo cual las redes sociales y el aumento de la conectividad móvil se ha convertido en un catalizador de desarrollo de este fenómeno.

1.4.1 Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Russel Belk (1988) fue de los primeros en estudiar la evolución del consumo digital y el impacto de las posesiones, él sostiene que los objetos son extensión de uno mismo como parte de la identidad y con el avance de la tecnología se ha llegado a expresar nuestra identidad sin necesidad de propiedades.

La relación estrecha entre la economía colaborativa y el entorno tecnológico nos permite explorar el nuevo rol del usuario, no sólo como observador sino como participante, esto dentro del concepto de Web 2.0 definido por Tim O'Reilly (2005) que designa a la nueva red social, entendida como una plataforma de colaboración



entre internautas donde las bases son la tecnología, redes sociales, sindicación de contenidos y los servicios web.

1.4.1.1 Situación nacional

Las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) se ha vuelto un sector clave para el desarrollo de los países con impacto económico y social cada vez mayor, convirtiéndose en un indicador de competitividad a nivel global.

El objetivo de las TIC es mejorar y ofrecer soporte a los procesos de operación y de negocios para incrementar la competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información (Tello Leal, 2008).

De acuerdo al último “Reporte Global de las Tecnologías de la Información” del Foro Económico Mundial, México se encuentra en el sitio 79 de 149 naciones y en el 93 en el acceso a banda ancha, a nivel América Latina, colocándose en los últimos lugares debajo de las siete economías regionales; esto se traduce en caída de competitividad e innovación al no lograr un correcto aprovechamiento de las TIC.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2015) reporta que la velocidad de conexión promedio para América Latina es de 2.9 Mbps, mientras que para los países avanzados es de 13.41 Mbps. En México la velocidad de carga es de 5.67 Mbps. Además. Costa Rica y México tienen las tarifas más elevadas en servicio de telefonía móvil post pago.

La Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) reporta a México como uno de los 10 países con mayor participación en el mercado mundial en TIC, se ha posicionado como uno de los más importantes exportadores y en telecomunicaciones el volumen de servicios continúa en un constante crecimiento.

Los beneficios sociales y económicos que representan el correcto aprovechamiento de las TIC se traducen en el aumento de eficiencia en los procesos, intercambio y



gestión de la información, acceso al mercado de trabajo, mayor participación ciudadana y son un medio para la creación y difusión de conocimiento útil.

1.4.1.1.1 Retos

Las principales situaciones a resolver en torno a este tema tienen que ver con la infraestructura, legislación y capacitación.

- La falta de infraestructura para el acceso a Internet adecuada al no ofrecer una velocidad de descarga competitiva ni uso de banda ancha móvil por falta de inversión que merma las oportunidades de desarrollo de nuevos negocios. El sector de telecomunicaciones es muy cerrado, para bajar costos y fomentar su desarrollo se requiere mejorar las condiciones para generar competencia y aumentar la inversión pública y privada.
- Falta de capacitación para el uso eficiente de las TIC, pero para atender este punto primero se deben considerar las barreras del nivel educativo y la limitada alfabetización digital. Se requiere inversión en la calidad educativa y en programas de capacitación para el sector empresarial para aumentar la competitividad.
- Ausencia de políticas para fomentar este sector que se ha vuelto pilar para la economía nacional, por ser el que brinda las herramientas para hacer más competitivo al país lo que hace más atractiva para la inversión y fomenta la investigación y desarrollo para la innovación de la industria.

Como parte de las acciones correctivas el Gobierno presentó el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y una Reforma Constitucional en Telecomunicaciones que busca incrementar la inclusión digital en el país para que al menos el 70% de los hogares del país cuenten con servicios de Internet de Banda Ancha. En 2015 se



logró llegar a 59% de acuerdo a datos del Estudio de Hábitos de Usuarios de Internet (AMPICI, 2016).

Existe una gran disparidad entre entidades federativas donde el porcentaje de hogares conectados oscila entre 11.8% y 50.7% y se tienen que adaptar las acciones a cada región dependiendo de su situación para cumplir con las metas propuestas.

1.4.2 Tecnologías móviles

El acceso a Internet a través de dispositivos móviles está aumentando de acuerdo a datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMPICI, 2014) 5 de cada 10 internautas se conectan a través de su smarthphone por la inmediatez y la proximidad que ofrece. El incremento en su uso ha impulsado un aumento del comercio y la publicidad en el sector móvil. Sin embargo su penetración aún es lenta, se estima que se llegará al 80% de la población para el 2020.

El Reporte de La Economía Móvil en América Latina (GSMA, 2016) señala que el impacto económico es tal que en 2015 las tecnologías y servicios móviles generaron el 5% del PIB en América Latina y 1.9 millones de empleos. Además, la región registra una de las tasas de uso de redes sociales más elevadas del mundo, el cual se lleva a cabo, en su mayor parte, a través de la conectividad móvil

El desarrollo de la tecnología móvil con una mejor cobertura de banda ancha, el aumento de adopción de smartphone y de uso de redes sociales, genera un panorama de oportunidades para las pequeñas empresas que pueden aprovechar el incremento de la conectividad para agregar valor a sus productos o servicios y nuevos emprendimientos digitales.



1.4.3 Innovación

El mercado actual demanda innovación, no sólo tecnológica, sino aplicada de manera multidisciplinaria a productos, servicios, procesos y modelos de negocios; lo que ha llevado a la reestructuración de las capacidades productivas y de organización política, económica y social de forma global. Su medición no sólo se centra en políticas, gastos y números de patentes que se registran, ya que son varios los factores que intervienen como son: instituciones, capital humano e investigación, infraestructura, sofisticación de mercado y negocios, conocimiento, producción de tecnología y creatividad.

La adaptación de las empresas a esta nueva situación genera un ecosistema más competitivo, obligándolas a innovar en procesos como cadenas de valor eficientes a través o nuevos modelos de negocios que permitan la generación de valor como un diferenciador.

Cada país ha tenido una evolución distinta de acuerdo a un conjunto de variables económicas, políticas y sociales que han permitido el desarrollo de innovación. México ocupa el lugar 66 de 143 países en el Índice de Innovación Global; reflejando que aún hay un largo camino por recorrer para lograr una competitividad a nivel internacional.

El perfil tecnológico de nuestro país de acuerdo con el estudio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) es bajo, esto por la insuficiente inversión en ciencia, tecnología e innovación al contar con un marco normativo poco propicio para fomentar estas áreas, aunado a altos niveles de corrupción e inseguridad que evita que se aproveche el potencial que se tiene.

1.4.3.1 Ecosistema nacional

El desarrollo de la innovación es lento y de manera dispar en cada región geográfica del país. Son pocas las acciones para la generación de condiciones propicias y se



han dado por compromisos en acuerdos internacionales, como fue la creación de instituciones para la protección de la propiedad intelectual.

Las capacidades productivas del país buscan tener un alto contenido tecnológico. En los últimos años se apuesta para crear un entorno adecuado para fomentar innovación con acciones como capacitaciones y apoyos para investigación, desarrollo, adopción de tecnología, inversión en proyectos de ciencia y tecnología, creación de instituciones para cumplir con estos objetivos, cooperación y vinculación para establecer redes de innovación.

Se estableció una métrica para la innovación creando el Índice de Potencial de Innovación (IPINE) cuyas variables son: la construcción de capacidades productivas, contribución del Estado a la creación de insumos innovadores y las redes de innovación. Los resultados obtenidos reflejaron que las entidades con mayor capacidad de innovación son aquellas donde se desarrolla la economía de escala y que existe una disparidad entre regiones geográficas, De acuerdo con datos del Sistema Integrado de Información sobre Investigación Científica y Tecnológica (SIICYT), la mayoría de las entidades registradas; que comprenden empresas, instituciones privadas no lucrativas, instituciones de enseñanza superior, instituciones y dependencias de la administración pública y centro de investigación; se encuentran concentradas en 10 entidades federativas que absorben el 75% del presupuesto para innovación, aunado a esto no existe una eficiencia en la aplicación de este presupuesto.

Los datos recabados permiten la creación de planes de desarrollo y programas generados por el Estado que requieren compromiso para tener continuidad cada sexenio para llevar un correcto control de los resultados a largo plazo.

La innovación ya es un pilar para el desarrollo social y económico del país lo que conlleva a un compromiso sostenido por parte de todos los actores, se requiere una mayor inversión pública y privada para proyectos estratégicos.



1.5 Adopción de un nuevo modelo económico

1.5.1 América Latina

La economía colaborativa tiene un gran potencial de generar beneficios a nuestro país, ya que se cuenta con condiciones que nos definen como un mercado emergente que puede ser explotado y que fomenta valores sociales positivos de colaboración a través de la innovación y la tecnología.

México presenta un acelerado desarrollo de negocios colaborativos por una alta demanda de productos y servicios. De acuerdo a datos del Primer Informe de Economía Colaborativa en América Latina (FOMIN, 2016), México es el segundo país con mayor número de iniciativas de economía colaborativa, superado por Brasil; esto de acuerdo a su tamaño de mercado y madurez tecnológica.

Se identificó que las principales barreras que limitan el desarrollo de este modelo económico son:

- Desconocimiento del tipo de negocio 60%
- Desconfianza de los clientes-usuarios 42%
- Difícil acceso al financiamiento 43%
- Falta de regulación 23%
- Acceso a tecnología 20%
- Acceso a sistemas de pago por los clientes 17%
- Competencia de empresas tradicionales 16%
- Otros 7%
- Acceso a mercados exteriores 6%

Las dos primeras limitantes requieren una mayor educación del tema, el desconocimiento del modelo de negocios provoca desconfianza y miedo a los



clientes. De acuerdo con Botsman (2010) “la confianza es la considerada la nueva moneda de cambio”.

Como se ha venido mencionando, la economía colaborativa es un fenómeno relativamente joven, la mayoría de las empresas que se encuentran bajo este modelo no tienen más de 5 años de su fundación y en su mayoría con un número limitado de personas que participan dentro de cada iniciativa, en las Figuras 11 y 12 se observan los resultados obtenidos a nivel América Latina.



Figura 11. Fundación de iniciativas colaborativas en Latinoamérica. Fuente: FOMIN 2016.

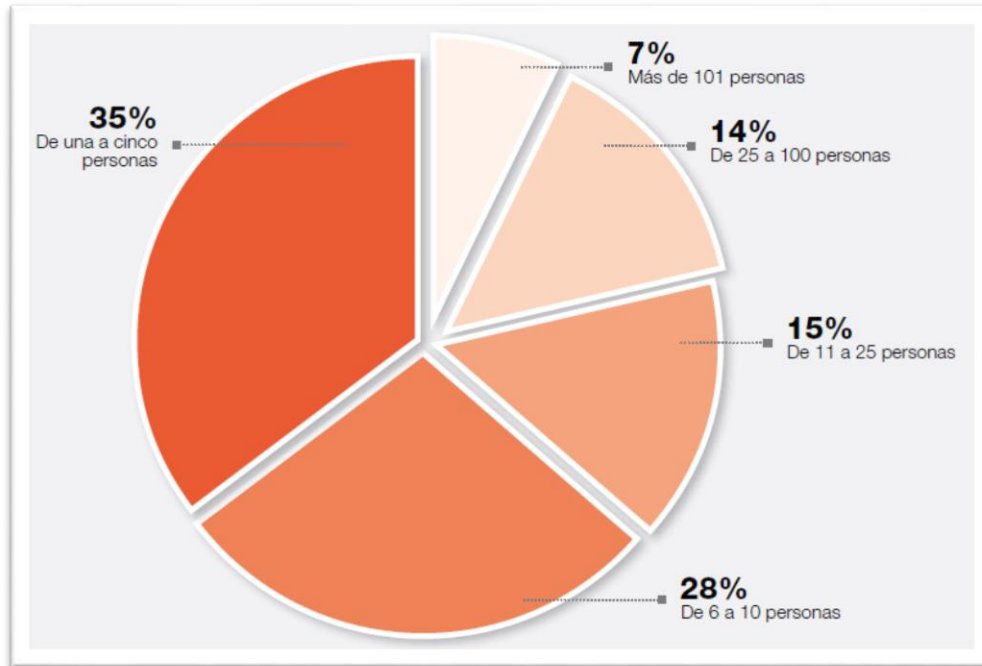


Figura 12. Personal en empresas colaborativas de Latinoamérica. Fuente: FOMIN 2016.

1.5.2 México

El mercado nacional es muy atractivo para este nuevo modelo de negocios, la rápida adopción de tecnologías en los últimos años ha sido un factor detonante para la creación de nuevas empresas con modelos colaborativos y la popularización de sus plataformas digitales y aplicaciones móviles con las que trabajan.

Los sectores en los que se tiene participación están creciendo, como se muestra en la Figura 13, los más populares y con los que se dio a conocer este modelo son transporte y hospedaje con empresas como Uber y Airbnb, sin embargo, existe una fuerte presencia en el sector financiero como una alternativa de financiamiento en el ecosistema emprendedor.

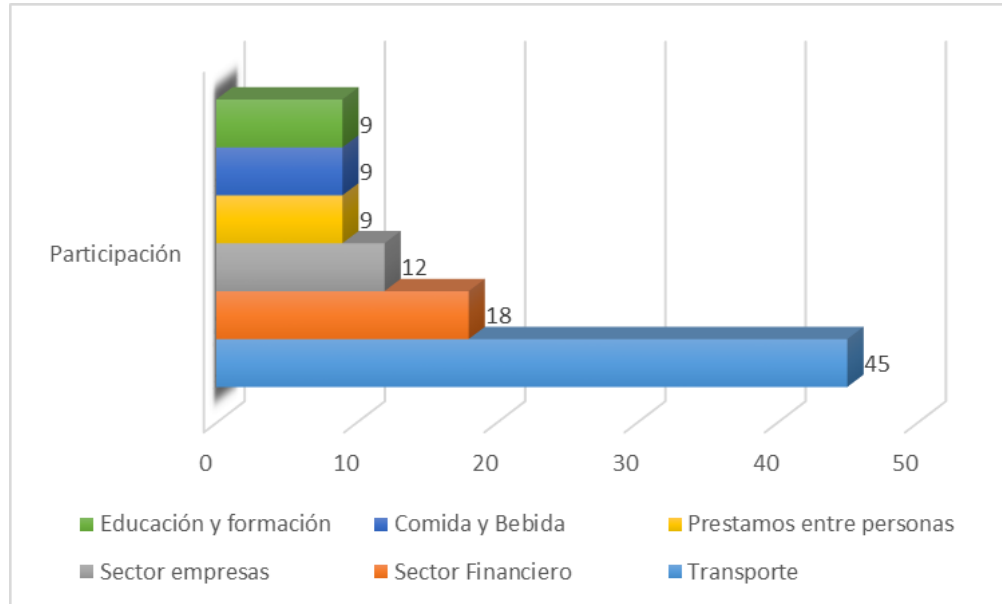


Figura 13. Sectores de participación de iniciativas colaborativas en México. Fuente: FOMIN 2016.

1.5.2.1 Regulación

El tema de la regularización de las actividades de otros sectores de la economía colaborativa aún es austero, no sólo a nivel nacional, sino internacional.

Uno de los mayores logros en este tema fue la regularización de las actividades de Uber y demás compañías del sector transportes del modelo colaborativo en la Ciudad de México durante el 2015, hecho que sólo se había llevado a cabo en algunas regiones de Estados Unidos e Inglaterra y convirtiéndose en la primera ciudad en América Latina. Esta regulación estipula registro de los conductores ante la Secretaría de Movilidad, el aporte a un fondo para la mejora de taxis públicos, la regulación de las tarifas dinámicas para evitar los picos de demanda y el pago de una cuota por el uso del sistema de geolocalización.

En el sector financiero se observa otro ejemplo, en 2014 se creó un organismo de autorregulación por parte de las plataformas de crowdfunding, la Asociación de



Plataformas de Fondeo Colectivo (AFICO) que tiene como misión promover el modelo de crowdfunding y defender los intereses, estableciendo códigos de prácticas que sean adoptados por todas las plataformas y profesionales del crowdfunding en el país. Busca reducir los riesgos potenciales, los cuales van desde falsificación de información, fraudes, robo de datos, problemas de liquidez, seguridad cibernética hasta la desaparición de la plataforma.

Se planteó los objetivos de promover el modelo crowdfunding, defender los intereses generales de los prestadores de servicios de las plataformas, establecer altos estándares para su funcionamiento, certificar y regular las plataformas, brindar transparencia en la información y la elaboración de una propuesta legislativa específica.

Las plataformas que quieren la certificación son evaluadas en las siguientes áreas:

- Funcionalidad de las herramientas de comunicación para que los fondeadores puedan evaluar los proyectos de manera fácil.
- Transparencia: en la relación como entidad de interrelación entre solicitantes y fondeadores, su interacción con los operadores de plataformas y las tarifas de servicio.
- Rendición de Cuentas: se tiene facilitar las transacciones y brindar seguimiento a las iniciativas financiadas para que el capital sea destinado a compromisos específicos de la propuesta del solicitante.
- Seguridad: se tiene que facilitar las transacciones y reducir riesgos de fraude para proteger a los fondeadores con políticas de seguridad.

La AFICO como parte de su misión generó un fondo de continuidad para apoyar a las plataformas en caso de insolvencia y así proteger a los prestamistas y/o fondeadores de las plataformas participantes.

En el sector de espacios físicos existen avances, el 20 de diciembre de 2016 el Gobierno de la Ciudad de México aprobó reformas en el Código Fiscal donde se



reconoce la importancia del alojamiento compartido como catalizador del turismo local (Airbnbcitizen, 2017). Las plataformas ayudaran a los anfitriones a cumplir sus obligaciones fiscales relacionadas con la prestación de servicio de hospedaje.

En los demás sectores las actuales políticas públicas no logran desarrollar un marco regulatorio adecuado a las actividades bajo este modelo que utiliza la figura de proconsumidor, es decir, cualquier consumidor de un servicio o producto es a su vez un productor/proveedor del mismo. En la economía colaborativa la mayoría de plataformas son marketplace enfocado a distintos productos y servicios, donde el usuario puede ser comprador y vendedor a la vez (proconsumidor), para lo cual no existe una legislación que procure los derechos y obligaciones de esta nueva figura. Como alternativa de seguridad se utiliza la reputación como herramienta de protección al consumidor; se califica la satisfacción del cliente por el producto o servicio, ganado así la confianza de nuevos usuarios.

Los temas que permanecen pendientes en regulación además de la protección al consumidor son: relaciones laborales y seguridad social, tributación e impuestos, regulación sectorial y responsabilidades y seguros.

1.5.2.2 Sectores de participación

1.5.2.2.1 Alimentos

El mercado de pedidos de comida online y entrega a domicilio se valúa a nivel mundial en 97 mil millones de dólares. En México este sector creció en los últimos años con la llegada de grandes empresas líderes en este sector que adquirieron a las empresas locales, actualmente tres se encuentran en operación físicamente y una es una plataforma internacional la cual integra a México en sus actividades.

Las empresas de este sector funcionan reclutando restaurantes sin distinción del tamaño, a los cuales les cobran una comisión de entre el 10 y 15% por cada una de las ventas de comida que hagan.



De acuerdo con datos del informe *Todo sobre la mesa* (CANIRAC, 2016), existen 568, 866 restaurantes y negocios de comida con un crecimiento anual de 4.5%, de los cuales el 11% se dedica a la venta de comida rápida para llevar; mientras que 8.7% brinda servicio a domicilio y cerca del 40% de los establecimientos se ubican en Jalisco (4.5%), Ciudad de México (9.94%), Puebla (5.35%), Estado de México (11.24%) y Veracruz (6.70%). Estas cifras reflejan un enorme potencial en el mercado nacional. En la **Tabla 3** se observan las empresas colaborativas de este sector que operan en territorio nacional.

Tabla 3. Empresas colaborativas del sector de alimentos. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
A Tu Mesa	Inactiva	Entrega de alimentos	2003	Monterrey México	Adquirida en 2014 por Sin Delantal
Se Me Antoja	Inactiva	Entrega de alimentos	2010	Monterrey, México	Adquirida por Hellofood/Delivery Hero en 2014
Super Antojo	Inactiva	Entrega de alimentos	2011	CDMX, México	Adquirida por Pedidos Ya en 2014.
Sin Delantal	Activa	Entrega de alimentos	2012	España	-
Hello Food	Inactiva	Entrega de alimentos	2013	Alemania	Adquirida por Just Eat 2016, sustituida por Sin Delantal
EatWith	Activa	Eventos culinarios	2013	Israel	Plataforma internacional
Pedidos Ya	Inactiva	Entrega de alimentos	2014	Uruguay	Adquirida por Delivery Hero
UberEATS	Activa	Entrega de Alimentos	2016	EUA	-
Rappi	Activa	Entrega de Alimentos y Super	2016	Colombia	-



De nueve empresas registradas, cuatro están activas al 2017, en este sector en especial no figura ninguna empresa de origen nacional operando actualmente.

Eatwith al ser plataforma internacional funciona en todo el país; Sin Delantal ofrece su servicio en 30 ciudades del país; UberEATS en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara; y Rappi únicamente en ciertas delegaciones.

1.5.2.2.2 Transporte

Los embotellamientos vehiculares son el principal problema de movilidad en las ciudades y las empresas que han presentado una solución siguen creciendo principalmente con la tendencia del carpooling. Este sector ocupa el 45% del total de la economía colaborativa en el país sin considerar el coworking.

Su importancia radica en el incremento de la oferta de movilidad proporcionando una solución ante los problemas causados por el exceso de automóviles en la ciudad, de acuerdo con datos del Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO, 2012), en la Zona Metropolitana del Valle de México los costos por la movilidad ineficiente ascienden a 33 millones de pesos al año.

En este sector se presenta una sub división dedicada a los servicios adicionales al transporte, que en el mercado mexicano corresponde a estacionamientos y parquímetros. Los beneficios de estos servicios son el ahorro de tiempo y dinero, considerando que anualmente se gasta en promedio 3 mil dólares en estacionamiento y ofrecen la oportunidad de aprovechar nuevos espacios. Las opciones de movilidad existentes en el país las observamos en la **Tabla 4**:



Tabla 4. Empresas colaborativas del sector transportes. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Ecobici	Activo	Renta de bicicletas	2007	CDMX, México	En operación por el Gobierno de la CDMX
Bikla / BKT Bici pública	Activo	Renta de bicicletas	2008	Guadalajara, México	Operada por el Gobierno de Guadalajara
Rutanet	Activo	Transporte de carga	2008	CDMX, México	-
Aventones (Rides)	Inactivo	Carpooling	2011	CDMX, México	Adquirida por Bla Bla Car en 2015
CarrotMx	Activo	Carsharing	2012	CDMX, México	-
Cabify	Activo	Carpooling	2012	España	-
Dame un Aventón	Inactivo	Carpooling	2012	CDMX, México	Sin operaciones desde 2015
EasyTaxi	Activo	Carpooling	2012	Brasil	-
Yaxi	Activo	Carpooling	2012	CDMX, México	-
Uber	Activo	Carpooling	2013	EUA	-
EConduce	Activo	Renta de scooters eléctricos	2013	CDMX, México	-
CityDrive	Activo	Carpooling	2013	Guadalajara, México	-
Tripda	Inactivo	Carpooling	2014	Brasil	Sin operaciones desde 2016
Bla Bla Car	Inactivo	Carpooling	2015	Francia	Cierre de operaciones finales de 2016
Buggy Rides	Inactivo	Carpooling	2015	CDMX, México	-
Avant	Activo	Carpooling	2015	Puebla, México	-



FleteYa	Activo	Carpooling de transporte	2015	CDMX, México	-
Parkeo	Activo	Estacionamiento	2015	CDMX, México	-
Parkiller	Activo	Estacionamiento	2015	España	Mismos creador de Sin Delantal
Arriv.io	Activo	Estacionamiento	2015	CDMX, México	-
VanBam	Activo	Carpooling	2016	CDMX, México	-
Parkimovil	Activo	Estacionamiento y pago de parquímetros	2016	Puebla, México	-

De las 22 empresas encontradas, 17 están activas y divididas en 5 segmentos. Las de mayor participación son de carpooling con 7 empresas, seguida de aplicaciones móviles para estacionamiento con 4, mientras que Carsharing, Carga compartida y Sistema de Bicicletas sólo tienen 2.

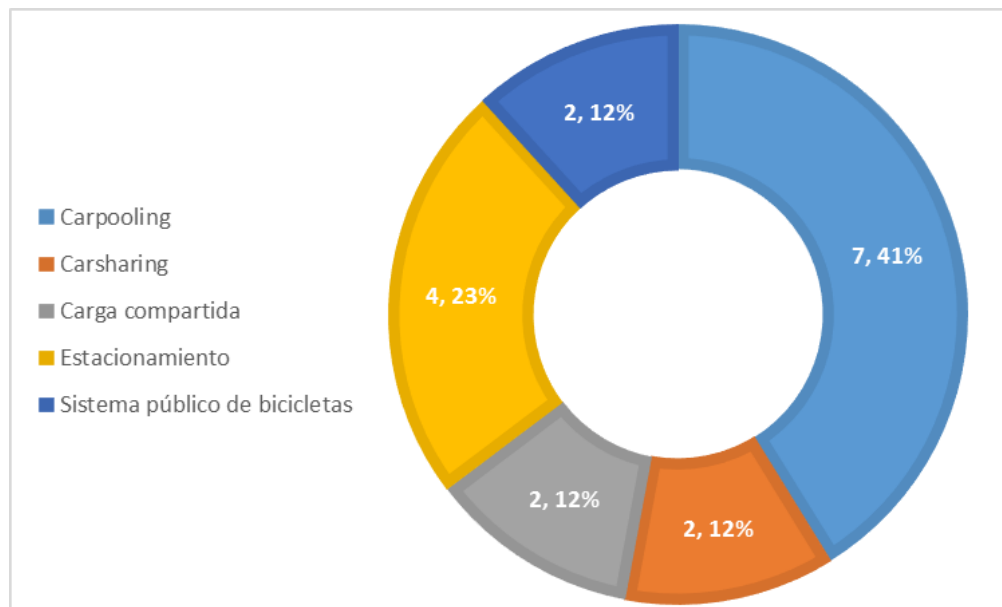


Figura 14. Segmentación de actividades en el sector de transportes. Fuente: Elaboración propia.



2012 y 2015 fueron los años en que más empresas empezaron a operar, pero las primeras empresas en dar servicio fueron los sistemas de movilidad de bicicletas compartidas en la Ciudad de México y Guadalajara, que son parte del sector público.



Figura 15. Inicio de operaciones de empresas colaborativas de transporte. Fuente: Elaboración propia.

Los servicios carpooling se encuentran en varias ciudades, la dedicada a la de carga compartida opera en todo el país, el carsharing y servicios de estacionamiento sólo en la Ciudad de México, Puebla y Tlaxcala. En la figura 16 se observa la participación de las empresas de carpooling por ciudad.

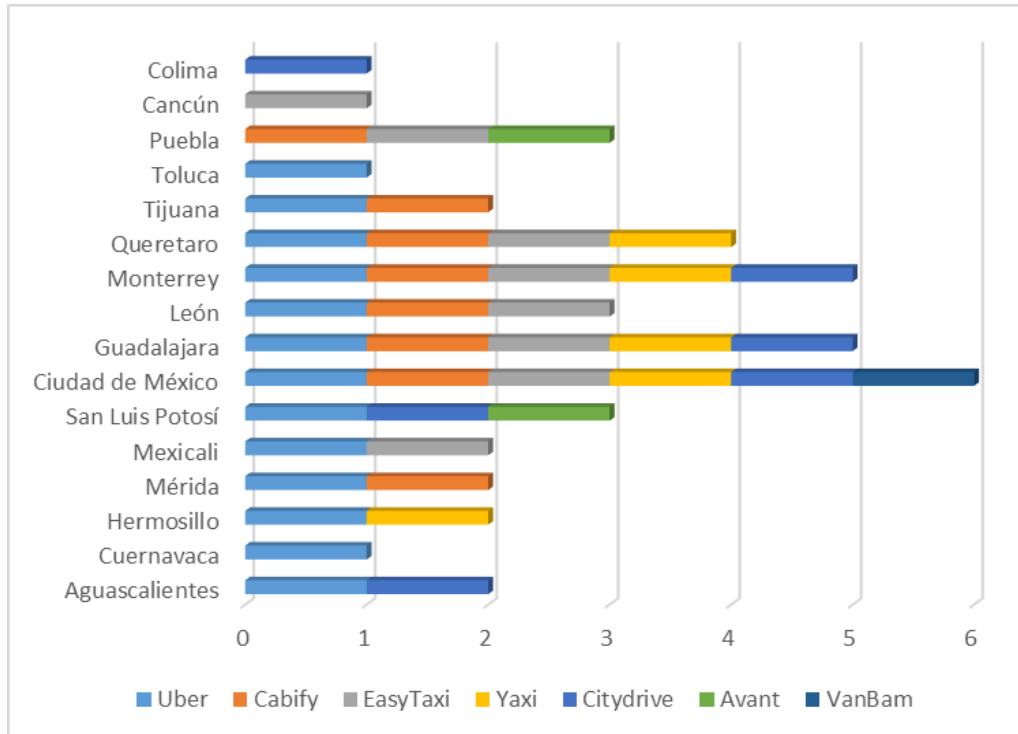


Figura 16. Transportes colaborativos por ciudad. Fuente: Elaboración propia.

1.5.2.2.3 Bienes

Engloba las iniciativas que buscan ampliar el ciclo de vida de los productos con actividades relacionadas con la compra y venta de bienes, la donación y el trueque.

Su detonante de crecimiento es el aumento de uso de smartphones que ha abierto un canal mayor de compra-venta directa entre particulares (P2P).

El 88.9% de las plataformas que más operan en México son de origen extranjero (**Tabla 5**); nuestro mercado tiene mucho potencial; de acuerdo con cifras de Statista (2017), México ocupa el segundo lugar en volumen de ventas a través del comercio electrónico en Latinoamérica, con 18% de la facturación total en la región, que en 2015 equivale a 59,000 millones de dólares, sólo por debajo de Brasil. DE acuerdo con datos de Sanches Onofre (2017), Mercado Libre se colocó el líder del sector



de bienes en 2016 con 9 millones 212 mil visitas y con un crecimiento anual de 14.9%.

Tabla 5. Empresas colaborativas de bienes. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Mercado Libre	Activo	Marketplace	2012	Argentina	-
Ticketbis	Inactivo	Venta de boletos para eventos P2P	2011	España	Comprada por StarHubs (Ebay) en 2016
Segunda Mano	Activo	Marketplace	2012	Noruega	-
Kichink	Activo	Marketplace de tiendas de diseño	2013	CDMX, México	-
Vivanuncios	Activo	Marketplace	2015	EUA	Parte del grupo empresarial de Ebay
Etsy	Activo	Marketplace de artículos artesanales	2015	EUA	Plataforma internacional
Amazon México	Activo	Marketplace	2015	EUA	-
Trendier	Activo	Marketplace de ropa de mujer	2016	España	-
StubHub	Activo	Venta de boletos para eventos P2P	2016	EUA	-

1.5.2.2.4 Logística

Es de las divisiones más recientes de la economía colaborativa, está estrechamente relacionada con la tendencia “on demand” y la evolución de la distribución donde las personas con disponibilidad de tiempo para ganar un beneficio sólo necesitan un celular para recibir un encargo de forma geolocalizada, conseguir el paquete y llevarlo a casa del cliente final.



La nueva mensajería compartida se utiliza a través de una plataforma donde se manejan sistemas de valuación de confianza básicos para el funcionamiento de este modelo de negocios. Otro de sus atractivos es que tiene tasas menores a las de mensajerías tradicionales.

La logística colaborativa se ha integrado a cadenas de suministros de varias empresas como una forma de optimizar procesos y reducir costos.

Los principales problemas que presenta es la congestión de las vías urbanas, inseguridad, falta de rentabilidad de las flotas de reparto, falta de protección a los paquetes y el riesgo de no cumplir los plazos de entrega pactados con el cliente.

En México tiene menos de 3 años la primera empresa de este tipo, aún son muy pocas las que están en el mercado y se encuentran en muy pocas ciudades. En la **Tabla 6** se encuentran las empresas que corresponden a este sector.

Tabla 6. Empresas colaborativas de logística. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Kangou	Inactivo	Crowdshipping	2014	CDMX, México	-
Mercadoni	Activo	Super on demand	2015	Colombia	-
PackandPack	Activo	Crowdshipping	2015	Puebla, México	-
Skydrop	Activo	Crowdshipping y Logística	2015	Monterrey, México	-
Loggap	Activo	Crowdshipping	2015	Veracruz, México	-
iVoy	Activo	Crowdshipping	2015	CDMX, México	Presente en Guadalajara, Monterrey y CDMX



La empresa que resalta en este sector es iVoy, una plataforma para realizar entregas en menos de 90 minutos con altos estándares de calidad con presencia en las tres principales ciudades del país y que en 2016 obtuvo el premio a Mejor Servicio de Logística de los eAwards México superando a DHL y Fedex.

1.5.2.2.5 Servicios

Son de plataformas que ponen en contacto profesionales y personas o empresas que requieren servicios para tareas específicas como servicio de limpieza, cuidados de salud, actividades de diseño, entre otros.

Brinda la oportunidad de auto emplearse y obtener un ingreso extra a cualquier tipo de persona y promueve la flexibilidad de horario por lo que es posible destinar el tiempo a otras actividades.

La valoración de las plataformas se basa en la capacidad de poner en contacto profesionales con personas que los necesitan; la confianza que provee puede ser a través de una pre-selección de participantes o por la valoración de usuarios anteriores y la seguridad de los medios de pago.

De acuerdo con la **Tabla 7**, en México existen 10 plataformas activas que se clasifican en Empleo (2), Limpieza (3), Mascotas (3), Belleza (1) y Marketing (1). El 66.6% de estas iniciativas empezaron a operar en 2014 y 2015 y 8 de 10 operan únicamente en la Ciudad de México.



Tabla 7. Empresas colaborativas de servicios. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Freelancer	Activo	Crowdsourcing y freelancing	2012	Australia	-
Dadapet	Inactivo	Estancia para mascotas	2013	CDMX, México	Sin operaciones desde 2015
Lavadero	Activo	Lavandería y tintorería a domicilio	2014	CDMX, México	-
Aliada	Activo	Personal para limpieza de casas	2014	CDMX, México	-
Zolvers	Activo	Limpieza, plomería y electricidad	2014	Argentina	-
Capptu	Activo	Marketing con fotos	2014	CDMX, México	-
Miora	Activo	Servicios de belleza	2015	España	Mismo creador de Sin Delantal
Cuida mi mascota	Activo	Estancia para mascotas	2015	Monterrey, México	Misma creadora de Se Me Antoja
Animal Vitae	Inactivo	Cuidado de Mascotas	2015	España	-
Host a Pet	Activo	Estancia para mascotas	2015	CDMX, México	-
Paséame	Activo	Paseo de mascotas	2016	CDMX, México	-
Apli	Activo	Reclutamiento de empleo on demand	2016	CDMX, México	-

1.5.2.2.6 Financiero

Se refiere a las transacciones financieras que se produce directamente entre individuos sin la intermediación de una institución financiera tradicional, este sector se va a dividir en dos actividades principales, el crowdfunding y dinero alternativo.



1.5.2.2.6.1 Crowdfunding

Es un fenómeno con la capacidad de impulsar la innovación y creación de empleos, diversificar la actividad económica, apoyar la reducción de la desigualdad de ingresos y fomentar la inclusión financiera de la población.

En el 2012 aparecieron las primeras plataformas: Fondeadora y Prestadero. Cada año están surgiendo más y se están especializando en distintos nichos, al 2016 se registraron 21 plataformas en la AFICO. Las cifras en México de acuerdo al Reporte Nacional de Inclusión Financiera 2016 indican que hasta julio del 2015 se fundearon 4,081 campañas con un total de 256 millones de pesos recabados de 53 276 fondeadores con un crecimiento anual de 495% entre 2011 y junio del 2015.

El monitoreo anual Fintech Radar por Finnovista colocó a México como el mayor mercado de finanzas tecnológicas (fintech) en Latinoamérica, seguido de Brasil, Colombia y Chile. Se cuentan con 158 startups que compiten por captar el 30% del mercado bancario mexicano en los próximos diez años; el segmento de mayor crecimiento ha sido el de crowdfunding con más de 60% en los últimos dos años. Estudios de del Fondo Multilateral de Inversión (FOMIN) también lo señalan como líder en crowdfunding en la misma región con la mayor cantidad de plataformas (43%) seguido de Brasil (35%) y Colombia (26%).

México y Chile son los únicos dos países a nivel Latinoamérica que manejan el modelo de crowdfunding enfocado a deudas y acciones, el cual corresponde al 71% de las plataformas nacionales.

Su impacto en el panorama nacional le ha reconocido formalmente su participación como una fuente de financiamiento alternativo para emprendedores y PYMES con potencial de crecimiento como consecuencia de la falta de acceso a créditos y la penetración cada vez mayor del Internet. En la Figura 17 se observa que las categorías con mayor recaudación de fondos son las de emprendimiento e iniciativas sociales.

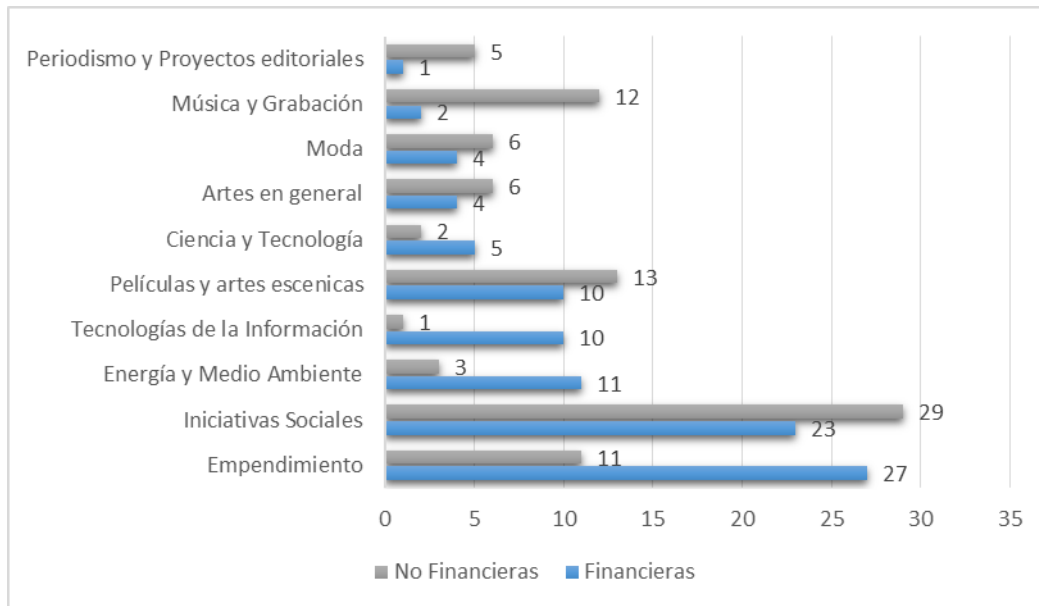


Figura 17. Clasificación de proyectos para fondeo. Fuente: The Crowdfunding Industry Report, 2015

Las condiciones sociales, económicas y políticas actuales a pesar de no ser las idóneas brindan un futuro viable para el crowdfunding. Se realizan acciones para mejorar la situación, como el fomento de la cultura de emprendedurismo local con apoyo del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y la creación de nuevas reformas para el fomento del comercio digital y la apertura a la tendencia de finanzas tecnológicas (Fintech).

1.5.2.2.6.1.1 Clasificación

Las plataformas existentes se dividen en dos categorías como se observa en la **Tabla 8**.



Tabla 8. Clasificación del crowdfunding. Fuente: Reporte de la CNVB 2015

Financiero	Donativos	Las personas donan dinero a través de la plataforma a campañas altruistas (i.e. ecológicas, operaciones de personas sin seguro médico) y no reciben un beneficio tangible a cambio.
	Recompensas	Las personas donan dinero para apoyar campañas a cambio de recibir recompensas en especie (i.e. arte, copia preliminar de un disco de música).
No Financiero	Prestamos Peer to Peer (P2P)	Se pone en contacto a inversionistas con personas que buscan la obtención de algún crédito; los inversionistas adquieren un instrumento de deuda a través del cual reciben una tasa de interés fija y el reembolso de su capital en un plazo determinado.
	De Capital	Los inversionistas pueden obtener acciones de las empresas, lo que les permite beneficiarse de las futuras ganancias. Los términos de cada instrumento de capital, incluyendo las posibles estrategias de salida, varían en función del negocio o de la plataforma utilizada (obtienen derechos económicos exclusivamente, no derechos corporativos).
	Bienes Raíces	Las personas invierten en proyectos inmobiliarios a través de fideicomisos de bienes raíces y obtienen retornos a su inversión de un instrumento de capital del fideicomiso
	Regalías	Este modelo surgió en 2013 y los inversionistas reciben un porcentaje de las ganancias que deriven de una licencia o cuota de uso de los activos que financien. Es decir, obtienen regalías de activos como la propiedad intelectual de las empresas que financian y los ingresos que esta genera.



De acuerdo a la AFICO existen 11 plataformas que son financieras de deuda, 4 de financieras de capital, 5 no financieras de recompensa y 2 no financieras de donación. Las no financieras son las que requieren una mayor regularización por parte de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) al manejar tasas de interés para obtener beneficios. La evolución de estas plataformas se observa en la Figura 18.

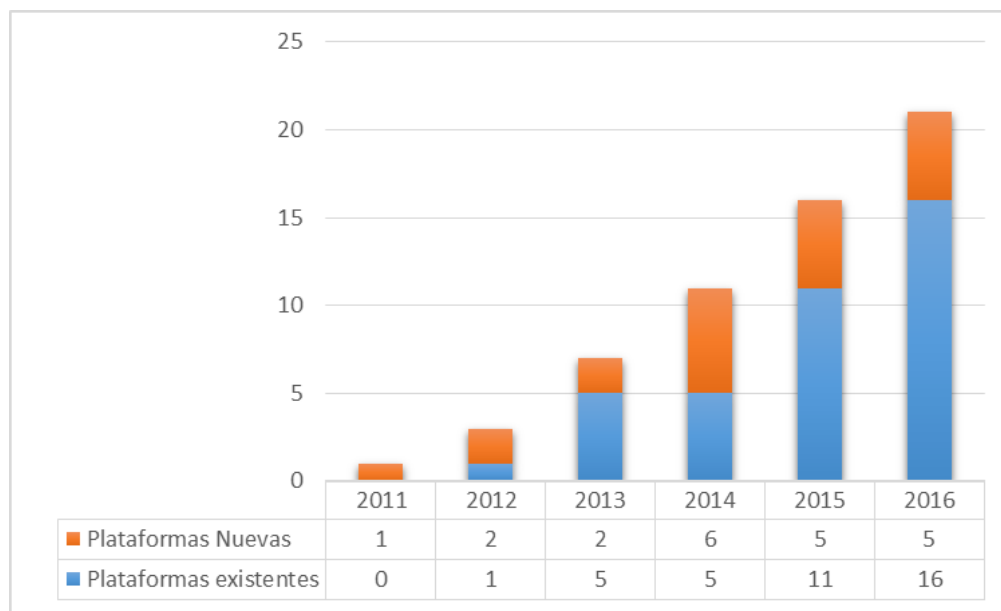


Figura 18. Evolución de las plataformas crowdfunding. Fuente: Reporte de Inclusión Financiera 2015

La probabilidad de éxito de las campañas de donativos y recompensas va del 5% al 40% y si hay campañas previas de los proyectos en las redes sociales, puede llegar al 80%. La tasa de éxito de las plataformas de bienes raíces y de los modelos de capital es de 45% y 24%, respectivamente. En México las campañas exitosas crecieron 517% y los inversionistas 245% entre 2011 y 2015.



1.5.2.2.6.2 Monedas alternativas

Bitcoin es una moneda virtual e intangible que puede utilizarse como medio de pago de la misma forma que las monedas convencionales, su diferenciador es que se encuentra descentralizada, no es controlada por ningún gobierno o institución financiera. Su valor se basa en la oferta y la demanda mediante un algoritmo que mide la cantidad de transacciones y movimientos en tiempo real.

La criptomoneda se introdujo por primera vez en 2008, bajo el sobrenombre de Satoshi Nakamoto, y en 2015 logró un récord de inversión y aceptación por parte de instituciones financieras, ya que se estima que ese año la respaldaron con hasta mil millones de dólares. Al 2016 el mercado está valuado en 17,443 millones de dólares pero su principal riesgo es la volatilidad.

En la Figura 19 se observa el avance de su cotización del 2015 a 2017 el cual se mide con el Bitcoin Price Index (BPI) de CoinDesk, donde se muestra que esta moneda se ha apreciado frente al peso en 360%.



Figura 19. Evolución de la cotización del bitcoin. Fuente: www.coindesk.com/price/2017.



Su participación en la economía colaborativa se relaciona con la red de transparencia y el uso de tecnologías peer-to-peer que son herramientas de este modelo de negocios. El uso de la tecnología blockchain provee una plataforma de libre acceso donde las transferencias pueden ser registradas de forma inteligente, fácil y permanente, ofreciendo la confianza necesaria en el sistema de comercio.

En la **Tabla 9** se encuentran las plataformas de empresas financieras con modelo colectivo establecidas en el país:

Tabla 9. Empresas colaborativas del sector financiero. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Fondeadora	Inactivo	Crowdfunding	2011	CDMX, México	Adquirida por Kickstarted en 2016
Prestadero	Activo	Prestamos P2P	2011	CDMX, México	
Indiegogo	Activo	Crowdfunding	2011	EUA	Plataforma internacional
Kubo financiero	Activo	Préstamos a través de inversionistas	2012	CDMX, México	-
Idéame	Activo	Crowdfunding	2012	Argentina	Plataforma internacional
Local Bitcoins	Activo	Marketplace moneda alternativa	2012	Finlandia	-
Karma Shop	Inactivo	Crowdfunding	2013	Monterrey, México	Cierre de operaciones 2014
Mi Cochinito	Activo	Crowdfunding	2013	CDMX, México	-
Pitchbull Funding	Activo	Préstamo para pymes	2013	Irlanda	-
Vakita Capital	Inactivo	Fondeo colectivo con acciones	2013	CDMX, México	Adquirida por Play Business en 2014



Fundwise	Inactivo	Crowdfunding	2013	Monterrey, México	Cierre de operaciones 2015
Iventu.re	Inactivo	Prestamos P2P	2013	CDMX, México	-
MEXBT	Inactivo	Dinero Alternativo	2013	CDMX, México	Cierre de operaciones 2016
Crowdfunder México	Activo	Crowdfunding	2014	EUA	-
Doopla	Activo	Prestamos P2P	2014	CDMX, México	-
Yotepresto	Activo	Prestamos P2P	2014	Guadalajara, México	-
Play Business	Activo	Inversión colectiva	2014	CDMX, México	-
Trébol Capital	Activo	Fondo de capital privado para Startups	2014	Aguascalientes México	-
Hagamos la Vaca	Inactivo	Crowdfunding	2014	CDMX, México	Cierre de operaciones 2016
Tu tanda	Inactivo	Ahorro colaborativo	2014	Chile	-
Bitso	Activo	Dinero Alternativo	2014	CDMX, México	-
Volabit	Activo	Dinero Alternativo	2014	Guadalajara, México	-
Briq Mx	Activo	Crowdfunding inmobiliario	2015	CDMX, México	-
Konsigue	Activo	Factoraje financiero y préstamos P2P	2015	Monterrey, México	-
Fondiy	Activo	Crowdfunding	2015	Guadalajara, México	-
Multicredi	Inactivo	Créditos con fondeo	2015	CDMX, México	Sin operación desde 2016
FINV	Activo	Factoraje Financiero	2015	CDMX, México	-
Expansive	Activo	Crowdfunding inmobiliario	2015	CDMX, México	-
Inverspot	Activo	Crowdfunding inmobiliario	2015	CDMX, México	-



Social Crowd Mx	Activo	Crowdfunding	2015	CDMX, México	Proyecto de INADEM y Universidad Anáhuac
Transferwise	Activo	Transferencia de dinero P2P	2016	Reino Unido	-
Wesura	Activo	Seguros colaborativos	2016	Colombia	Parte de Grupo Sura
Kickstarter México	Activo	Crowdfunding	2016	EUA	Plataforma internacional
Donadora	Activo	Crowdfunding	2016	CDMX, México	-
HIPGive	Activo	Crowdfunding	2016	EUA	Plataforma internacional
Akiba	Activo	Monedero electrónico de ahorro Friendfunding	2016	Suiza	-
Afluenta	Activo	Créditos e inversiones P2P	2016	Argentina	-
La Tasa	Activo	Prestamos P2P	2016	CDMX, México	-
Isbit Exchange	Activo	Dinero Alternativo	2016	CDMX, México	-

De 39 iniciativas registradas; 30 se encuentran activas y el 63.4% son de origen nacional. Se sub dividen en 4 tipos de actividades (Figura 20), siendo el crowdfunding la de mayor participación la cual se clasifica en financiera y no financiera (Figura 21).

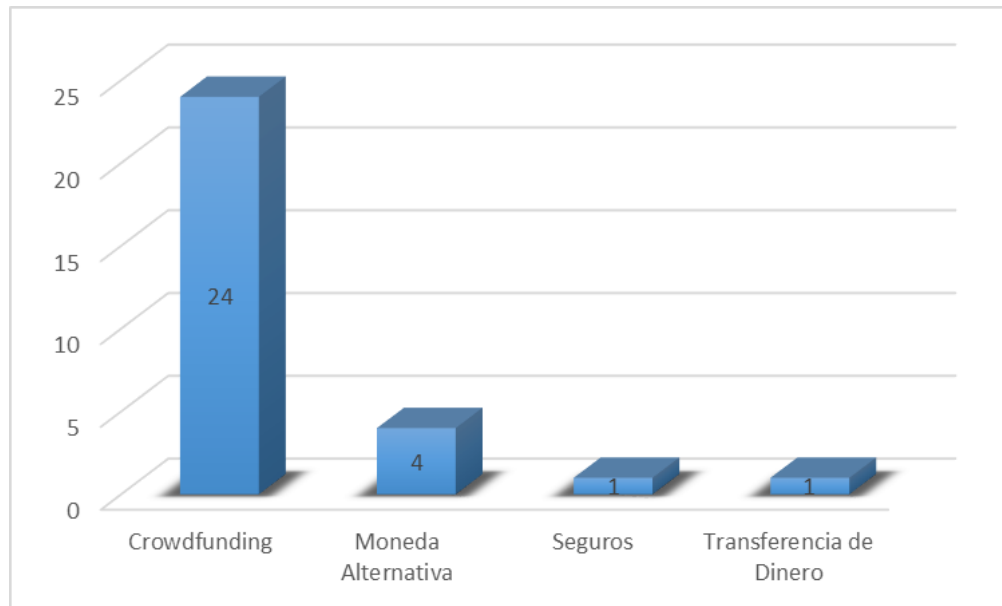


Figura 20. Segmentación del sector de finanzas colectivas. Fuente: Elaboración propia.

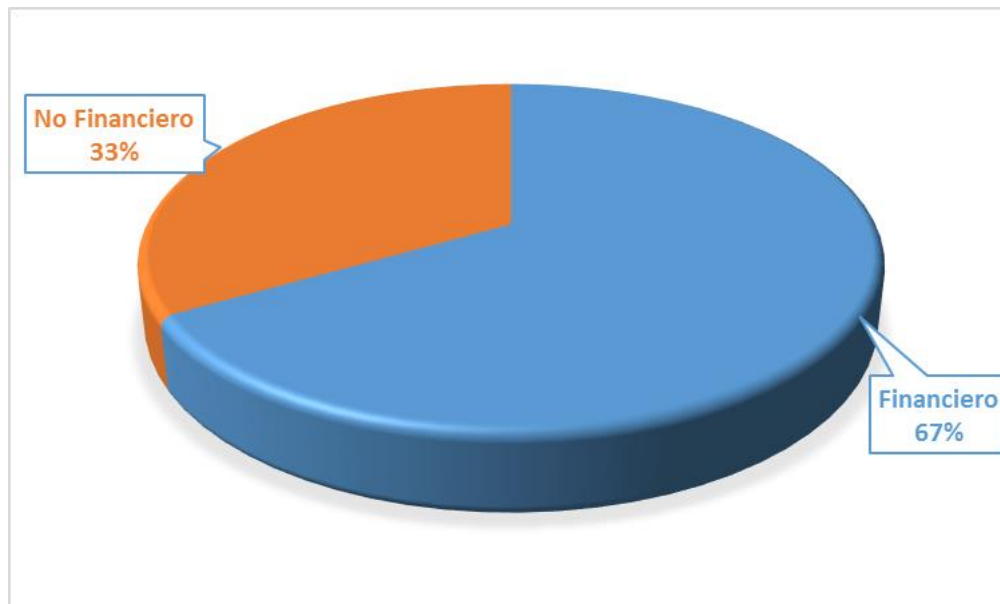


Figura 21. Participación de los tipos de crowdfunding. Fuente: Elaboración propia.



El 2014 es el año en que más empresas iniciaron operaciones, en 2012 se disparó su crecimiento hasta 2014 y en los dos siguientes años se observa un crecimiento sostenido. (Figura 22).

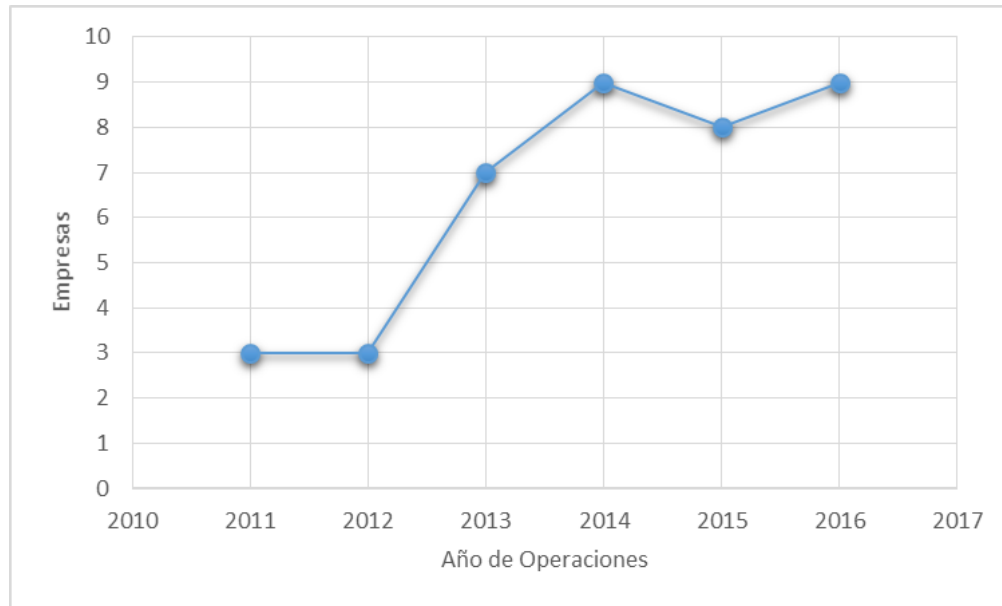


Figura 22. Evolución del sector financiero colaborativo. Fuente: Elaboración propia.

En 2016 se fondearon más de mil proyectos donde participaron más de 8 mil inversionistas, dando como resultado 3500 emprendedores y negocios que tuvieron acceso a capital y financiamiento por medio del crowdfunding. Con apoyo de las redes sociales se capacitó a 1200 inversionistas y 1500 emprendedores en técnicas de crowdfunding con material desarrollado por la AFICO y Crowdfunding México.

Existe un gran potencial en este sector, el estudio The Americas Alternative Finance Benchmarking Report (Wardrop et al., 2016) señala que durante 2013 y 2015, las plataformas de financiación alternativa en el mundo crecieron alrededor de 212%. El segmento de deuda es de los más prometedores, en el Séptimo Reporte de Inclusión Financiera (CONAIF, 2016) señaló que en México se financiaron 13 millones de dólares con crowdfunding de deuda, cifra considerable para un mercado que aún está en sus primeros años.



1.5.2.2.7 Educación

La economía colaborativa también tiene presencia en el sector educativo con la democratización de la educación a través de las plataformas digitales MOOC que ofrecen cursos estructurados con el objetivo de brindar una capacitación abierta y plataformas que ofertan un sistema de tutorías especializadas que desarrollan un nuevo mercado de conocimiento en línea.

Los MOOC son una herramienta de educación virtual masiva que se enfoca más en el proceso de aprendizaje que en la evaluación y acreditación al no poder realizar un seguimiento personalizado de los usuarios. Cada curso tiene un programa, materiales de aprendizaje como videos, lecturas y actividades para evaluaciones.

1.5.2.2.7.1 Antecedentes

En el 2001 el MIT creó una iniciativa editorial a gran escala llamada OpenCourseWare (OCW), con el objetivo de proporcionar libre acceso a materiales docentes, los cuales cuentan con la sesión de derechos parciales por parte de los autores para distribución, reproducción, comunicación pública o generación de obra derivada. Hoy en día el modelo se ha replicado en muchas instituciones de educación superior, dando inicio al desarrollo de nuevas plataformas para educación virtual.

En 2008 se llevó a cabo el primer curso tipo MOOC en la Universidad de Manitoba llamado "Connectivism and Connective Knowledge" impartido por Stephen Downs y George Siemens, el cual tuvo una duración de 12 semanas con 2,300 estudiantes inscritos (SCOPEO, 2013).

El éxito de los MOOC se dio en 2011 con la inscripción de cerca de 160 mil persona al curso "Introduction to Artificial Intelligence", por Sebastian Thrun, profesor de Stanford University y fundador de la plataforma Udacity, y Peter Norvig, director de investigación de Google.



1.5.2.2.7.2 Oferta

Existe una variada oferta de plataformas de cursos masivos en línea, entre las más destacadas se encuentran:

- Coursera.
- Udacity.
- edX.
- Future Learn
- Canvas Network.
- MiríadaX

Este tipo de plataformas alojan cursos diseñados por instituciones de prestigio de todo el mundo, permitiendo a éstas que el conocimiento generado llegue a una mayor cantidad de personas y como parte de estrategia de competitividad para que la institución tenga mayor presencia dentro del mercado educativo global.

El potencial del mercado mexicano es grande, de acuerdo a datos de Coursera en menos de un año de haber lanzado su plataforma en nuestro país, registró a 800 mil usuarios, convirtiendo a México en el país con el mayor número de nuevos registros dentro de la plataforma a nivel mundial. Su mayor presencia se registró en la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla. Los cursos más buscados por mexicanos son en temas relacionados con tecnología, negocios y superación personal, reflejando un interés por el crecimiento profesional y el emprendimiento. (Becerril, 2016)

Las instituciones de educación superior nacionales que han ofertado cursos MOOC son la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

En 2015 se desarrolló la plataforma MéxicoX, la cual ofrece cursos online de distintas instituciones educativas nacionales, esto como parte de la Estrategia



Digital Nacional. En la **Tabla 10** encontramos las empresas de educación colaborativa presentes en México.

Tabla 10. Empresas de educación colaborativa. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Tradeschool	Inactiva	Cursos y Talleres	2013	EUA	Cierre de operaciones 2017
MéxicoX	Activa	MOOC	2015	CDMX, México	Administrada por la Dirección General de Televisión Educativa
Coursera	Activa	MOOC	2015	EUA	Plataforma internacional
Prentige	Activa	Marketplace de Tutorías	2015	Monterrey, México	
Geek Education	Activa	Marketplace de Tutorías	2015	CDMX, México	
Khan Academy	Activa	MOOC	2016	EUA	Convenio con la Fundación Carlos Slim

Se observa que este sector no es de los más populares, pero representa uno de los beneficios sociales más grandes al llevar la educación a lugares que no se tiene acceso.

1.5.2.2.8 Espacio físico

En este sector se dividen en dos: las empresas dedicadas al alojamiento y las dedicadas al coworking.



1.5.2.2.8.1 Alojamiento

El alojamiento colaborativo es una de las áreas en las que más ha proliferado; gracias a la crisis de la economía, donde las personas con objeto de obtener ingresos extras o cubrir los costos de mantenimiento de sus viviendas deciden ofrecer en alquiler por tiempo determinado su propiedad o una parte de ella.

Este modelo evolucionó e incluyó viviendas destinadas a vacaciones, en el período en que no se utilizan.

Se desarrollaron plataformas digitales para intermediar la oferta y la demanda de alojamientos no convencionales para los turistas. Permite a los usuarios ofrecer sus espacios libres para alojar a un visitante en su casa, convirtiéndose en host y recibiendo un beneficio económico por ello. Estas acciones contribuyen al desarrollo de la economía en una localidad.

La plataforma más conocida es Airbnb, con presencia en 192 países en la que se ofrecen servicios de hospedaje y alojamiento en cerca de 34 mil ciudades. Su éxito ha sido tal que de acuerdo con su portal oficial; sin tener un solo cuarto de hotel, la empresa vale más que el grupo hotelero Marriot valuado en 21 mil millones de dólares y que tiene 6 mil hoteles en 122 países.

Las cifras en el mercado mexicano (Arena Pública, 2017) indican que Airbnb pasó de ofrecer 25 mil opciones de alojamiento en 2015 a 62 mil al cierre de 2016; 974 mil personas encontraron alojamiento mediante esta plataforma durante 2016 en la Ciudad de México con un crecimiento de 174% entre 2015 y 2016 con un beneficio de 500 millones de pesos sólo en esta zona.

1.5.2.2.8.2 Coworking

Los espacios de coworking son espacios de trabajo compartidos utilizados por diferentes tipos de personas, en su mayoría emprendedores profesionistas



independientes, startups y empresas pequeñas; donde pueden compartir un espacio de trabajo para reducir costos, poner en marcha proyectos de manera independiente y poder realizar sinergias.

Johns y Gratton (2013) definen al coworking como la "tercera ola de trabajo virtual", que busca restaurar la "co-localización" en el modo de producción digitalizadora donde las tareas se pueden realizar en cualquier lugar y en cualquier momento. Las primeras olas eran el freelanceo virtual y los miembros corporativos virtuales.

Se pueden entender también como los espacios que se han convertido en "terceros lugares" entre el hogar y el trabajo que pretende ser una práctica colaborativa que busca establecer relaciones sociales comunitarias entre los individuos con los que se comparte espacio.

De acuerdo a un estudio de Moriset (2014) se registraron 2, 498 espacios mapeados en todo el mundo, pero al volverse una tendencia a la alza no existe un número exacto de estos espacios, actualmente distintas empresas están abriendo secciones de coworking dentro de sus actividades, sin registrarse formalmente como tales.

El concepto se originó en 2005 en San Francisco, dónde abrió la posibilidad de trabajar individualmente en un ambiente compartido bajo el mando de Brad Neuberg, en el que se ofrecía 8 estaciones de trabajo por dos días a la semana, Wi-Fi sin costo, almuerzos compartidos, descansos, masajes, tours en bicicleta y una estricta política respecto a la hora de salida.

En el año 2009 se publicó el primer libro sobre coworking, *I'm Outta Here! How coworking is making the office obsolete* (Sundsted, Bacigalupo, Jones, 2009) que habla sobre la revolución que se dio en EUA en los lugares de trabajo y el modo de asociarse de las personas.



Se puede llegar a considerar los espacios de coworking como "microclusters" que permiten la transferencia de conocimiento entre los miembros desde una perspectiva de red con el propósito de construir relaciones de confianza.

Los motivadores para generar coworking son:

- Reducción de costos
- Intercambio de Ideas
- Equipos de trabajo
- Punto de encuentro para reuniones
- Obtención de asesoría rápida y gratuita
- Realización de eventos
- Generación de contactos profesionales
- Conocimiento del entorno

En la **Tabla 11** se encuentran todas las iniciativas del sector de espacio físico compartido en el país

Tabla 11. Empresas de espacio físico colaborativo. Fuente: Elaboración propia.

Empresa	Estatus	Actividad	Inicio de Operaciones en México	Origen	Comentario
Couchsurfing	Activo	Alojamiento e intercambio de experiencias	2004	EUA	Plataforma internacional
IVO Business Center	Activo	Coworking	2004	CDMX, México	-
Homeaway	Activo	Alojamiento	2006	EUA	Plataforma internacional
Comparto Depa	Activo	Marketplace para roomies	2006	Reino Unido	Parte del grupo W3
IOS OFFICES	Activo	Coworking	2007	Monterrey, México	36 centros en 10 ciudades
Coworking D4 Reality	Activo	Coworking	2008	Monterrey, México	Sucursales en 7 ciudades



ImpactHub	Activo	Coworking	2009	Austria	Sucursales en 3 ciudades Alianza con Hub Global
Big Tosttada CWS	Activo	Coworking	2010	Guanajuato, México	-
El 3er espacio	Activo	Coworking	2011	CDMX, México	-
Co-Work	Activo	Coworking	2011	CDMX, México	-
Coworking Monterrey	Activo	Coworking	2011	Monterrey, México	-
Dada Room	Activo	Marketplace para roomies	2012	CDMX, México	-
Centraal	Activo	Coworking	2012	CDMX, México	-
Urban Station	Activo	Coworking	2012	Argentina	Sucursales en Argentina y Chile
Circulo Condesa	Activo	Coworking	2012	CDMX, México	-
Nevermind	Activo	Coworking	2012	Guadalajara, México	-
Airbnb	Activo	Alojamiento	2013	EUA	-
The Pool	Activo	Coworking	2013	CDMX, México	-
Punto Working Space	Activo	Coworking	2013	CDMX, México	-
StartUp México	Activo	Coworking	2013	CDMX, México	Sucursales en Mérida, León y Querétaro
The Inventors House	Activo	Coworking	2013	Aguascalientes, México	-
ADN	Activo	Coworking	2013	Queretaro, México	-
El Cowork	Activo	Coworking	2013	Monterrey, México	-
El Nido	Activo	Coworking	2013	SLP, México	-



Local de Arte	Activo	Coworking y Workspace para artistas	2013	CDMX, México	Especial para artistas
MuvLab	Activo	Coworking	2013	CDMX, México	Laboratorio para desarrollo de tecnologías creativas
Spacioss	Activo	Coworking	2014	CDMX, México	Especializado en mujeres
Mandarina Hub	Inactivo	Coworking	2014	CDMX, México	Parte de WE CoPass de París
Eka Cowork and Business	Activo	Coworking	2014	Monterrey, México	-
Orbis Coworking	Activo	Coworking	2014	Cancún, México	-
WRK	Activo	Coworking	2014	CDMX, México	-
Cardumen	Activo	Coworking	2015	CDMX, México	Alianza con Co-Working Mix
Cowok	Activo	Coworking	2015	Guanajuato, México	-
Cowdf	Activo	Coworking	2015	CDMX, México	Alianza con HUB Digital
Epicnest	Activo	Coworking	2015	Guadalajara, México	-
Homework	Activo	Coworking	2015	CDMX, México	-
Regus	Activo	Coworking	2015	Luxemburgo	Sucursal en Mty, Gdl, Puebla y CDMX
Smart Space Hub	Activo	Coworking	2015	Guanajuato, México	-
TechnologyHub	Activo	Coworking	2015	Chihuahua, México	-
Terminal 1	Activo	Coworking	2015	CDMX, México	-
Think Workspace	Activo	Coworking	2015	Monterrey, México	-
Aldea Coworking	Activo	Coworking	2016	CDMX, México	-



WeWork	Activo	Coworking	2016	EUA	-
ADN Taller	Activo	Coworking y Coworkshop	2016	CDMX, México	-
Aldea Creativa	Activo	Coworking	2016	Morelos, México	-
Coworkin By Sach	Activo	Coworking	2016	CDMX, México	6 sucursales
Distriro Central	Activo	Coworking	2016	CDMX, México	Alianza con Coworking by Sach
Gran Capital	Activo	Coworking	2016	CDMX, México	-
Groundwork	Activo	Coworking	2016	Monterrey, México	-
Lateral CoWork	Activo	Coworking	2016	Guanajuato, México	-
Mix Co	Activo	Coworking	2016	Queretaro, México	-
Spaces	Activo	Coworking	2016	Holanda	Presencia en UK, Australia, EUA, Japón y Singapur.
Startpoint	Activo	Coworking	2016	Queretaro, México	-
The Box	Activo	Coworking	2016	Puebla, México	-
The Place	Activo	Coworking	2016	CDMX, México	-
Yo.Ko	Activo	Coworking	2016	Puebla, México	-
WorkHub	Inactivo	Coworking	2012	CDMX, México	-
Archipiélago	Inactivo	Coworking	2014	CDMX, México	-
The Geek House	Inactivo	Coworking	2014	Aguascalientes, México	-
Nest Coworking	Inactivo	Coworking	2014	Quintana Roo, México	-
La Morada	Inactivo	Coworking	2015	Puebla, México	-
Biss México	Inactivo	Coworking	2016	CDMX, México	-



Coffice Playa	Inactivo	Coworking	2016	Quintana Roo, México	-
Kolmena Coworking	Inactivo	Coworking	2016	Guanajuato, México	-
Work Zone Coworking	Inactivo	Coworking	2016	Cancún, México	-

Se registró un total de 65 empresas, 5 son de alojamiento compartido y 60 de coworking; 55 están activas al 2017; las 10 inactivas son de coworking.

En 2016 se disparó la cantidad de empresa dedicadas a coworking, corroborando que es una tendencia a la alza como observamos en la Figura 23.

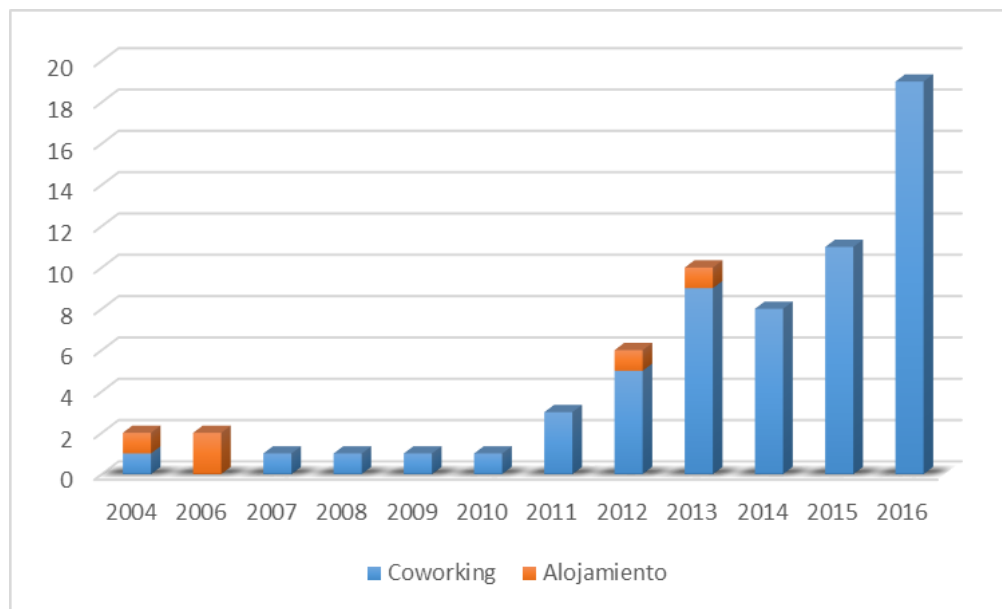


Figura 23. Evolución de los espacios colaborativos. Fuente: Elaboración propia.

El total de centros activos en el país fue de 107, considerando que existen empresas con más de 2 centros en diferentes ciudades.

El 77.5% se encuentran concentrados en el centro del país, un 15.9 en el norte y 6.6% en el sur; en la Figura 24 se observa su distribución por ciudad.

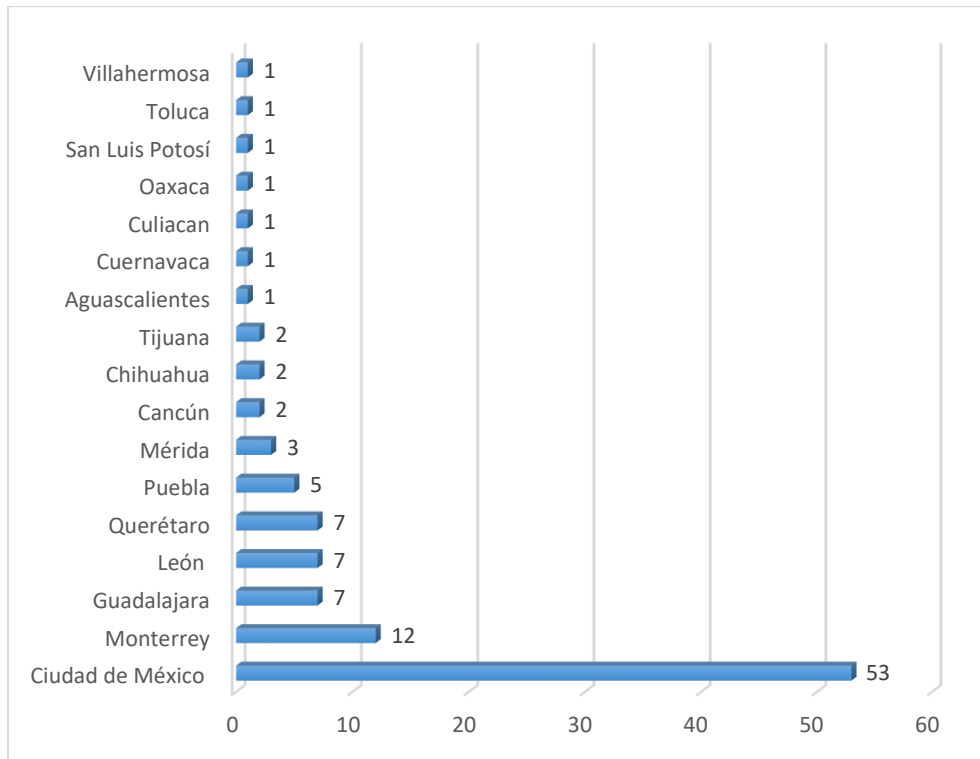


Figura 24. Coworking por ciudad. Fuente: Elaboración propia.



Capítulo 2 Metodología de la Investigación

2.1 Justificación

La economía colaborativa es un fenómeno que se expandió rápidamente en los mercados transformando las prácticas sociales, económicas y ambientales.

Los factores para el funcionamiento de las empresas en este modelo económico de acuerdo con Botsman y Rogers (2010) son: confianza en el bien común, capacidad ociosa y la tecnología; los cuales se han estudiado principalmente en países desarrollados por lo que se requiere generar un modelo adaptado a nuestro contexto.

El potencial de este nuevo modelo económico en los países en vías de desarrollo aún se desconoce, razón que motiva esta investigación para aportar información sobre el tema y contestar la siguiente pregunta:

¿Por qué tienen éxito las empresas de economía colaborativa en México?

El concepto de éxito en los negocios es subjetivo, para esta investigación consideraremos como éxito la duración mayor a dos años en el mercado con base en que el 75% de los emprendimientos del país no sobrepasan este periodo de acuerdo con datos de INEGI (2013).

Adicionalmente MacBryde y Mendibil (2013) señalan tres claves de éxito de las empresas colaborativas que consideraremos para esta investigación:

- Factores de equipo: la capacidad de trabajar en forma conjunta.
- Factores de procesos: relacionados con el establecimiento de objetivos de rendimiento, utilización de criterios adecuados para los procesos de trabajo, y detección de necesidades del cliente.



- Factores de gestión de equipo: creación de entorno y condiciones adecuadas para el éxito.

2.2 Hipótesis

La consolidación de las empresas con modelo colaborativo en México está relacionado con el nivel de adopción tecnológica, el ahorro económico y la confianza que ofrecen.

2.3 Objetivos

General: Determinar las variables relacionadas con el crecimiento y permanencia de las empresas colaborativas en México y elaborar un modelo que explique su funcionamiento.

Específicos

- Conocer el panorama en el que se encuentra nuestro país para generar oportunidades a empresas y emprendedores.
- Conocer la importancia de la tecnología en la expansión de la economía colaborativa y su impacto.
- Identificar los retos a los que se enfrentan las empresas dentro de este sector para poder operar en México.



2.4 Matriz de congruencia

Tabla 12. Matriz de congruencia. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta	Objetivo	Hipótesis
¿Por qué tienen éxito las empresas de economía colaborativa en México?	Determinar las variables relacionadas con el crecimiento y permanencia de las empresas colaborativas en México y elaborar un modelo que explique su funcionamiento.	La consolidación de las empresas con modelo colaborativo en México está relacionado con la adopción de tecnologías, el ahorro económico y la confianza que ofrecen.

2.5 Límites

Esta investigación se centra en las empresas de economía colaborativa que operan en México, puede ser generalizable en algún otro entorno mientras cumpla con ciertas condiciones similares a las descritas en el entorno nacional al momento de su realización.

2.6 Metodología de la investigación

Esta es una investigación cualitativa de estudio de caso exploratorio enfocado al fenómeno de éxito de las empresas de modelo colaborativo en México. Es de forma exploratoria-descriptiva, inductiva y generalizable bajo ciertas condiciones de realizarse en un ambiente de características similares a esta investigación.



Se utilizarán técnicas mixtas para la recolección de datos son:

- Consulta documental de fuentes primarias y secundarias
- Observación participante.
- Cuestionario.

La validación de la información obtenida se realiza por el principio de triangulación de datos que considera el uso de múltiples fuentes de datos para diversas perspectivas del mismo tópico.

2.6.1 Fases de la metodología

En la Figura 25 se muestran las tres etapas con las principales actividades a desarrollar para poder cumplir con los objetivos planteados:

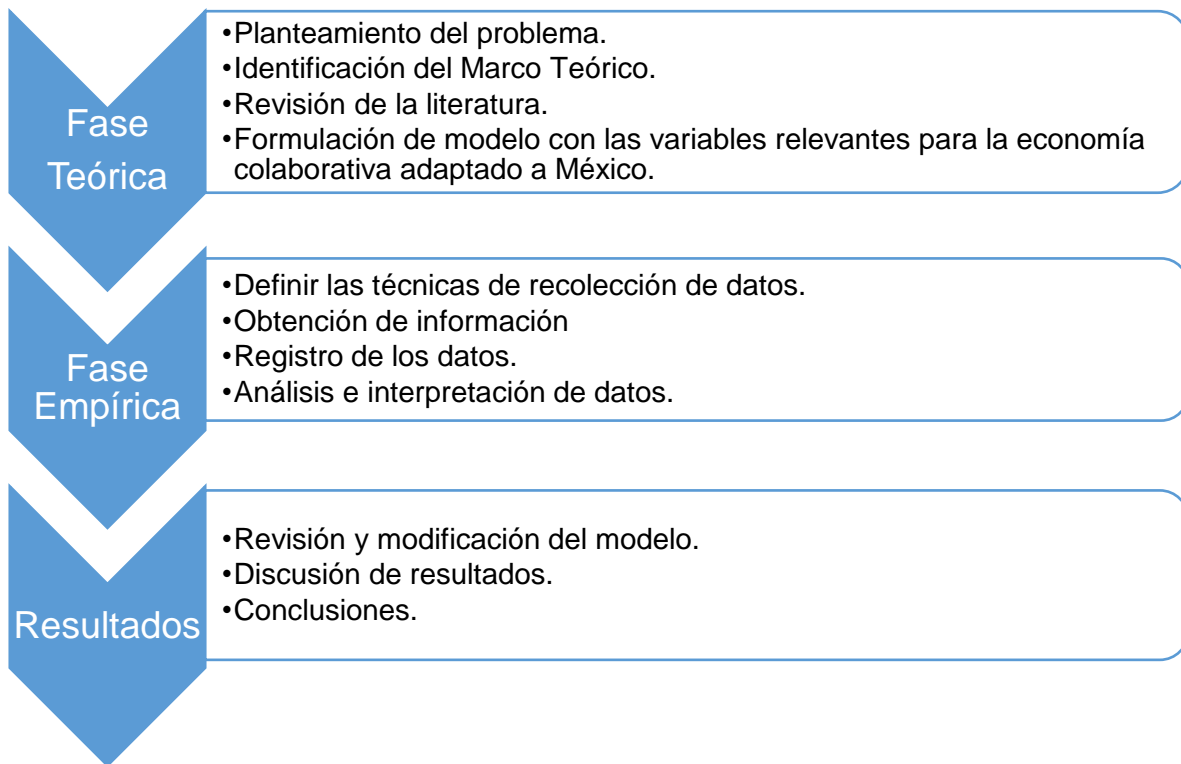


Figura 25. Metodología de la Investigación. Fuente: Elaboración propia.



Fase Teórica

Se establecen los objetivos y la pregunta de investigación en torno a la cual se elaborará un modelo que logre responderla.

Se desarrolla el marco teórico para entender la economía colaborativa con modelos de aceptación tecnológica y de comportamiento del consumidor basado en la literatura existente.

Búsqueda, recopilación y clasificación de las fuentes relevantes para esta investigación.

Con la información obtenida se genera un primer modelo tropicalizado con las variables directas e indirectas identificadas para explicar el funcionamiento de la economía colaborativa, el cual se irá modificando con los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado a las distintas empresas que participan en esta investigación.

Fase Empírica

Determinación de las técnicas mixtas de recolección de datos.

- Consulta documental de estudios previos, libros, reportes, sitios oficiales, notas periodísticas y demás fuentes que se contengan información del entorno de empresas colaborativa con un enfoque global, regional y local para analizar las siguientes aspectos:

Externos

- Social-económico: el impacto interno y externo que se tiene en las comunidades dónde se han desarrollado estas empresas, así como la confianza y credibilidad que genera con sus clientes.



- Tecnológico: TIC que intervienen dentro del proceso productivo de la empresa, su relación con la innovación y la seguridad que maneja.
- Jurídicos: referente a leyes, reglamentos e instituciones que regulan sus actividad productivas.

Internos

- Producto: las características que definen al producto o servicio ofrecido y sus ventajas competitivas con un enfoque comercial-cliente.
 - Competencia: con empresas del mismo sector, productos y/o servicios sustitutos y nuevos competidores potenciales en el mercado.
 - Clientes: comportamiento de la demanda de acuerdo a las preferencias de los consumidores.
- La observación aplicada a esta investigación es de tipo cualitativa, de acuerdo con Fetterman (1994) indica que esta debe cumplir con las siguientes características:
 - Entendimiento del fenómeno.
 - Conocimiento es holístico, es decir todas las observaciones están dirigidas a entender las relaciones de los elementos dentro del sistema.
 - Principio de contextualización, para que todos los datos sean considerados solamente en el contexto en que fueron obtenidos.

Se utiliza una técnica de observación de tipo participante que consiste en interactuar en las actividades del grupo que se está investigado con el objetivo de conocer su manera de funcionar y el ecosistema en el que se desarrolla. Esta se realizará de dos formas, la primera durante la aplicación directa de los cuestionarios en las oficinas de las empresas que cumplan con el perfil requerido y la segunda como cliente durante el desarrollo de la investigación.



- Aplicación de cuestionario, el cual se someterá a pruebas para corroborar la validez de la información y permita adaptarlo a las necesidades de esta investigación.
- Compilación y clasificación de la información obtenida se analiza para conocer su validez, fiabilidad y exactitud por medio del principio de triangulación, que de acuerdo con Denzin (1970) es la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos y métodos de investigación en un estudio de un fenómeno singular.

Resultados

La interpretación de datos se realiza de forma no sistemática para ampliar la comprensión del fenómeno en el contexto nacional. Se examinan los datos obtenidos en cada pregunta formulada, se comparan con la información recabada y se buscan variables que se presenten con mayor frecuencia dentro de las empresas que participan en el estudio.

Se confirma o ajusta el modelo realizado previamente con el análisis e interpretación de los datos obtenidos y se somete a juicio de expertos para validar la relación de los elementos del modelo.

Exposición de los resultados.

Desarrollo de conclusiones con base en los hallazgos de esta investigación.

2.7 Muestra

El objeto de estudio son las empresas exitosas con modelo de economía colaborativa operando en México. La investigación inicial dio como resultado un universo de 168 empresas considerando fuentes como el Directorio de Consumo



Colaborativo, el portal de la AFICO, el 1er Informe de Economía Colaborativa en Latinoamérica, entre otras.

Profundizando en la investigación se determinó que sólo 134 empresas colaborativas se encontraban activas, estas se clasificaron en 8 sectores de acuerdo con sus actividades como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 13. Empresas colaborativas activas por sectores. Fuente: Elaboración propia.

Sector	Empresas	Participación %
Alimentos	4	3
Bienes	8	6
Finanzas	30	22
Educación	5	4
Espacio Físico	55	41
Logística	5	4
Servicios	10	7
Transporte	17	13

Este estudio de caso aplica un muestreo intencional estableciendo las condiciones para que una empresa se considere exitosa que se basarán en su permanencia en el mercado. Deben cumplir con los siguientes requisitos:



- Ser parte del sector privado, por qué las empresas de sector público no reflejan la situación actual del mercado, su administración depende de los recursos asignados por el Gobierno.
- Más de 2 años de operación en el mercado nacional, porque de acuerdo al Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) aproximadamente el 75% de pequeñas empresas cierran sus operaciones después del segundo año de existencia.

La aplicación de estos filtros arrojó como resultado que 63 empresas cumplían con el perfil requerido, estas se ubican en 6 de los 8 sectores, ninguna empresa de educación o logística cubrió los requisitos como se muestra en la **Tabla 14**.

Tabla 14. Empresas colaborativas exitosas en México. Fuente: Elaboración propia.

Sectores	Empresas	Participación %
Alimentos	2	3.17
Bienes	3	4.76
Finanzas	14	22.22
Educación	0	0.00
Espacio Físico	30	47.62
Logística	0	0.00
Servicios	5	7.94
Transporte	9	14.29



La cantidad de empresas a las que se les aplicó el cuestionario se determinó con la siguiente fórmula de poder de muestra (Figura 26):

$$n = \frac{Z_a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

<i>Z</i> Nivel de confianza del 99%	2.58
<i>N</i> Población total (75% de emprendimientos mueren antes de 2 años)	63
<i>p</i>	.25
<i>q</i>	.75
<i>i</i> Error (10%)	0.1

$$n = 35.14$$

Muestra viable de 35

Cuestionarios realizados 36.

Figura 26. Poder de muestra. Fuente: Elaboración propia.



Capítulo 3 Resultados

3.1 Cuestionario

Se contactó a las 63 empresas con una respuesta positiva del 57.14% para realizar el cuestionario. Los medios de aplicación utilizados fueron redes sociales, teléfono y visita física en sus oficinas.

El cuestionario se encuentra en el Anexo 1, consta de 15 preguntas obligatorias y una opcional, están enfocadas a perfilar a la empresa y encontrar similitudes en temas de percepción del ecosistema colaborativo, financiamiento, seguridad y medios digitales.

Los resultados obtenidos por pregunta fueron:

- **Sector productivo**

La economía colaborativa ha tenido gran auge sobre todo en determinadas actividades económicas que por su naturaleza facilitan el hecho de compartir recursos. Cocobado (2015) señala que las principales son: viajes colaborativos, carsharing, carpooling, coworking, crowdsourcing, open source, crowdfunding, microtasking y freecycle.

En el cuestionario aplicado se clasificó las actividades en seis sectores productivos, donde la mayor participación se registró en el sector de espacios físicos, que contradice la información del Estudio de Economía Colaborativa de América Latina (2016), que señala que el principal sector es el de transporte con un 45% de participación; esta diferencia se debe a que no se ha integrado en el estudio los sectores de alojamientos de trabajo.



Los resultados obtenidos colocan en segundo y tercer lugar a los sectores de Finanzas y Transportes que tienen mayor estabilidad y con una menor participación Servicios, Bienes y Alimentos.

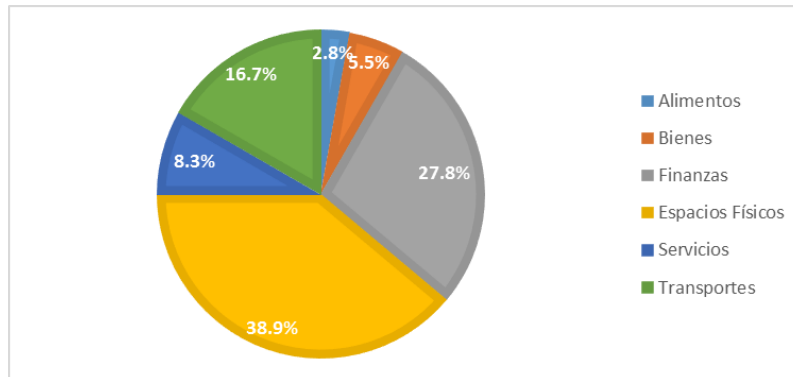


Figura 27. Sectores productivos. Fuente: Elaboración propia.

- **Años de operación en México**

La economía colaborativa en nuestro país es una de las más dinámicas y de crecimiento constante en América Latina, se tuvo una evolución lenta hasta 2010, después de este año la tendencia se disparó.

Más de 80 por ciento de las empresas con este modelo económico tiene cinco años o menos de existencia.

Los resultados obtenidos en este cuestionario confirman esta información al reflejar un crecimiento sostenido en inicio de operaciones en los últimos 5 años, con una participación del 31% las empresas de 3 años, 30% de 2 años, 28% las de 4 años, 5% las de 5 años y 3% las 6 y 7 años como se observa en la Figura 28.

Estas cifras son alentadoras pero aún nos encontramos en las primeras etapas de desarrollo de este modelo de negocios, por lo que la información recabada podrá ser utilizada para generar escenarios futuros y tener un panorama general de la economía colaborativa en México.

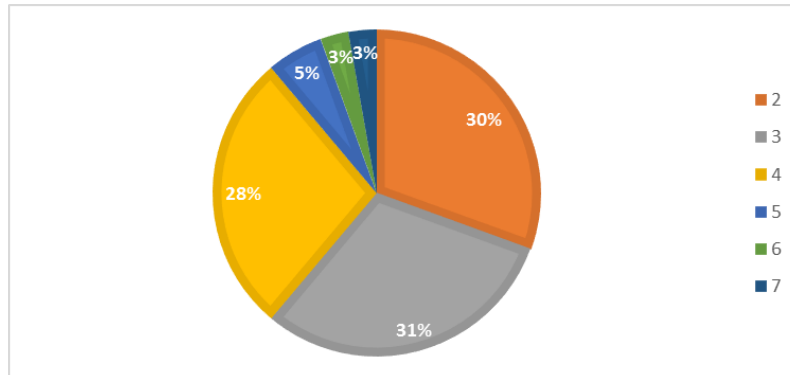


Figura 28. Años de Operación. Fuente: Elaboración propia.

- **Origen de las empresas**

Las iniciativas locales han aprovechado la oportunidad que brinda este nuevo modelo de negocios logrando una mayor presencia en el mercado nacional. El 80.6% de las empresas encuestadas son de origen nacional (Figura 29), lo que refleja un ecosistema emprendedor activo que mezcla negocios y tecnología.

La participación de empresas extranjeras es menor pero con una mayor presencia en el mercado nacional, lo que significa que México tiene un gran atractivo para la inversión extranjera que conlleva beneficios como la generación de empleo y mayores ingresos para la población.

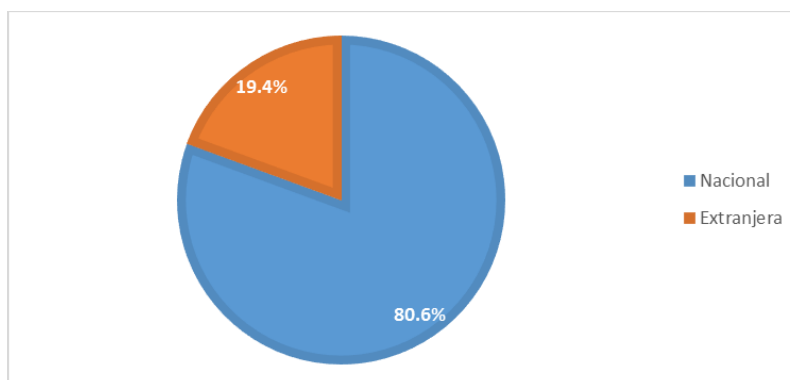


Figura 29. Origen de la empresa. Fuente: Elaboración propia.



- **Número de empleados**

El Estudio de Economía Colaborativa en América Latina (FOMIN, 2016) señala que el 80% de las micro, pequeñas y medianas empresas de este modelo son startups, que se diferencian por una condición de escalabilidad, el grado de innovación, una operación basada en tecnología y el potencial para afectar a un sector, un producto, o un servicio. El 63% de estas iniciativas emplean de 1 a 10 personas, lo que las convierte en una potencial fuente generadora de empleos.

De acuerdo con la clasificación de Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa se obtuvo que el 33.3% de las empresas son micro, el 41.7% pequeña, 19.4% medianas y un 5.6% grande, estas últimas son los líderes de la economía colaborativa como Airbnb, Uber, Cabify, entre otras.

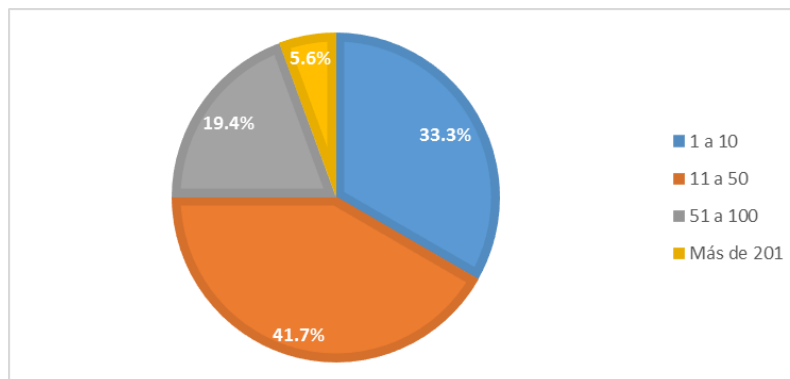


Figura 30. Número de empleados. Fuente: Elaboración propia.

- **Alcance de operaciones**

La ventaja de operar en plataformas digitales es que permite llegar a una audiencia mayor traspasando fronteras. Los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de empresas están en etapa de crecimiento con una operación local de 38.9% del total de participación. A nivel regional el 16.7%



representan empresas que se está consolidando y expandiendo; mientras que un 41.7% ya opera en todo el país y algunos con presencia internacional.

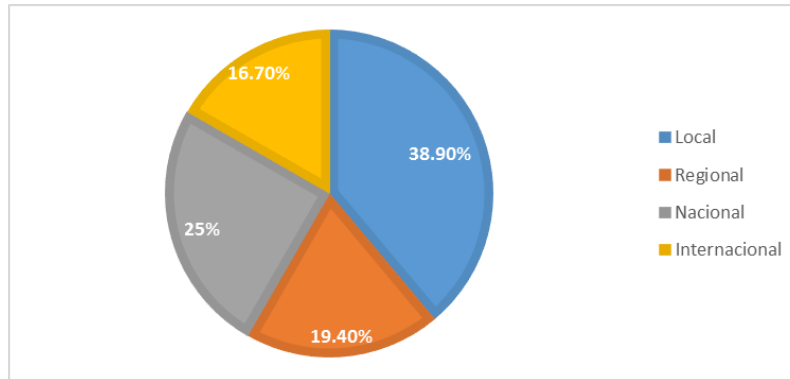


Figura 31. Alcance de operación. Fuente: Elaboración propia.

- **Tipo de competencia**

La industria tradicional se ha visto impactada con este nuevo modelo de negocios, principalmente el transporte y alojamiento; pero también se han desarrollado nuevas áreas de negocios.

Un 22.2% de las empresas encuestadas no considera tener competencia directa, solo tienen productos o servicios similares que se comercializan por canales tradicionales. Esto representa una oportunidad para emprendedores participar dentro de estos segmentos de mercado poco aprovechados.

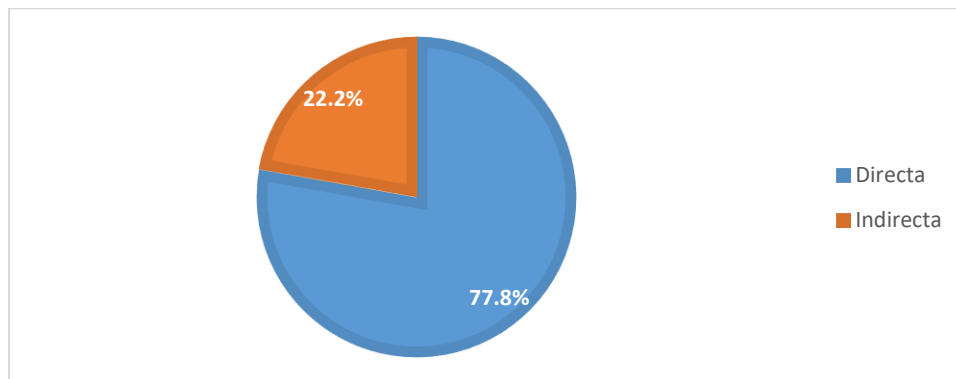


Figura 32. Tipo de competencia. Fuente: Elaboración propia.



- **Experiencia previa de emprendimiento**

Esta pregunta la considero uno de los factores clave del éxito de las empresas colaborativas, el 80.6% dijo tener experiencia previa en emprendimiento, no necesariamente en la misma área.

Su importancia radica en que al tener experiencia previa de emprendimiento se abordan de mejor manera los problemas que se enfrentan en el mercado, se tiene un mejor manejo equipos y existe una reducción de riesgos. Estos están relacionados con los factores de éxito de las empresas colaborativas (equipo, proceso y gestión de equipos) establecidos por MacBryte y Mendebil.

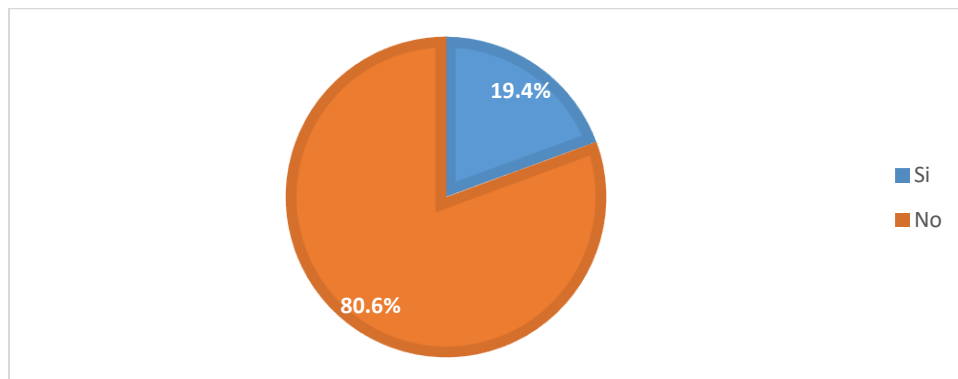


Figura 33. Experiencia en emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.

- **¿Existe regulación para tus actividades?**

El tema de la regulación es considerado un limitante de crecimiento de este fenómeno en América Latina, pero en nuestro país se ha logrado legalizar el carpooling y el alojamiento compartido tipo Airbnb en la Ciudad de México; el crowdfunding ha sido el único sector que se organizó para crear una asociación de autorregulación y existe una propuesta de legislación fintech que se encuentra en revisión por los organismos oficiales; este sector en



especial mueve más de diez millones de dólares al año y se debe enfocar en la seguridad cibernética y la prevención de fraudes.

En este cuestionario casi el 70% de las empresas considera que la falta de regulación es un obstáculo para consolidarse y brindar mayor certidumbre a sus operaciones. Existe otro punto de vista donde se indica que la falta de regulación es la que ha favorecido el desarrollo de ciertas iniciativas colaborativas.

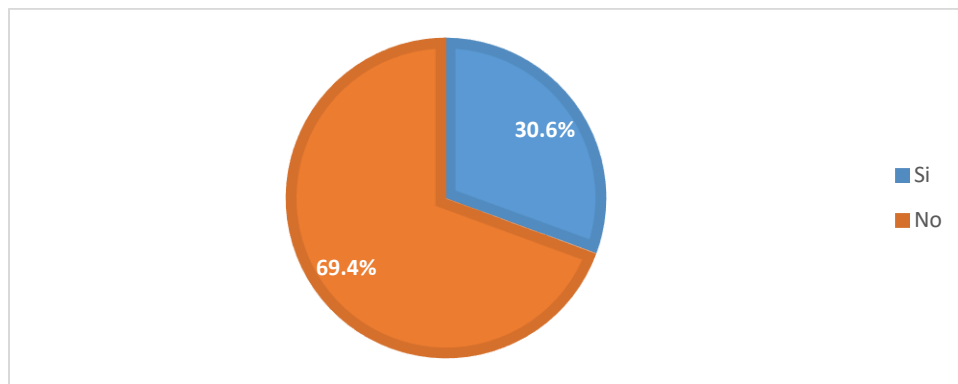


Figura 34. Sector productivo regulado. Fuente: Elaboración propia.

- **¿Tienes alguna alianza?**

Otro de los factores que considero clave para la supervivencia y consolidación de estas empresas son las alianzas, que dentro de este ecosistema colaborativo deberían ser acciones que surgen de forma natural. Camargo-Mireles (2011) señala que el éxito de las alianzas en este tipo de empresas está condicionado por dos factores: el socio y la alianza; relacionado con experiencias previas, capacidades, recursos, cultura corporativa, confianza, orientación al aprendizaje por ambas partes, adquisición de habilidades, capacidad de absorción, etc.

Los resultados obtenidos señalan que la mayoría de las empresas encuestadas tienen alianzas como estrategia de crecimiento y consolidación y que surgen en su mayoría por el entorno en que se encuentran. Sólo el



19.4% que no mantiene asociaciones y en su mayoría son plataformas internacionales que no laboran directamente en el país.

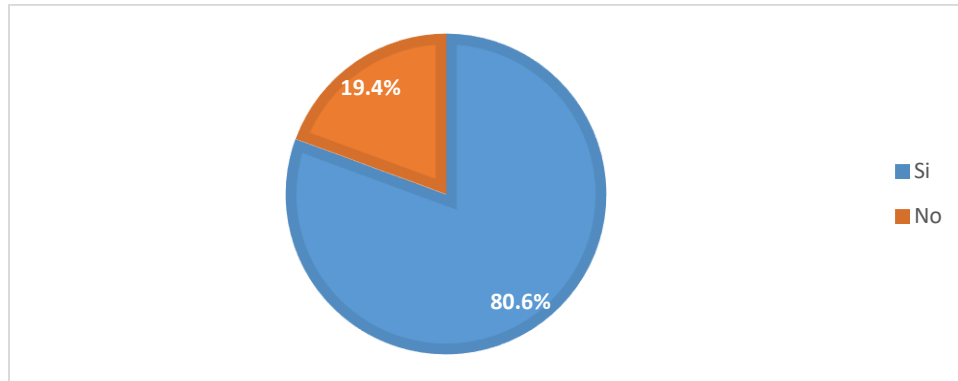


Figura 35. Alianzas. Fuente: Elaboración propia.

- **¿Con quién? (opcional)**

Lane y Beamisch (1990) señalan que para que una alianza sobreviva tiene que existir una compatibilidad cultural entre socios, por lo que es necesario concretar las bases de operación y establecer los objetivos en común.

La mayoría de alianzas que tienen las empresas colaborativas son con otras del mismo ecosistema (Figura 36) y en una participación menor con Instituciones de Gobierno como INADEM y Universidades con el objetivo de fomentar la cultura colaborativa, dar a conocerse sus beneficios y aumentar la confianza en este modelo.

Las opciones de otros incluyeron alianzas con: AFICO, Instituciones no gubernamentales, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), SUM, incubadoras, aceleradoras, medios de comunicación, Play Business, Gust, Startup Federation, plataformas de crowdfunding e Impact Hub Global.

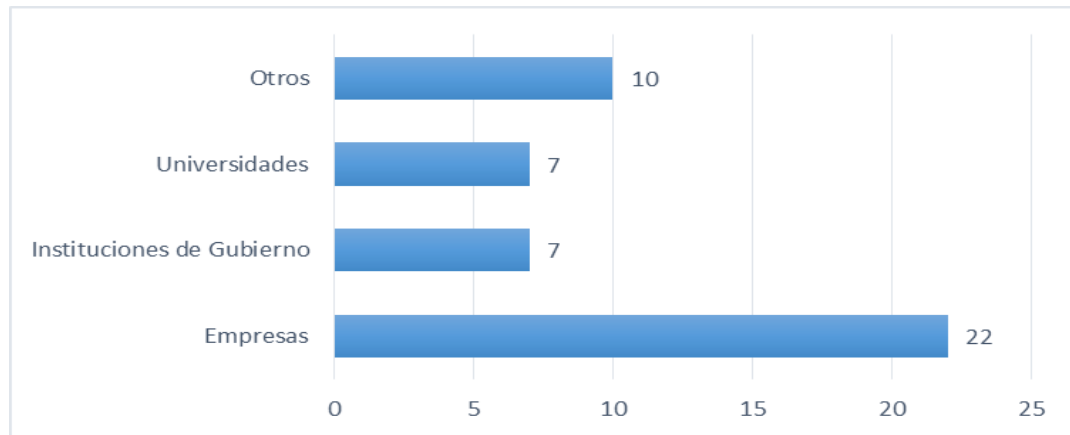


Figura 36. Alianzas con instituciones. Fuente: Elaboración propia.

- **Principales obstáculos para crecer**

El principal obstáculo es el desconocimiento del tipo de negocio (73%) al igual que en el Informe de Economía Colaborativa en América Latina; en segundo lugar está la desconfianza de los usuarios (50%) que son causados por la lenta adopción de tecnologías (50%), que se encuentra en tercer lugar. De acuerdo a la Teoría de la Difusión de las Innovaciones, México no es un país de early adopters, nos encontramos en la última etapa donde la tecnología se extiende, madura y se difunde convirtiéndonos en rezagados. En cuarto lugar está el acceso a financiamiento (44.4%) es un problema que se está resolviendo con fuentes alternas de financiamiento y en algunos de los casos es más sencillo solicitar apoyo fuera del país por la cultura financiera y la percepción de riesgo.

La falta de bancarización de los usuarios (38.9%) está en quinto lugar, es un problema de inclusión no es exclusivo de este sector, tiene consecuencias al no poder acceder a los productos y/o servicios por falta de medios provocando que se desaproveche un gran mercado.

En sexto lugar está la regularización (30.6%) que no permite dar certidumbre, en especial a las operaciones del sector financiero.



La competencia tradicional con 25% es un obstáculo que se está reduciendo al observar las ventajas de las nuevas propuestas de este modelo y que a su vez obligan a innovar a las empresas tradicionales para mantenerse activas. En la opción de otras se mencionaron: la estandarización de calidad con socios, la competencia con grupos de Facebook para intercambio de bienes, la falta de educación financiera, la percepción de costo elevado, la competencia entre empresas del mismo sector y una logística cara; esta última es un tema clave ya que en México el 20% del valor de las mercancías está dado por la logística a comparación de países como EUA donde corresponde sólo al 10% (Mundo Marítimo, 2016).

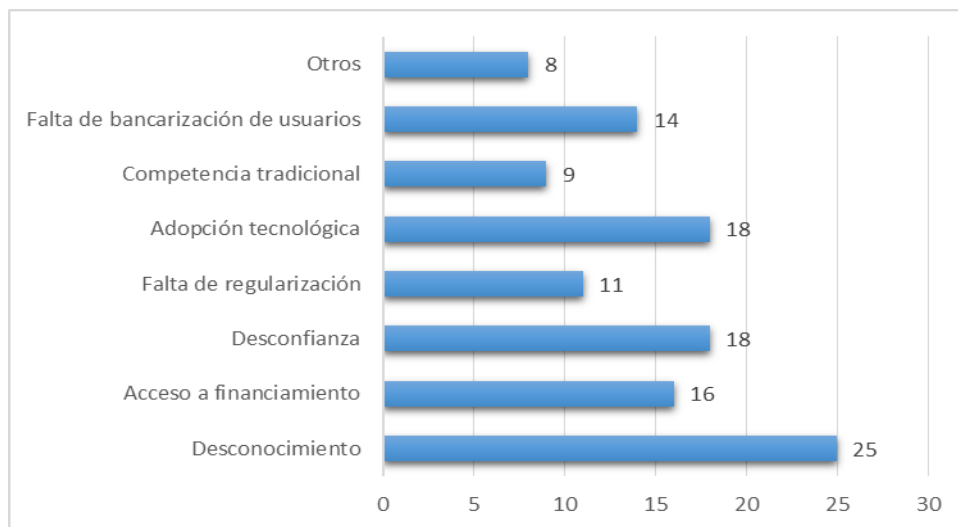


Figura 37. Principales obstáculos. Fuente: Elaboración propia.

- **Acciones para ganar la confianza de los usuarios**

Con un 94.4% se encuentra un buen servicio al cliente que se relaciona con asesorías, pronta respuesta, resolución de problemas con atención personalizada. En segundo lugar con 83.3% la comunicación por redes sociales que va de la mano con el servicio al cliente, donde se permite una interacción en tiempo real como foro abierto para expresar inquietudes y para



mantener al público con información actual y relevante de la empresa. El 80.6% corresponde a los estándares altos de calidad que se establecen para que obtenga una buena experiencia el usuario; algunas empresas solicitan una calificación del servicio recibido para crear una reputación, en este cuestionario, sólo el 13.9% mantiene un sistema de evaluación.

El marketing con 58.3% es la manera de captar clientes generando una buena imagen de la empresa que ganó su confianza.

Las acciones propuestas dentro de la opción otras consideran la generación de paquetes adaptables a las necesidades del cliente, capacitaciones y asesorías, contacto por medio de mensajes sms, eventos, opciones de pago para las personas que no manejen tarjetas bancarias, servicio de recolección y entrega de paquetes a domicilio, el uso de licencias oficiales, seguro y rastreo de mercancías, la transparencia de sus operaciones, tener una plataforma certificada por la AFICO para empresas de crowdfunding, los casos de éxito que los respaldan, los filtros que manejan y las alianzas con empresas que les permite crear soluciones integrales.

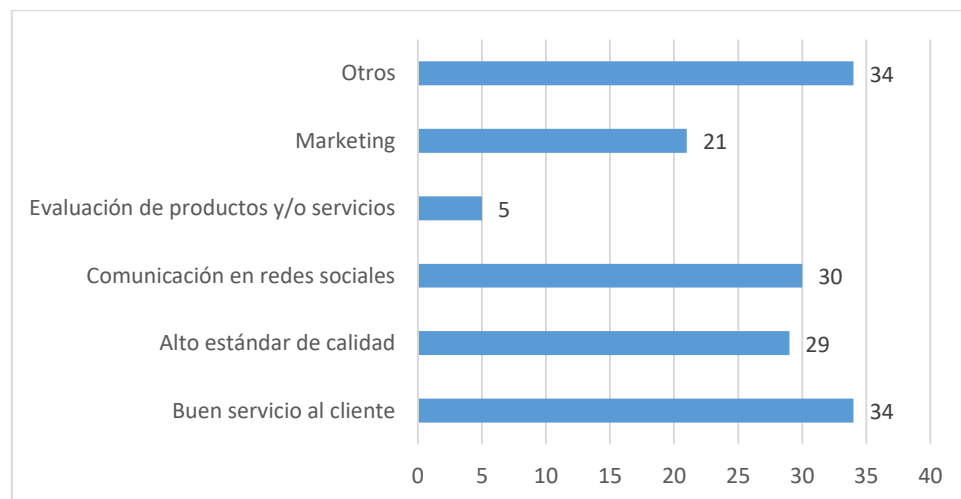


Figura 38. Acciones para ganar la confianza de usuarios. Fuente: Elaboración propia.



- **Seguridad**

La seguridad digital es tema prioritario en la economía colaborativa para la protección de las operaciones de los usuarios, se utilizan diferentes herramientas y filtros para poder garantizarla desde la vinculación a perfiles de redes sociales hasta la adquisición de seguros.

Los resultados obtenidos sobre las acciones que le dan seguridad a las operaciones y reducen el obstáculo de la desconfianza fueron:

En primer lugar con el 91.7% el acceso solo a personas registradas en las plataformas digitales y en agenda para centros de coworking. En segundo lugar con 88.9% la protección de datos personales que es una de las principales preocupaciones de los usuarios en canales digitales. El tercero con 80.6% contar con proveedores para pagos y transferencias certificados, los cuales deben estar autorizadas por el Banco de México. El contrato se encuentra en cuarto lugar con 61.1%, el cual no es necesariamente físico pero se acepta al darse de alta en las plataformas y aplicaciones móviles, en el caso de Play Business sí extiende un contrato por la participación accionaria de las empresas fondeadas. Sólo el 27.8% maneja pólizas de seguro para usuarios y socios prestadores de servicios. El 25% hace revisión de datos personales e historial crediticio, estas acciones son filtros en empresas de préstamos P2P. Un 19.4% utiliza Facebook como medida de seguridad al vincular su perfil con el acceso a una plataforma digital y verificar que sean reales los datos registrados.

Las otras opciones contemplan acciones como póliza de reembolso, asesoría legal, filtros para publicaciones, proveedor de logística certificado, facturación, esquema en caso de insolvencia, fondo de continuidad, contratos avalados por la CNBV; para monedas alternativas seguridad multisig, arquitectura escalable y almacenamiento offline.

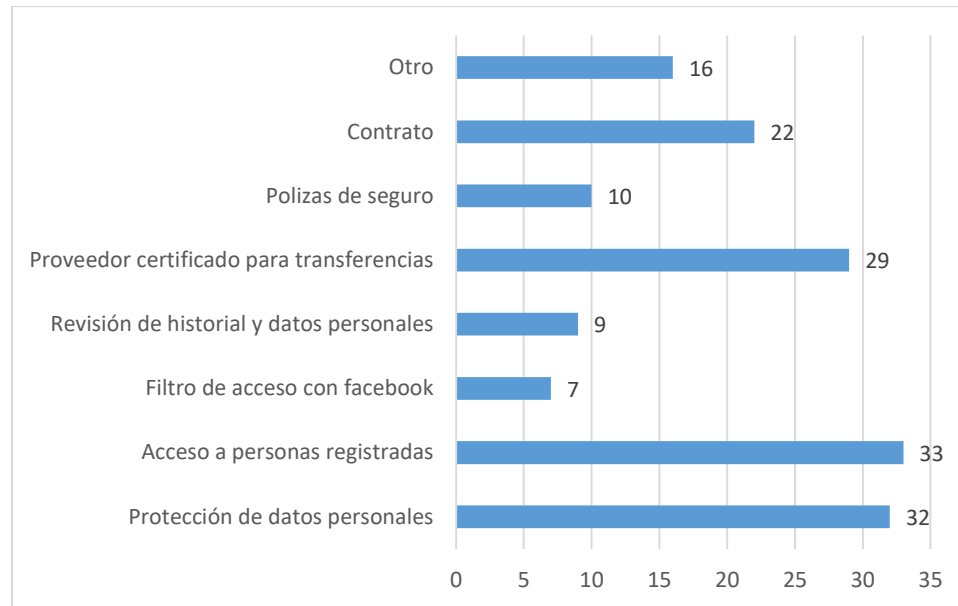


Figura 39. Seguridad. Fuente: Elaboración propia.

- **Tipo de financiamiento recibido**

Las empresas ocuparon varias opciones de financiamiento, pero ninguna recurrió a préstamos bancarios para iniciar operaciones o poder crecer por el tipo de requisitos que solicitan y las tasas de interés que manejan; recordemos que esto fue uno de los factores que motivó a desarrollar alternativas de financiamiento como el crowdfunding.

El venture capital y el capital propio fueron las opciones más mencionadas como fuentes de financiamiento. Aceleradoras como Endeavour y Wayra, que se especializa en empresas del sector TIC, han apoyado en el desarrollo de un número significativo de empresas colaborativas nacionales como Dada Room, Animal Vitae, Aliada, Kubo Financiero, Lavadero, Carrot, Econduce, Kichink, entre otras. Otras opciones para la obtención de capital incluyen fondos, inversionistas ángeles e incubadoras.

La opción de financiamiento gubernamental (22.2%) está relacionada directamente con el INADEM y el Fondo Nacional del Emprendedor que



otorga apoyos a emprendedores basados en la rentabilidad que ofrecen los proyectos, en 2017 se enfoca en empresas de tecnologías de la información, industria creativa, economía colaborativa y nuevos modelos de salud.

El crowdfunding tuvo una participación 11.1% para la obtención de financiamiento. Se considerara una opción para las primeras etapas de una empresa, cuando aún está en fase de proyecto y requiere capital para iniciar. La decisión de recurrir a una u otra opción depende de las necesidades de cada empresa, por ejemplo Play Business, empresa de crowdfunding de participación accionaria, empezó con capital propio para desarrollar su plataforma misma donde se autofondeo o Segunda Mano que sólo utiliza capital propio.

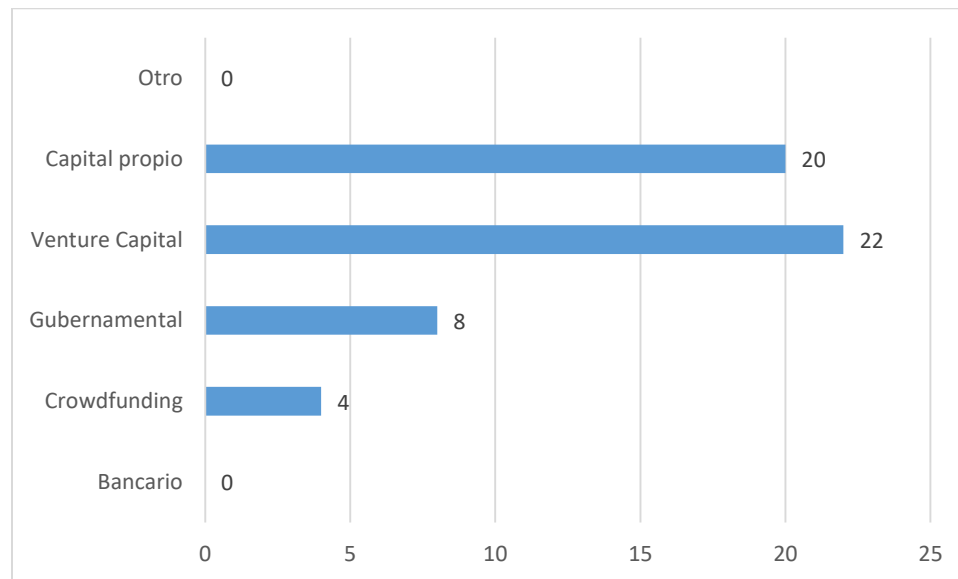


Figura 40. Tipo de financiamiento. Fuente: Elaboración propia.

- **Tipo de plataforma digital**

Las empresas de economía colaborativa tienen una base digital, el resultado de esta pregunta indicó que el 63.9% tiene únicamente página web y el 36.1% web y app.



El tener una u otra opción de plataforma depende de las actividades de la empresa; se observó que las dedicadas a coworking sólo tienen página web; las dedicadas a transporte y alimentos tienen las dos, pero las aplicaciones móviles son el medio principal de operación. Alojamiento, bienes, crowdfunding y monedas alternativas manejan las dos opciones, dependiendo de su enfoque.

La penetración de smartphones está en aumento así como el desarrollo de aplicaciones móviles, somos el segundo país en América Latina en creación de aplicaciones móviles después de Brasil, mismo lugar que tenemos en potencial de economía colaborativa.

En el 2014 la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnología de la Información (AMITI) reportó 60 mil descargas de aplicaciones al día, un promedio de 20 aplicaciones móviles por persona y un 90% de usuarios que revisan sus aplicaciones diario. La importancia de incursionar los negocios en redes móviles radica en la oportunidad para llegar a más clientes potenciales e identificar sus necesidades para generar soluciones innovadoras.

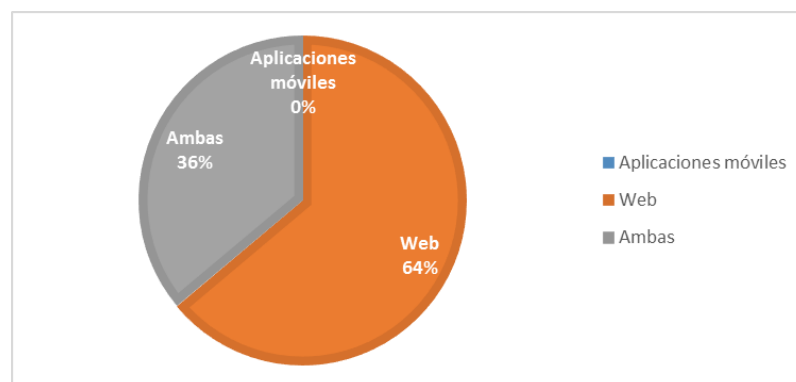


Figura 41. Tipo de plataforma digital. Fuente: Elaboración propia.



- **Redes sociales**

Las redes sociales no sólo son medios de comunicación de doble vía con los usuarios, que permite mantenerlos informados de los productos y servicios y como herramienta mercadológica al ser fuente de información en tiempo real. Analizar la información generada en las redes sociales sobre gustos y necesidades de los usuarios permite el desarrollo de estrategias para un crecimiento sostenible y para mantener o mejorar la reputación. Su potencial para los negocios radica en las posibilidades de predecir los intereses y necesidades de los clientes para que la empresa pueda ofrecer soluciones a la medida de cada cliente.

En México de acuerdo con el estudio de la AMPICI (2016), las redes sociales más utilizadas son Facebook, Whatsapp, Youtube, Twitter y G+, pero las respuestas obtenidas cambian el ranqueo para las empresas colaborativas; a pesar que Facebook se encuentra también en primer lugar, se considera a Twitter como la segunda red necesaria para conectar con los usuarios, seguida por Instagram, Youtube, Google Plus, LinkedIn, Vimeo, Whatsapp y Pinterest.

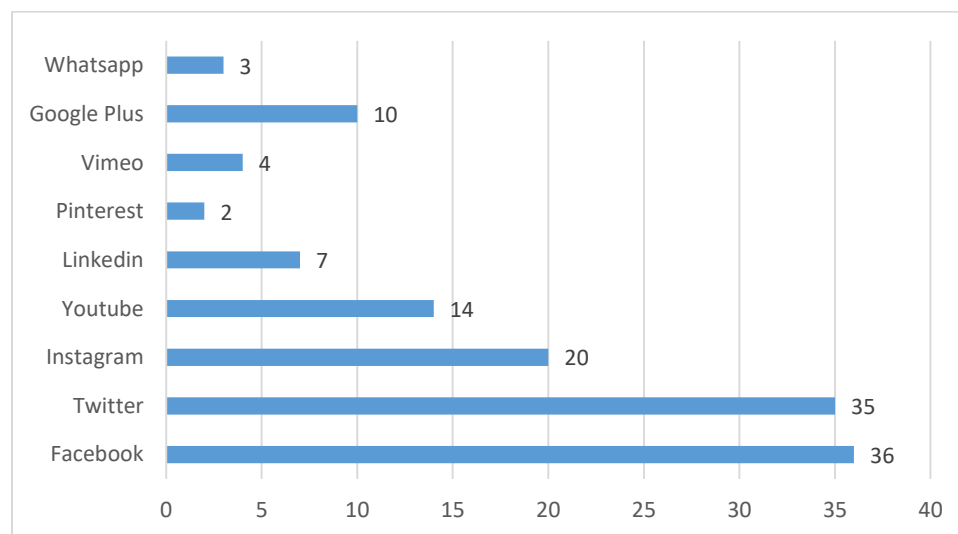


Figura 42. Redes sociales. Fuente: Elaboración propia.



3.2 Modelo exitoso de la economía colaborativa

La información obtenida en esta investigación permite generar el siguiente modelo que explica el éxito de las empresas de economía colaborativa en nuestro país.

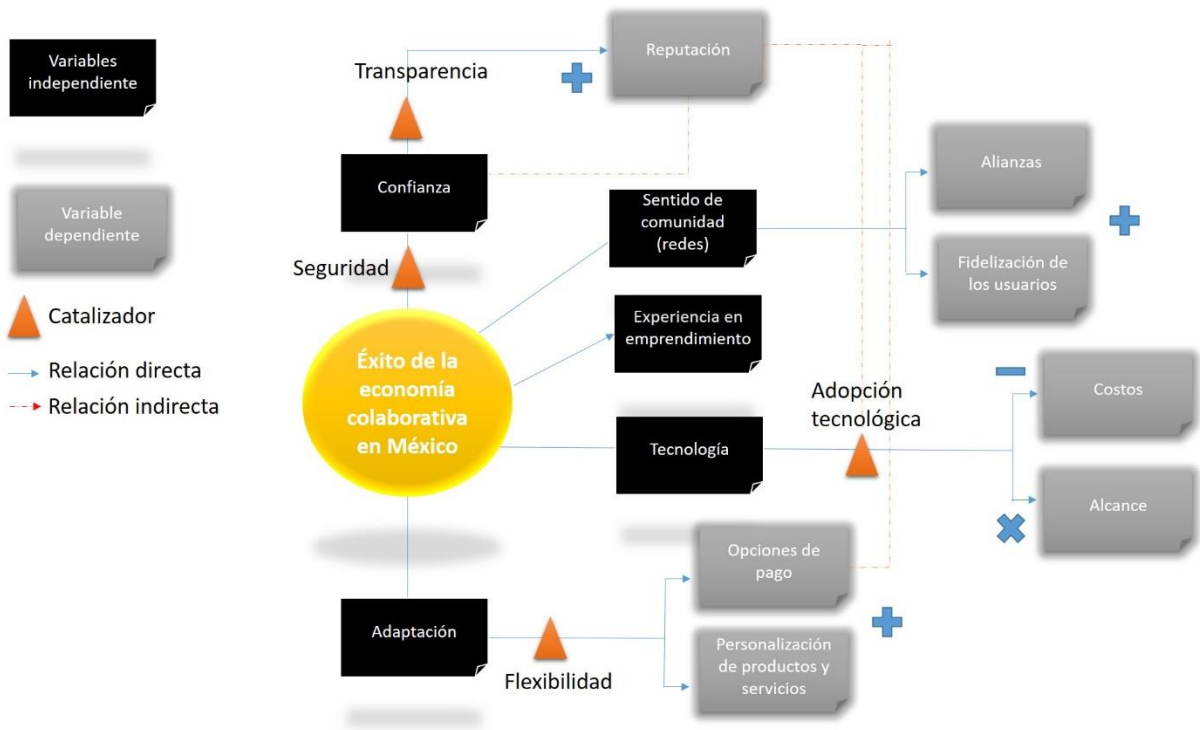


Figura 43. Modelo exitoso de la economía colaborativa en México. Fuente: Elaboración propia.

Este modelo está integrado por cinco variables independientes, siete dependientes y cuatro catalizadores que se relacionan directa e indirectamente. Su funcionamiento se explica a continuación.

- La confianza está regulada por la seguridad que tenemos sobre el uso de las TIC, está vinculada directamente a la reputación, esta puede aumentar o disminuir de acuerdo al nivel de transparencia que manejen para sus operaciones. Por ejemplo al solicitar un servicio de Uber se indica el nombre



del conductor, la calificación de su servicio y el costo; el resultado es la confianza del usuario, si no apareciera el costo y nombre del conductor (transparencia) existiría una incertidumbre que reduce la confianza.

Para la variable confianza existen dos relaciones indirectas, la primera es con el catalizador de adopción tecnológica, porque al crecer esta aumenta la comprensión del fenómeno de economía colaborativa y su relación con las TIC provocando un aumento en la confianza de los clientes potenciales.

La segunda vinculación indirecta es con las opciones de pago. Al existir en el país una baja bancarización y miedo a las transacciones por medios digitales las personas no participan dentro de la economía colaborativa representando un mercado de potencial desperdiciado; algunas empresas se adaptaron para aumentar las opciones de pago aceptando efectivo, lo que ganó este mercado.

- El sentido de comunidad tiene que ver con el efecto red que busca desarrollar alianzas estratégicas con empresas, instituciones de gobierno, centros educativos, ONG´s permitiendo una colaboración con fines de desarrollo por ambas partes. Al mismo tiempo fideliza al usuario con sentido de permanencia en una comunidad dónde valoran sus opiniones y mantiene un diálogo abierto por medios digitales.
- La variable de experiencia en emprendimiento se relaciona con la reducción de riesgos en la toma de decisiones para el negocio, el planteamiento de objetivos realistas de acuerdo a la situación del mercado y permite reacciona de una mejor manera ante imprevistos.
- La tecnología es la base de la economía colaborativa; presenta el catalizador de adopción tecnológica que de acuerdo a la UTAUT depende de factores tecnológicos y psicosociales moderados por género, edad, voluntad de uso



de la tecnología y experiencia previa. El impacto una mayor adopción tecnológica se refleja con reducción en los costos de bienes y servicios relacionados con las TIC y mayor alcance de la tecnología llegando a regiones aisladas.

- La adaptación es la última variable que hace referencia a la capacidad de las empresas para realizar cambios necesarios adecuándose a la demanda del mercado y así seguir operando. Esta relación presenta el catalizador de flexibilidad que establece los límites de cambio permitidos por la organización. Las empresas colaborativas en general son más adaptables a los requerimientos del mercado que las tradicionales.



Capítulo 4 Conclusiones y Recomendaciones

Esta investigación me permitió analizar y comprender de manera profunda el ecosistema colaborativo en México. Es un fenómeno que a pesar de encontrarse en sus inicios en el país ya tiene un impacto social y económico por la rápida adopción ante un panorama de crisis y con una gama de soluciones más prácticas, económicas y seguras a las tradicionales. Este modelo cambió en la percepción que tenemos del costo de bienes y servicios, valorando el acceso a estos y no a los bienes en sí para pagar sólo por lo que se utiliza.

Mi hipótesis sobre el éxito de este nuevo modelo de negocios se cumplió de manera parcial ya que durante la investigación surgieron nuevas variables no consideradas en un principio, se adicionó la experiencia de emprendimiento y las alianzas que fueron mencionadas de forma constante dentro de la mayoría de las empresas analizadas. El 80.6% de los dueños de estas organizaciones ya habían creado otras empresas e incluso algunos están activos en varias dentro del entorno colaborativo nacional, lo que les brinda una ventaja competitiva al poderse adaptar de mejor manera a los requerimientos del mercado.

La tendencia colaborativa seguirá creciendo los próximos años generando alternativas a problemas cotidianos e incursionando en nuevos sectores, pero sólo pocos se podrán consolidar; en nuestro país los sectores de transportes y crowdfunding son los que presentan mayor estabilidad y posibilidades de permanecer activos.

Los emprendimientos colaborativos se empiezan a descentralizar de las principales ciudades del país, se registró presencia de iniciativas en Aguascalientes, Veracruz y Puebla; también una serie de coworking en estados como Oaxaca, San Luis Potosí, Guanajuato, Chihuahua donde existe demanda por una creciente actividad de emprendimiento.



La innovación que presenta este entorno es de tipo incremental y no disruptiva, descubrí que todas las empresa colaborativa fueron inspiradas en modelos desarrollados en otros países y sólo se tropicalizaron.

En el sector de alimentos y de transporte, las empresas inactivas no quebraron como se podría suponer, al contrario, debido a su gran éxito fueron adquiridas por empresas extranjeras líderes en sus sectores para iniciar operaciones con un mercado ya establecido.

El crowdfunding es el sector que más se ha consolidado al organizarse para crear un organismo autónomo de regulación, la AFICO, que en sus pocos años de funcionamiento ha tenido buenos resultados fomentando la capacitación para emprendedores e inversionistas y educando a la población en general de qué es el crowdfunding y los beneficios que ofrece.

En este ecosistema se ha desarrollado la figura de emprendedor en serie, personas como Evaristo Babé (Sin Delantal y Parkiller), Diego Ballesteros (Sin Delantal y Miora), Antonio Nunes (MOVE, Linio y Mercadoni), Olga Zambrano (Se Me Antoja y Cuida Mi Mascota), Gustavo Zambrano (Se Me Antoja y Skydrop), Cristina Palacios (Aventones, Innku, Briq), Alberto Padilla Luengas (Briq, Innku, Lunchbreak, Rutanet, Reserbus, Aventones), Vera Marakov (Hellofood y Apli), entre otros. En su mayoría son mexicanos que explotan el potencial del modelo colaborativo y su conocimiento lo comparten al ofrecer mentoring en incubadoras y aceleradoras.

Encontré dos características interesantes en la mayoría de fundadores de estas empresas: el tipo de educación que en general provienen de las instituciones de educación superior privadas y experiencia educativa o laboral en el extranjero. Esta información me obliga a cuestionarme qué pasa con el enfoque educativo que predomina y la baja movilidad social que existe; está última permitió a varios de los emprendedores conocer empresas en las que basaron sus creaciones e identificar una oportunidad de obtener fondos en el extranjero, específicamente en EUA dónde la tolerancia al riesgo en inversiones es mayor.



En el tema de regulación somos un país a la vanguardia, se inició con el servicio de carpooling; en julio del 2017 entró en marcha la regulación de alojamiento compartido y se encuentra en desarrollo la legislación del sector fintech que incluye crowdfunding y monedas alternativas. Los temas pendientes incluyen la protección al consumidor y falta de seguridad social para los prestadores de servicios bajo este modelo.

Existe un gran potencial de mercado para emprendimientos colaborativos pero no se podrá explotar correctamente hasta aumentar nuestro nivel de adopción tecnológica, especialmente el segmento de redes móviles; al mismo tiempo se requieren acciones complementarias para desarrollar las aptitudes digitales y fomentar la educación tecnológica y financiera.

La información del tema es amplia y poco explorada, se recomiendan líneas de investigación especializadas en cada sector y un registro nacional para tener estadísticas confiables de este ecosistema y actualizarlo al menos cada seis meses por la cantidad de movimientos que presentan las empresas.

Para fomentar el entendimiento de la economía colaborativa y cómo funciona en cada una de sus modalidades se recomienda una alianza de triple hélice para generar un proyecto de difusión integral a nivel nacional.

Los aportes de esta investigación para la maestría de informática administrativa son los diferentes ejemplos locales de un nuevo modelo de negocios que se basa en el uso de herramientas digitales, permitiendo ser analizados para el desarrollo de mejores soluciones e innovaciones que se apliquen de forma práctica y que generen nuevas propuestas empresariales.



Bibliografía

- [1] AFICO. (2016). *Objetivos principales*. Recuperado de: <http://afico.org/pdf/Proceso%20de%20Afiliaci%C3%B3n%20.pdf>
- [2] Airbnbcitizen. (13 Enero 2017). *La reforma al Código Fiscal de la Ciudad de México reconoce la importancia del alojamiento compartido para el turismo local*. México. Airbnbcitizen. Recuperado de <https://www.airbnbcitizen.com/es/la-reforma-al-codigo-fiscal-de-la-ciudad-de-mexico-reconoce-la-importancia-del-alojamiento-compartido-para-el-turismo-local/>
- [3] AMPICI. (2016). *Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México*. México, Asociación Mexicana de Internet.
- [4] Arena Pública. (12 de Mayo 2017). Airbnb y la impostergable negociación con los gobiernos; la CDMX ya le entró. *Arena Pública en línea*. Recuperado de <http://www.arenapublica.com/articulo/2017/05/12/5738>
- [5] Austria, X. (26 de Septiembre 2016). iVoy: El Uber de la mensajería y cómo murió de éxito. *Revista Alto Nivel en línea*. Recuperado de: <http://www.altonivel.com.mx/ivoy-el-uber-de-la-mensajeria-y-como-murio-de-exito-57958/>
- [6] Baldassarri, S. (2011). *Collaborative Finance*. Recuperado de: <http://www.collaborativefinance.org/>
- [7] Bandura, A., Adamas, N. E., & Beyer, J. (1977). *Cognitive processes mediating behavioral change*. *Journal os Personality and Social Psychology*, págs. 125-139.
- [8] Bauwens, M. (2015). *The Political Economy of Peer Production*. *1000 Days of Theory digital*. Recuperado de: www.cttheory.net/articles.aspx?id=499
- [9] Becerril, A. (2 de Julio 2016). *México es un país con sed de aprendizaje: Coursera*. El Economista. Recuperado de:



<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2016/07/02/cpmx7-mexico-pais-sed-aprendizaje-coursera>

- [10] Belk Russell W. (2013). *Extended Self in a Digital World*. Journal of Consumer Research, Vol. 40, No. 3, pp. 477-500.
- [11] Belk Russell W. (Sep 2013). *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*. Journal of Business Research. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- [12] Botsman R. y Rogers R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperCollins e-book, ePub Edition.
- [13] Camargo-Mireles, F. (2011). *Success factors of strategic alliances: the case of Mexican integrative companies*. Estudios Gerenciales, vol. 27, n° 120, pp. 105-126.
- [14] CANIRAC. (2016). *Todo sobre la mesa, Dimensiones de la industria restaurantera*. México.
- [15] Cannon, B., Chung, H. (Feb 2015). *A framework for designing co-regulation models well-adapted to technology-facilitated sharing economy*. Santa Clara Computer & High Technology Law Journal. Vol. 31 Issue 1, p23, 31 p.
- [16] Cañigual, A. (2014). *Nuevo modelo económico: identificando claves y tendencias*. OuiShare Fest.
- [17] Castell, M. (Julio, 2002). *La dimensión cultural del internet*. España. Recuperado de: http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html
- [18] CEPAL (2015). *Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2015*. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38605/S1500568_es.pdf



- [19] Cohen, B., Kietzmann, J., (Sep 2014). *Ride On! Mobility Business Model for the Sharing Economy*. Organization & Environment. Vol. 27 Issue 3, p279-296. 18p.
- [20] Cohen, B. Muñoz, P. (14 Marzo 2016). *What's a "Responsible Sharing Economy Startup?"* Recuperado de: <http://www.shareable.net/blog/whats-a-%E2%80%9Cresponsible-sharing-economy-startup%E2%80%9D>
- [21] Comité Económico y Social Europeo (11 de Junio 2014). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI*. Diario Oficial de la Unión Europea.
- [22] CONAIF (2016). *Reporte Nacional de Inclusión Financiera 7*. Recuperado de: <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%207.pdf>
- [23] Corcobado, M. (2015). *toyoutomeblog*. Recuperado de: <http://toyoutome.es/blog/7-tendencias-de-economia-colaborativa-que-te-interesan/34310>
- [24] Corona, S. (16 de Julio 2015). El DF es la primera ciudad que regula a Uber en América Latina. *El País en línea*. Recuperado de: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/07/16/actualidad/1437073257_032569.html
- [25] Crowdfunding México (2016). *Ecosistema de crowdfunding*. Recuperado de: <http://www.crowdfundingmexico.mx/ecosistema.html>
- [26] Cusumano, M. (Jan 2015). *How Traditional Firms Must Compete in the Sharing Economy*. Communications of the ACM, Vol. 58 Issue 1, p32-34, 3p.
- [27] Denzin, N. K. (1970). *Sociological Methods: a Source Book*. Chicago: Aldine Publishing Company.



- [28] Fetterman, D.M. (1989). *Ethnography step by step*. California: Sage.
- [29] Finnovista (Mayo 2016). *Fintech Radar México: México se convierte en el mayor mercado Fintech de América Latina*. Recuperado de: <http://www.finnovista.com/fintech-radar-mexico/>
- [30] Gansky, L. (2010). *The Mesh, Why te future of Business is Sharing*. London, Inglaterra: Penguin Books Ltd. doi:ISBN : 978-1-101-46461-8
- [31] Grupo de Políticas Públicas y Regulación. (2016). *Informe sobre Economía Colaborativa*. Recuperado de: http://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf
- [32] GSMA. (2016). *La Economía Móvil en América Latina 2016*. Londres: GSMA Intelligence.
- [33] IE Business, FOMIN (2016). *Economía Colaborativa en América Latina*. Recuperado de: <http://informeeconomicolaborativalatam.ie.edu/informe-economia-colaborativa.pdf>
- [34] IMCO (2012). *Movilidad competitiva en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México: diagnóstico y soluciones factibles*. Recuperado de: http://imco.org.mx/wpcontent/uploads/2012/1/costos_congestion_en_zmvm2_final_abril.pdf
- [35] INEGI (2013). *Análisis de la demografía de los establecimientos 2012. Resultados, 2013*. Recuperado de: www.inegi.org.mx
- [36] Johns, T., Gratton, L. (2013). *La tercera ola de trabajo virtual*. Harvard Business Review, enero-febrero: 1-9.
- [37] Kickstartet (2016). *Estadísticas*. Disponible en: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=hello>
- [38] Lane, H.W., Beamish, P.W. (1990). Cross-cultural cooperative behavior in joint ventures in LDCs. *Management International Review*. vol. 30, pp. 87-10.



- [39] Leo Burnett (2014). *The Sharing Economy, Where we go from here*. Recuperado de:
http://origin-qps.onstreammedia.com/origin/multivu_archive/ENR/Leo-Burnett-The-Sharing-Economy.pdf
- [40] Lilien, L. y Bhargava, B. (2008). *Trading privacy for trust in online interactions*. Idea Group.
- [41] MacBryde, J. y Mendibil, K. (2003). *Designing performance measurement systems for teams: theory and practice*. *Management Decision*, Vol 41 Issue 8, pp 722-733.
- [42] Martínez A. (11 de Junio 2014). Desarrolladores mexicanos se 'aplican' en la creación de apps. *El Financiero en línea*. Recuperado de:
<http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/apps.html>
- [43] Massolution (2015). *Crowdfunding Industry Report 2015*. Recuperado de:
http://reports.crowdsourcing.org/?route=product/product&product_id=52
- [44] Matzler, K., Vaider, V., Kathan, W. (2015). *Adapting to the Sharing Economy*. *MIT Sloan Management Review*. Vol. 56 Issue 2, pp71-77.
- [45] Mohlmann, M. (May-June 2015). *Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again*. *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 14 Issue 3, p193, 15p.
- [46] Moriset, B. (2014). *Construyendo nuevos lugares de la economía creativa. El surgimiento de espacios de coworking*. Conferencia Internacional de Geografía de la Innovación, 2014, Universidad de Utrecht, Utrecht (Países Bajos).
- [47] Mundo Marítimo. (15 de Febrero 2016). *Los desafíos de México para mejorar su desempeño logístico de cara al TTP*. México. Mundo Marítimo Recuperado de: <http://mundomaritimo.cl/noticias/los-desafios-de-mexico-para-mejorar-su-desempeno-logistico-de-cara-al-tpp>
- [48] Nielsen N. V. (Mayo 2014). *Is sharing the new buying? The Nielsen Global Survey of Share Communities Report*. Recuperado de:



<http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/apac/docs/reports/2014/Nielsen-Global-Share-Community-Report.pdf>

- [49] Orantes, S. (2011). *Viabilidad del Modelo de Aceptación de la Tecnología en las empresas mexicanas. Una aproximación a las actitudes y percepciones de los usuarios de las tecnologías de la información.* Revista Digital Universitaria [en línea]. Vol. 12, No.1. Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.12/num1/art08/index.html> ISSN: 1607-6079.
- [50] Owyang, J. (2016). *Collaborative Economy Honeycomb 2016.* Recuperado de: <http://www.webstrategist.com/blog/2014/12/07/collaborative-economy-honeycomb-2-watch-it-grow/>
- [51] Pavlou, P.A., Gefen, D. (2004). *Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust.* Information Systems Research, 15 (1).
- [52] PPEM (2016). *Plataforma de Emprendimiento y Microfinanzas.* Recuperado de: <http://www.emprendimientoymicrofinanzas.com/emprendedores-crowdfunding>
- [53] PwC. (2014). *The Sharing Economy, Consumer Intelligence Series.* Recuperado de: <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
- [54] PwC (2014). *The Sharing Ecoomy - Sizing the Revenue Opportunity.* Recuperado de: www.pwc.co.uk.
- [55] Rinne, A. (Feb 2015). *The Sharing Economy, Through a Broader Lens. Stanford Social Innovation Review.* Recuperado de: http://ssir.org/articles/entry/the_sharing_economy_through_a_broader_lens



- [56] Rodríguez de las Heras, B. (2013). *El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos*. Revista Pensar en Derecho. N°3, Año 2. 101-123
- [57] Rogers, E.M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press, New York.
- [58] Sánchez Onofre, J. (28 de Marzo 2017). Amazon y MercadoLibre operan con prácticas abusivas en México. *El Economista en línea*. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/03/28/amazon-mercadolibre-operan-practicas-abusivas-mexico>
- [59] SCOPEO (2013). *SCOPEO INFORME N°2: MOOC: Estado de la situación actual, posibilidades, retos y futuro*. Recuperado de: <http://scopeo.usal.es/wp-content/uploads/2013/06/scopeoi002.pdf>
Consultado [18/03/2017]
- [60] eCommerce. (2017). Recuperado de: <https://www.statista.com/outlook/243/116/e-commerce/mexico>
- [61] Velasco, M. (2016). *Economía Colaborativa y Circular: Alianzas Estratégicas y Modelos Colaborativos*. Centro Público de Investigación CONACYT.
Recuperado de: <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/presentaciones-laboratorios/13041-economia-colaborativa/file>
- [62] Venkatesh V., Morris G.M., Davis G.B., Devis F.D. *User acceptance of Information Technology: toward a unified view*. MIS Quarterly. 2003; 27(3).
- [63] Wardrop R., Rosemberg R., Zhang B., Ziegler T., Squire R., Burton J., et al (2016). *Breaking New Ground: The Americas Alternative Finance Benchmarking*. University of Cambridge. Recuperado de: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-americas-alternative-finance-benchmarking-report.pdf



- [64] Young, J. (Feb 2015). *Here Comes Professor Everybody; The 'sharing economy' meets higher education*. The Chronicle of Higher Education. Vol. 61 Issue 21; Chronicle of Higher Education, Inc.



Anexo 1 Cuestionario

Economía Colaborativa

La información proporcionada en el siguiente cuestionario será utilizada únicamente con fines de investigación para la elaboración de la tesis “Economía Colaborativa: Análisis de los factores de éxito a través de las tecnologías de información y comunicación en México” para la obtención de grado en la Maestría de Informática Administrativa por parte del Posgrado de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Nacional Autónoma de México.

1. Nombre de la empresa.

2. Sector productivo.

- Alimentos
- Bienes
- Finanzas
- Espacios Físicos
- Servicios
- Transporte

3. Años de operación en México.



4. Origen de la empresa.

- Nacional
- Extranjera

5. Número de empleados.

- 1 a 10
- 11 a 50
- 51 a 200
- Más de 201

6. Alcance de operaciones.

- Local
- Regional
- Nacional
- Internacional



7. Tipo de competencia.

Directa

Indirecta

8. Experiencia previa de emprendimiento.

Si

No

9. ¿Existe algún tipo de regulación específica para sus actividades?

Si

No

10. ¿Con quién?

Empresas

Instituciones de Gobierno

Universidades

Otro _____



11. Principales obstáculos para crecer.

- Desconocimiento del negocio
- Acceso a financiamiento
- Desconfianza de los clientes
- Falta de regularización
- Lenta adopción de la tecnología
- Competencia con empresas tradicionales
- Falta de bancarización de los usuarios
- Otro _____

12. Acciones para ganar la confianza de los usuarios.

- Buen servicio al cliente
- Estándar alto de calidad
- Comunicación por redes sociales
- Evaluación de producto o servicio
- Marketing
- Otro _____



13. Tipo de seguridad.

- Protección de datos personales
- Filtro de acceso con perfil de Facebook
- Revisión de datos personales e historial
- Proveedor para pagos y transferencias certificado.
- Póliza de seguros
- Contrato
- Otro _____

14. Tipo de financiamiento que ha recibido.

- Bancario
- Crowdfunding
- Gubernamental
- Venture capital
- Capital propio
- Otro _____



15. Plataforma digital que utiliza.

- Aplicación móvil
- Web
- Ambas

16. Redes sociales.

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- LinkedIn
- Pinterest
- Vimeo
- Google Plus
- Whatsapp



Anexo 2 Glosario

Carpooling: sistema de coche compartido en el que se reparten los costos entre los ocupantes, con el objetivo de reducir el número de vehículos en circulación con la correspondiente reducción de gases contaminantes, de consumo, de los accidentes y de los problemas de aparcamiento.

Carsharing: sistema de uso de vehículo privado que consiste en que múltiples usuarios usan de forma individual una flota colectiva de vehículos; de este modo se comparten los gastos de mantenimiento del vehículo y resulta más económico el poder utilizar un vehículo.

Couchsurfing: es una práctica en la que se ofrece intercambio de alojamiento entre particulares. El término nació como una forma de viajar de surfers, que buscando las mejores olas se alojaban en casa de otros surfers y generalmente en su sofá (couch).

Crowdfunding: es un modelo bajo el cual proyectos o productos son financiados gracias a contribuyentes interesados en los mismos a través de una plataforma. A cambio de la donación, los impulsores de la campaña ofrecen acceso a un bien o un servicio, un premio menor o una simple mención.

Crowdshipping: nuevo servicio logístico donde, en lugar de realizar un envío a través de una empresa de mensajería, se hace a través de una plataforma web, donde la persona que se encarga de hacer el servicio puede obtener unos ingresos extra o hacerlo a cambio de cualquier otra cosa; los usuarios deciden en sus negociaciones.

Crowdsourcing: palabra que viene de la unión de los términos en inglés crowd (multitud) y outsourcing (externalización) fue acuñado en el año 2006 en un artículo de la revista Wired y surge como un modelo de 'outsourcing' o tercerización basado



en el empleo de talento humano o 'multitudes' externos a una compañía o un proyecto.

Fintech: término compuesto procedente del inglés y que sale de unir la primera sílaba de las palabras Finance y Technology, y que por lo tanto aglutina y define a todas aquellas empresas de servicios financieros que se sirven de las últimas novedades tecnológicas para brindar productos y servicios financieros innovadores.

Fondador: también conocido como crowdfunder, es un donante que realiza una aportación a una campaña de crowdfunding a través de una plataforma digital.

Marketplace: término creado por John Sviokla que define un sitio que permite a vendedores y compradores, relacionarse para efectuar una transacción comercial. En este tipo de plataformas, los compradores y vendedores permanecen en el entorno técnico y comercial hasta que la transacción se finaliza. Por lo tanto, esta plaza de mercado sirve para facilitar la venta entre el vendedor y el comprador asegurando que la transacción se desarrollará en las mejores condiciones. Además la plataforma se posicionará en terceros de confianza.

Microtasking: (Microtareas) es un modelo de negocio donde se emplean plataformas digitales en el que una persona postula una necesidad o tarea específica y una tarifa para quien ayude a resolverla. Los miembros de la comunidad se ofrecen para llevar a cabo dicha tarea y reciben una remuneración a cambio. Se califican las tareas realizadas creando un sistema de reputación que genera una garantía en la calidad del servicio prestado y la seguridad del mismo.

MOOC: acrónimo en inglés de Massive Open Online Course creado por Dave Cormier y Brian Hypertuano. Son cursos compuestos de Recursos Educativos Abiertos (OER) en línea y abiertos al público en general a través de Internet según el principio de educación abierta y masiva.



Multisig: conocida también como tecnología multifirmas, es un tipo de seguridad para carteras digitales en las que se necesitan 2 de 3 llaves privadas para poder realizar envíos de Bitcoins.

On Demand: nuevo concepto de estándar de servicio, estrechamente vinculado a los requerimientos de las empresas o personas; no hay excedentes de producto, sino que este se ofrece según la necesidad de nuestro mercado. Es una modalidad de negocio que ayuda captar y mantener clientes sin correr demasiados riesgos.

Tecnología Blockchain: conocida como cadena de bloques, es una registro de contabilidad pública entre pares que se mantiene mediante una red distribuida de ordenadores y que no requiere ninguna autoridad central ni terceras partes que actúen como intermediarios.



Anexo 3 Directorio de empresas

Empresa	Dirección	Teléfono	Redes Sociales
Afluenta	Av. Insurgentes Sur 319, 6to piso oficina 603, C.P. 06100 CDMX, México. https://www.afluenta.mx	01 800 269 4550 55 6264 4550	https://twitter.com/afluenta https://www.facebook.com/afluentamx https://www.instagram.com/afluenta_mx/ https://www.linkedin.com/company-beta/916331/ https://www.youtube.com/user/afluenta
ADN Coworking	Sendero del Mirador No.36 CoL Milenio III, Querétaro, Qro. C.P. 76060 http://adnoficinasvirtuales.com/	44 2368 4000	https://www.facebook.com/ADNoficinasvirtuales
Airbnb	https://www.airbnb.mx/	55 41 70 43 33	https://twitter.com/airbnb_mx https://www.instagram.com/airbnb/ https://www.facebook.com/AirbnbMexico
Akiba	Av. de los Insurgentes Sur 2376, 1er Piso - 103, Chimalistac, 01070 Ciudad de México, CDMX https://www.akibaa.com/	55 7155 1544	https://twitter.com/AKIBAfintech https://www.facebook.com/akibamexico https://akibablog.tumblr.com/ https://www.linkedin.com/company-beta/10783407
Aliada	Varsovia 36, Juárez, Juárez, 06600 Ciudad de México, CDMX https://aliada.mx/	55 7313 5710	https://twitter.com/aliadamx https://www.facebook.com/aliadaMX/ https://www.youtube.com/channel/UCY2hTNLZoVT2eE_tfYuCJ1A
Apli	Campeche 233, Condesa, 06100 Ciudad de México, CDMX http://www.apli.jobs/	55 4850 5544	https://www.facebook.com/apli.jobs/ https://twitter.com/aplijobs https://plus.google.com/+ApliJobs https://www.youtube.com/channel/UCJGekL4DUjZPwx4aN6PSPeg https://www.linkedin.com/company-beta/10623991
Arriv.io	1321 Upland Dr #5635, Houston TX USA http://www.arriv.io/	770 43-4718	https://www.facebook.com/arriv.io/



Big Tosttada CWS	Aquiles Serdán 421, Obregon, 37320 León, Gto http://www.bigstosttadacws.com/	47 7391 0493	https://www.facebook.com/BigTosttada/ https://twitter.com/BigTosttada
Bikla/Btk Bicipública	Vidrio 1875, Americana, 44160 Guadalajara, Jal. http://www.bktbicipublica.com/	33 3826 0400	https://twitter.com/bktbicipublica/ https://www.facebook.com/bktbp/
Bitso	Campos Eliseos 400 601B Col. Polanco Reforma México DF, México 11530 https://bitso.com/	22 2141-4971	https://www.facebook.com/bitsoex https://twitter.com/bitso https://plus.google.com/+bitso
Briq Mx	Av. Insurgentes Sur 1605, San José Insurgentes 03900 Ciudad de México https://www.briq.mx/		https://www.facebook.com/BriqMx
Cabify	Bahía Todos Los Santos 145 Piso 3, Verónica Anzures, CP 11300, Ciudad de México, CDMX https://cabify.com/mexico/mexico-city	55 3021 3415	https://twitter.com/cabify_mexico https://www.facebook.com/CabifyMx/ https://www.instagram.com/cabify_mexico/ https://www.linkedin.com/company-beta/6420927/ https://www.youtube.com/channel/UC5gSLYFILbOPSXDd9Oax4AA
Capptu	Baja California 274, Col. Hipódromo Condesa, C.P. 06100, México, D.F. https://www.capptu.com		https://www.facebook.com/cappturalo https://twitter.com/Capptu https://www.instagram.com/capptu/
Carrot México	Londres 175, Juárez, Juárez, 06600 Ciudad de México, CDMX http://www.carrot.mx/	55 1209 1500 Whatsapp 55 4380 9901	https://twitter.com/carrotmx https://www.facebook.com/CarrotMx https://www.instagram.com/carrotmx/ https://www.youtube.com/channel/UC8nMh3og-qYKTjRfRUsBjA https://vimeo.com/carrotmx http://unconejomas.carrot.mx/
Centraal Coworking	Zamora 187 col. Condesa Cuauhtémoc, Ciudad de México http://centraal.com/	55 3547 1780	https://twitter.com/centraal https://www.facebook.com/Centraal/ https://www.youtube.com/centraal https://plus.google.com/+Centraal
Circulo Condesa	Zamora 33, Condesa, 06140 Cuauhtémoc, CDMX	55 5256 3421	https://www.facebook.com/circulocondesa/ https://twitter.com/circulocondesa1



Business Condesa	http://circulocondesa.com.mx/			
CityDrive	Isabel la Católica 121, Vallarta Nte., 44650 Guadalajara, Jal. https://citydrive.mx/	33 2304 3817		https://twitter.com/citydriveapp https://www.facebook.com/Citydriveapp https://www.instagram.com/citydriveapp/
Couchsurfing	https://www.couchsurfing.com/			https://www.facebook.com/couchsurfing https://twitter.com/couchsurfing https://www.instagram.com/couchsurfing/
Co-Work	Av. Hacienda 102 Res. Coapa http://co-work.mx/			https://www.facebook.com/CoWork.mx https://twitter.com/CoWorkMX
Coworking Monterrey	Isaac Garza 735, Centro, 64000 Monterrey, N.L. http://coworkingmty.com	01 81 1936 9480		https://www.facebook.com/CoworkingMty/ https://twitter.com/coworkingMty
Coworking D4 Reality	Plaza Pabellón Tec 1er Piso. Av. Eugenio Garza Sada #427 esq. Luis Elizondo Monterrey, N.L. Dentro de la incubadora del Tec. http://www.d4reality.com/coworking.php	01 81 8363 0730		https://www.facebook.com/D4Reality https://twitter.com/d4reality https://plus.google.com/110638157973740097399 https://www.youtube.com/user/D4Reality https://www.linkedin.com/in/cubito-rojo-94615348
Crowdfunder México	San Carlos 71, San Ángel, 01040 Ciudad de México, CDMX https://www.crowdfunder.mx/	55 7095 8845		https://twitter.com/crowdfundermx https://www.facebook.com/crowdfunderMX https://www.linkedin.com/company-beta/4788505/
Cuidami mascota	Sendero de las Privanzas 500, Privanza Alicante, San Pedro Garza García, Nueva León, México. https://www.cuidamimascota.com.mx/	01 800 228 8142		https://twitter.com/cuidamimascota https://www.facebook.com/cuidamimascotaa https://es.pinterest.com/cuidamimascota/ https://instagram.com/cuidamimascota
Dada Room	Guanajuato 209, Int 1, Col Roma Norte, Del Cuauhtémoc, C.P. 06700, México, CDMX http://www.dadaroom.com/			https://www.facebook.com/mydadaroom https://twitter.com/DadaRoom http://www.dadaroom.com/blog/
Donadora	Havre número 77, Col Juárez, Del Cuauhtémoc, C.P. 06600, en la Ciudad de México https://donadora.mx/	55 5511 9147		https://www.facebook.com/donadoramx/ https://twitter.com/DonadoraMx



Doopla	Insurgentes Sur #1863-301B, México D.F https://www.doopla.mx/	01 800 681 5604 55 4744 2904	https://twitter.com/dooplamx https://www.facebook.com/Doopla https://www.instagram.com/dooplamx/
EasyTaxi	Eje Vial 2-A Sur 204, Doctores, Cuauhtémoc, CDMX http://www.easytaxi.com/mx/	01 800 200 3279	https://twitter.com/EasyTaxiMexico https://www.facebook.com/easytaximexico/ https://www.linkedin.com/company-beta/2356257 https://www.youtube.com/user/EasyTaxiMX
EatWith	https://www.eatwith.com/es/list/mexico/		https://twitter.com/eatwith/ https://www.facebook.com/EatWith/ https://www.instagram.com/eatwith/
Ecobici	Campeche 175, Roma Sur CP 06760, Ciudad de México https://www.ecobici.cdmx.gob.mx/	55 5005 2424	https://twitter.com/ecobici https://www.facebook.com/ecobici https://www.instagram.com/ecobicicdmx/ https://es.pinterest.com/ecobici/ https://vimeo.com/ecobici
EConduce	Ciencias 109, Escandón I Sección C.P. 11800. México CDMX https://econduce.mx/	4333 2005 Whatsapp 55 4949 5048	https://twitter.com/econduceMX/ https://www.facebook.com/Econducemx/ https://www.instagram.com/econducemx/
Eka Cowork	Retorno 1 #208 Col. Empleados SFEQ, Monterrey, Nuevo León 64909 http://www.ekacowork.com/	81 1224 0490	https://www.facebook.com/ekacowork https://twitter.com/EKA_Cowork
El Contacto 3er	Amsterdam 240, Hipódromo, 06100 Ciudad de México, CDMX http://el3erespacio.mx/	55 5916 4621	https://www.facebook.com/el3erespacio https://twitter.com/el3erespacio https://www.instagram.com/el3erespacio/
El Cowork	Torre Vertice, Av. Cto. Frida Kahlo 195, Haciendas de La Sierra, San Pedro Garza García, N.L. http://www.elcowork.com/	01 81 8421 3121	https://www.facebook.com/elcowork https://twitter.com/elcowork https://www.instagram.com/elcowork/
El Nido Coworking	Simón Bolívar 636, Centro Historico, 78000 San Luis, S.L.P. https://www.elnidocoworking.com/	01 444 812 3391	https://www.facebook.com/elnidocoworking https://twitter.com/elnidosp https://www.instagram.com/elnidosp/ https://plus.google.com/114257679499755863108



Expansive	Av. Cuauhtémoc #133, piso 7 Colonia Roma, Del. Cuauhtémoc, CDMX. http://expansive.mx/	55 4043 8080	https://twitter.com/ExpansiveMexico https://www.facebook.com/expansivemexico https://www.instagram.com/expansivemexico/
FINV	Bosques de Radiata 6-501, Col. Bosques de las Lomas, Cuajimalpa, CDMX C.P.05120 https://finv.mx/	55 7313 9773	https://twitter.com/FinvMx https://www.facebook.com/finvmx/ https://www.linkedin.com/in/finvmx/
FleteYa	https://fleteya.com/		https://twitter.com/fleteya https://www.facebook.com/FleteYaMexico/
Fondify	Av. Miguel Hidalgo y Costilla 2074, Arcos Vallarta, Guadalajara, Jal. https://fondify.mx/	33 3770 0085	https://www.facebook.com/fondify/?fref=ts https://twitter.com/FondifyLAT https://www.instagram.com/fondify/ https://www.youtube.com/channel/UCLXABvn-fMzeh7txoVYEXWw https://vimeo.com/search/people?q=fondify https://es.pinterest.com/fondify/ https://www.linkedin.com/company-beta/10452183/
Freelancer	Level 20, World Square 680 George Street Sydney, New South Wales Australia 2000 https://www.freelancer.mx/		https://twitter.com/freelancer https://www.facebook.com/fansoffreelancer https://plus.google.com/+Freelancer https://www.instagram.com/freelancerofficial/
HIPGive	414 13th Street 94612 Oakland https://hipgive.org/es/	415 223 8262	https://twitter.com/hipgive/ https://www.facebook.com/hipgive https://www.youtube.com/channel/UCOf0ZLGtjIDMGypqxwrlIIA https://www.youtube.com/channel/UCOf0ZLGtjIDMGypqxwrlIIA https://www.instagram.com/hipgive/ https://plus.google.com/+HipgiveOrg
Homeaway	https://www.homeaway.com.mx/		https://www.facebook.com/HomeAway/ https://twitter.com/search?q=HomeAway&src=tyah
Idéame	1209 Orange Street Wilmington, Delaware,		https://twitter.com/ideamecom https://www.facebook.com/ideamecom



	Estados Unidos de América. https://www.idea.me/		https://www.instagram.com/ideamecom/ https://www.youtube.com/user/Ideamecom http://pinterest.com/ideamecom/
Impact Hub	Av. Álvaro Obregón 168, Cuauhtémoc, Roma Norte, 06700 Ciudad de México, CDMX http://mexicocity.impacthub.net/	55 6388 0813	https://twitter.com/ImpactHubDF https://www.facebook.com/ImpactHubDF https://www.instagram.com/impacthub_df/
Indiegogo	965 Mission Street, San Francisco, CA 94103. https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you		https://www.facebook.com/Indiegogo https://twitter.com/indiegogo https://www.instagram.com/indiegogo/ https://www.youtube.com/indiegogo https://www.linkedin.com/company-beta/167424
Inverspot	Av. Paseo de las Palmas 1320 Lomas de Chapultepec, CDMX https://inverspot.mx/	55 8000 6555	https://twitter.com/Inverspot2017 https://www.facebook.com/inverspot https://www.youtube.com/channel/UCv85MwH36lbTAvOdmeDtxg https://vimeo.com/190621870
IOS Offices	Paseo de la Reforma 222, col. Juárez, Cuauhtémoc, Ciudad de México 06600 https://www.iosoffices.com/	55 1253 7000	https://twitter.com/iosoffices https://www.facebook.com/iosoffices/ https://www.youtube.com/user/LIVEIOSOffices
IVO Business Center	Paseo de la Reforma 389, Cuauhtémoc, 06500 Ciudad de México, CDMX http://ivo.com.mx/	01 800 200 4486	https://www.facebook.com/ivo.bc https://twitter.com/ivo_bc https://www.linkedin.com/company-beta/1958193/ https://plus.google.com/+IvoMxCenter
Kickstarter	https://www.kickstarter.com/		https://twitter.com/kickstarter https://www.facebook.com/Kickstarter https://www.pinterest.com/kickstarter/ http://kickstarter.tumblr.com/ https://www.instagram.com/kickstarter/ https://www.youtube.com/user/kickstarter
Kichink	Juan de la Barrera 113, Col Condesa, Del Cuauhtémoc, C.P. 06140, México, CDMX https://www.kichink.com	55 4000 4739	https://twitter.com/kichink https://www.facebook.com/Kichink/ https://www.instagram.com/kichink/?hl=en https://es.pinterest.com/kichink/



Konsigue	Av. Gonzalitos 250, Santa María Monterrey, N.L. 64650 https://www.konsigue.com/	81 1107 1590	https://www.facebook.com/Konsigue1/ https://twitter.com/Konsigue https://www.linkedin.com/company-beta/10505532/
Kubo Financiero	Barranca Del Muerto 92, Col. Florida, C.P. 01030, México https://www.kubofinanciero.com/	55 6269 0024	https://twitter.com/kubofinanciero https://www.facebook.com/Kubofinanciero/ https://www.youtube.com/user/KuboFinanciero
Lavadero	Ámsterdam 240 int 4, col. Hipódromo, Cuauhtémoc, CDMX www.lavadero.mx	55 4161-3001	https://www.facebook.com/UsaLavadero/ https://twitter.com/UsaLavadero https://www.instagram.com/usalavadero/
La Tasa	Av. Mariano Escobedo 555-PB. Col. Bosques de Chapultepec, 1ª sección, Deleg. Miguel Hidalgo, C.P. 11580 CDMX https://www.latasa.mx/	01 800 4222 100	https://www.facebook.com/LaTasaMx/ https://twitter.com/LaTasaMx https://www.youtube.com/watch?v=kuL7VmuqTVY
Localbitcoins	https://localbitcoins.com/		https://www.facebook.com/LocalBitcoinsCom/?notif_t=page_new_likes https://twitter.com/LocalBitcoins https://www.instagram.com/localbitcoins/
Local de Arte	Unión 221, Escandón I Secc, 11800 Ciudad de México, CDMX http://www.localdearte.com/	55 6389 1753	https://www.facebook.com/localdearte.escondon https://twitter.com/localdearte https://www.instagram.com/localdearte/
Loggap	http://www.loggap.com/		https://www.facebook.com/loggap https://twitter.com/loggap https://www.instagram.com/LOGGAP/
Mandarina Hub	Paseo de la Reforma 36, Juárez, 06600 Ciudad de México, CDMX https://copass.org/cospaces/mandarina-hub	55 5580 7931	https://www.facebook.com/MandarinaHub/?hc_ref=SEARCH https://twitter.com/mandarinahub?lang=es
Mercadoni	Carrera 7 69 17, Bogotá, Colombia www.mercadoni.com.mx		https://www.facebook.com/Mercadoni.mx/ https://twitter.com/Mercadoni_mx
Mercado Libre	Av. Felix Cuevas #6 Piso 5, Benito Juárez, Tlacoquemecati del Valle,		https://twitter.com/ml_mexico https://www.facebook.com/MercadoLibre/



	03200 Ciudad de México, CDMX http://www.mercadolibre.com.mx/		
Mi Cochinito	Lafontaine 348, Polanco, Polanco III Sección, Miguel Hidalgo, CDMX, 11550 https://www.micochinito.com/	55 4956 6739	https://www.facebook.com/AlcanciaMicochinito/ https://twitter.com/soy_micochinito https://www.instagram.com/soymicochinito/ https://www.youtube.com/channel/UCc9fHrTITg8ZOy21zyUxQFA
Miora	Paseo Castellana 123 ESC D 7° B, Madrid, España https://miora.mx/	55 4170 4328	https://www.facebook.com/mioramexico/ https://twitter.com/MioraBelleza https://www.instagram.com/MioraBelleza/ https://www.youtube.com/channel/UCfIOFH2-cd5EZiIUKHUnhxA https://miora.io/blog/
Multicredi	González Camarena 1450-3B, Centro Cd. Santa Fe México CDMX CP: 01210 http://www.multicredi.com/	55 9159 2378	
MuvLab	Uxmal 520 Col. Narvarte, Benito Juárez, México CDMX http://muvlab.mx/contacto/	55 6645 2309	https://www.facebook.com/MuvLab http://www.linkedin.com/company/muv-lab https://twitter.com/MuvLab
Nevermind Coworking	Av Unión 48, Ladrón de Guevara, 44600 Guadalajara, Jal. http://nevermind.mx/	33 1204 8702	https://twitter.com/nevermindmx https://www.facebook.com/nevermindworkspace https://www.instagram.com/nevermindmx/ https://plus.google.com/+NevermindMx https://www.youtube.com/nevermindmx https://vimeo.com/nevermindmx
Orbis Coworking	Av. Bonampak, Manzana 1, Lote 4 y 5, Local SA 2, Super Manzana 8, C.P 77504 http://www.orbiscoworking.com/	99 8 255 6100	https://www.facebook.com/orbiscoworking https://twitter.com/orbiscoworking https://www.instagram.com/orbiscoworking/
PackandPack	Goldsmith 40, Miguel Hidalgo, Polanco III Sección, 11540 Ciudad de México, CDMX	22 2798 0601	https://www.facebook.com/packandpack/ https://twitter.com/Pack_and_Pack



		https://packandpack.com		https://www.linkedin.com/company-beta/10207872/
Parkeo	Sierra Mojada 447, Col. Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo, México	55 5177 8687		https://www.facebook.com/parkeomx https://twitter.com/parkeomx https://www.instagram.com/parkeomx/
Parkiller	Colima 410, int. 201, Col. Roma Norte, Del. Cuauhtémoc, CP 06100, México, CDMX	55 1801 7775		https://twitter.com/parkillerapp https://www.facebook.com/parkillerapp/ https://www.instagram.com/parkillerapp/ http://parkiller.com/
Parkimovil	Vía Atlixcáyotl 2301, Reserva Territorial Atlixcáyotl, 72453 Puebla, Pue.	01 800 286 7351		https://parkimovil.com/
Paséame			http://paseame.com.mx/	https://www.facebook.com/paseamemx/ https://twitter.com/PASEAME_APP https://www.instagram.com/paseamemx/
Pitchbull	Torre Corporativa Acueducto, Av. Acueducto No. 4851 Piso 4, Fracc. Real Acueducto, C.P. 45116, Zapopan Jalisco.	33 4737 4976		https://www.facebook.com/Pitchbullcom https://twitter.com/pitchbullcom https://www.youtube.com/user/PitchBullCorporativo
Play Business	Francisco Márquez 144, Condesa, 06140 Ciudad de México, CDMX	55 8250 7537		https://www.facebook.com/playbusiness/ https://twitter.com/playbusinessmx https://www.youtube.com/user/MarcPlayBusiness
Prentige			https://prentige.com/	https://twitter.com/prentige https://www.facebook.com/Prentige/
Prestadero	Puebla 308-303, Cuauhtémoc, Roma Nte., 06700 Ciudad de México, CDMX	55 5207 9387		https://twitter.com/Prestadero https://www.facebook.com/Prestadero
Punto Working Space	Nicolás San Juan 430, Navarte, Navarte Poniente, 03020 Ciudad de Mexico, CDMX	55 6273 2648		https://www.facebook.com/puntocoworking https://twitter.com/PuntoCoworking
			http://www.punto-coworking.com/	



Rappi	Belgrado 17, Juárez, 06600 Ciudad de México, CDMX https://www.rappi.com.mx/	01 800 228 8125	https://twitter.com/rappimexico/ https://www.facebook.com/rappimx/ https://www.instagram.com/rappimx/
Rutanet	Lázaro Cárdenas No. 1810 General Escobedo Nuevo León, C.P.64920 https://www.rutanet.com/es-mx https://nuevo.rutanet.com/	01 800 8001 7911 55 4161 4269	https://twitter.com/rutanet https://www.facebook.com/rutanet https://vimeo.com/rutanet
Segunda Mano	Av. Paseo de las Palmas 275 Int 403 y 404, Col Lomas de Chapultepec III Sección, Del Miguel Hidalgo, C.P. 11000, México CDMX https://www.segundamano.mx/	55 5350 7020	https://twitter.com/segundamanomx https://www.facebook.com/segundamanomx https://www.instagram.com/segundamano.mx/ https://www.youtube.com/user/SegundamanoMx https://plus.google.com/106729320442097144431
Sin Delantal	Calle Río Lerma 4 6to Piso, Cuauhtémoc, 06500 Ciudad de México, CDMX https://www.sindelantal.mx/	33 1302 6413	https://twitter.com/SinDelantalMX https://www.facebook.com/SinDelantalMX https://www.youtube.com/channel/UCuEIllyl-YyyWvVs4yEHLXuQ https://www.instagram.com/sindelantalmx/?hl=mx https://es.pinterest.com/sindelantalmx/
Skydrop	Río Guadalquivir 422 A, San Pedro Garza García, Monterrey. http://www.skydrop.com.mx/	81 4040 5222	https://twitter.com/skydropco https://www.facebook.com/SkyDropCo/
Social Crowd Mx	http://www.socialcrowd.mx/	55 7159 68 96	https://twitter.com/socialcrowdmx https://www.facebook.com/SocialCrowdMx https://www.linkedin.com/company-beta/16192017/
Spaciross Coworking	Palenque 275, Narvarte Poniente, 03020 Ciudad de México, CDMX http://www.spaciross.com.mx/	55 5536 4976	https://twitter.com/Spaciross https://www.facebook.com/SpacirossCoworking/
StartUp México	Ignacio Allende 21, Col. Ampliación Torre Blanca /	55 6728 0633	https://www.facebook.com/SUMstartupmexico



	México, 11289	http://www.startupmexico.com/	https://twitter.com/startupmexico https://www.instagram.com/startup_mexico/
The Inventor's House	Calle Estaño 227, La Fundación, 20016 Aguascalientes, Ags.	01 449 915 6162 http://theinventorhouse.org/	https://twitter.com/inventorshouse https://www.facebook.com/TheInventorsHouse
The Pool	Goldsmith 40, Miguel Hidalgo, Polanco III Sección, 11550 Ciudad de México, CDMX	55 6387 5091 http://www.thepool.mx/	https://www.facebook.com/ThePoolMX?fref=ts https://twitter.com/ThePoolMX https://www.instagram.com/thepoolmx/ https://www.youtube.com/channel/UCRZATB4GzRQEI9VXPAfKCaw https://plus.google.com/u/0/+ThepoolMx https://www.linkedin.com/company-beta/2873700/
Trébol Capital	República del Salvador 1625 Col. Valle Dorado, Aguascalientes, Aguascalientes C.P. 20235	44 9300 0099 http://www.trebolcapital.com/	https://twitter.com/TrebolCapital https://www.facebook.com/TrebolCapital https://www.linkedin.com/company-beta/3616016/
Trendier	2do andador de Dolores Guerrero, 284-B, Col. U CTM Culhuacán Secc VIII, Coyoacán, Ciudad de México, CDMX, 04480	55 6818 2843 https://www.trendier.mx	https://twitter.com/trendiermx https://www.facebook.com/trendiermx https://www.instagram.com/trendiermx/
Uber		https://www.uber.com/es-MX/cities/mexico-city/	https://twitter.com/Uber_MEX https://www.facebook.com/UberMexico/ https://www.instagram.com/uber_mex/
UberEAST		https://www.ubereats.com/es/mexico_city/ http://www.eats.mx/	https://twitter.com/ubereats https://www.facebook.com/ubereatsmexico/ https://www.instagram.com/ubereats/
Urban Station	Av Moliere 68, Polanco, Polanco II Secc, 11550 Ciudad de México, CDMX	55 6270 5000 http://urbanmexico.enjoyurbanstation.com/	https://www.facebook.com/UrbanStationMexico https://twitter.com/UrbanStationMX https://www.instagram.com/enjoyurbanstation/ https://www.youtube.com/user/juanpablорuss01 https://www.linkedin.com/company-beta/1006559/



VanBan	Goldsmith 40 C.P. 11550 Ciudad de México https://www.vanbam.com/	55 6842 0863	https://twitter.com/vanbamapp https://www.facebook.com/VanbamApp
Volabit			https://www.facebook.com/volabit https://twitter.com/volabit https://plus.google.com/+VolabitMx
WRK	Av. Insurgentes Sur 318, Col. Roma Norte, Del. Cuauhtémoc, México D.F. http://www.wrk.com.mx/	55 6721 0877	https://www.facebook.com/WRKmx https://twitter.com/WRKMX
Yaxi	Av. Eugenia 901 Local 2, Col Del Valle Centro, Del Benito Juárez, 03100 Ciudad de México http://www.yaxi.mx/		https://twitter.com/YaxiApp https://www.facebook.com/yaxiapp
Yotepresto	Av. Mariano Otero 1249 Guadalajara World Trade Center Torre Pacífico https://www.yotepresto.com/	01 800 968 3701	https://www.facebook.com/yoteprestocom https://twitter.com/yoteprestocom https://www.youtube.com/channel/UCzMO4mwx7q2o2frWv6dXh9w https://www.linkedin.com/company-beta/6402131/
Zolvers	Chihuahua 230 Col. Roma, México CDMX https://zolvers.com/	55 3098 7651	https://www.facebook.com/Zolvers/ https://twitter.com/zolvers_latam https://www.instagram.com/zolvers/ https://www.linkedin.com/company-beta/3530997 https://youtube.com/zolvers_oficial