



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE CUENCA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**APLICABILIDAD DE LOS PRINCIPIOS DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN  
STARTUPS COMERCIALIZADORAS DE LA CIUDAD DE CUENCA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título  
de Licenciado en Administración de Empresas

**AUTORES: STEVEN ORLANDO ASTUDILLO ZAMORA**  
**JONATHAN ALEXANDER DELGADO ESPINOZA**

**TUTORA: ING. ANA JULIA VEGA LUNA, MSc.**

Cuenca - Ecuador

2022

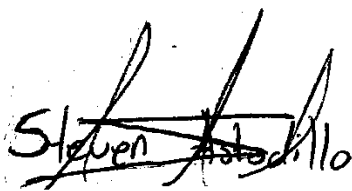
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

Nosotros, Steven Orlando Astudillo Zamora con documento de identificación N° 0105464051 y Jonathan Alexander Delgado Espinoza con documento de identificación N° 0105645154; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 18 de marzo del 2022.

Atentamente,



---

Steven Orlando Astudillo Zamora

0105464051



---

Jonathan Alexander Delgado Espinoza

0105645154

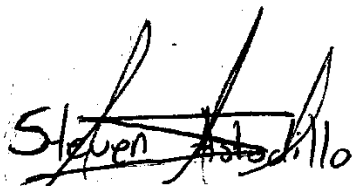
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Steven Orlando Astudillo Zamora con documento de identificación N° 0105464051 y Jonathan Alexander Delgado Espinoza con documento de identificación N° 0105645154, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Artículo Académico: “Aplicabilidad de los principios de economía colaborativa en Startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 18 de marzo del 2022.

Atentamente,



---

Steven Orlando Astudillo Zamora

0105464051



---

Jonathan Alexander Delgado Espinoza

0105645154

## **CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Ana Julia Vega Luna con documento de identificación N° 0102135480, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **APLICABILIDAD DE LOS PRINCIPIOS DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN STARTUPS COMERCIALIZADORAS DE LA CIUDAD DE CUENCA**, realizado por Steven Orlando Astudillo Zamora con documento de identificación N° 0105464051 y por Jonathan Alexander Delgado Espinoza con documento de identificación N° 0105645154, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 18 de marzo del 2022

Atentamente,



---

Ing. Ana Julia Vega Luna, MSc

0102135480

## **DEDICATORIA**

*Dedicamos este artículo a Dios por ser fuente de inspiración y de seguridad para cada uno de nuestros pasos en el convivir diario. Además, dedicamos este trabajo de investigación; a nuestros padres por ser los guías en el sendero de la vida, por ser el incentivo para seguir adelante con este gran objetivo; a nuestra tutora por guiarnos con sus conocimientos para realizar los procedimientos necesarios al momento de realizar los análisis y formular una conclusión coherente y confiable.*

## AGRADECIMIENTO

*Este artículo es el resultado del esfuerzo conjunto de los que formamos el grupo de trabajo. Por esto agradecemos a nuestros maestros y compañeros quienes a lo largo de este tiempo han aportado sus capacidades, perspectivas y conocimientos, los cuáles han sido de gran utilidad en el desarrollo del presente artículo de investigación. A nuestros padres quienes a lo largo de toda nuestra vida nos han apoyado y motivado a ejercer una excelente formación académica, creyeron en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades. A esta prestigiosa universidad por abrirnos las puertas, entregarnos grandes conocimientos y permitir que jóvenes como nosotros, puedan ser preparados con excelencia y con el corazón salesiano para un futuro competitivo, actuando como personas de bien que ayudan a construir la sociedad. Finalmente, a las Startups de la ciudad de Cuenca que nos han colaborado con toda la voluntad, ya sea con entrevistas o llenando de encuestas para poder tener los resultados deseados y cumplir con los objetivos planteados en este artículo.*

## **Resumen**

El propósito de este artículo investigativo es determinar la aplicabilidad de la economía colaborativa en Startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca. Las startups ecuatorianas han tratado de establecerse en el mercado, cada vez con mayor eficacia, mejorando sus rendimientos, acoplándose a las nuevas tendencias del mercado y a la tecnología, esto mediante el acceso al internet, la elaboración de plataformas web y de aplicaciones móviles. La aplicabilidad de los principios de economía colaborativa en algunas startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca ha sido un pilar fundamental en el crecimiento y el desarrollo de las mismas. El presente artículo considera estudios de otros artículos, revistas y blogs redactados en español con un enfoque fundamentalmente tecnológico, colaborativo y empresarial. El tipo de investigación mixta, cuantitativa se utiliza para determinar resultados de la información obtenida mediante la aplicación de algunos instrumentos utilizados para generar los análisis pertinentes y, cualitativa para levantar información primaria de parte de las startups involucradas en el estudio; utilizando para ello, el modelo investigación-acción mediante el empleo de encuestas y entrevistas. Los resultados evidencian en gran medida la aplicación de los principios de la economía colaborativa, un gran porcentaje de participación, los principales canales de comercialización y comunicación usados, el beneficio de los aliados estratégicos, tanto las ventajas como desventajas y las motivaciones de las startups para incluir el modelo de la economía colaborativa en sus procesos. Esto ha ocasionado que la rentabilidad mejore, los costos disminuyan y que se puedan sostener en el tiempo, además también les ha permitido crecer rápidamente, ser más competitivas y posicionar su marca en el mercado ecuatoriano por la confianza y seguridad que brindan al cliente a la hora de adquirir sus productos o servicios.

## **Abstract**

The purpose of this article is to determine the applicability of the collaborative economy in marketing startups in the city of Cuenca. Ecuadorian startups have tried to establish themselves in the market with increasing efficiency, improving their performance, adapting to new market trends and technology, through access to the internet, the development of web platforms and mobile applications. The applicability of the principles of collaborative economy in some marketing startups in the city of Cuenca has been a fundamental pillar in their growth and development. This article considers studies of other articles, journals and blogs written in Spanish with a fundamentally technological, collaborative and entrepreneurial focus. The type of mixed research, quantitative used to determine the results of the information obtained through the application of some instruments used to generate the relevant analysis and qualitative to collect primary information from the startups involved in the study, using the action research model through the employment surveys and interviews. The results show to a large extent the application of the principles of the collaborative economy, a large percentage of participation, the main marketing and communication channels used, the benefit of strategic allies, both the advantages and disadvantages and the motivations of the startups to include the collaborative economy model in their processes. This has led to improved profitability, lower costs and sustainability over time, and has allowed them to grow rapidly, become more competitive and position their brand in the Ecuadorian market due to the trust and security they provide to customers when purchasing their products or services.



## Índice

1. Título del trabajo a realizar .....	1
2. Problema .....	1
3. Objetivos .....	6
3.1 Objetivo General.....	6
3.2 Objetivos Específicos .....	6
4. Fundamentación teórica .....	7
4.1 ¿Qué es la economía colaborativa? .....	7
4.2 Características de la economía colaborativa.....	12
4.3 Ventajas y desventajas de la economía colaborativa.....	14
4.4 ¿Qué es una startup? .....	16
4.5 Tipos de Startups .....	17
4.6 Requisitos de las startups.....	18
4.7 Características de las startups .....	19
4.8 Disyuntiva entre el marketing tradicional y las startups.....	20
4.9 Metodologías para generar éxito al momento de emprender .....	21
4.10 D.A.F.O de las startups.....	23
4.11 Fases de una startup .....	23
5. Metodología .....	25
5.1 Muestra .....	26
6. Análisis de resultados .....	26
6.1 Encuesta.....	26
7. Presentación de hallazgos .....	36
7.1 Entrevista Boxbeep.....	36
7.2 Entrevista GiftPoint.com.ec.....	39
7.3 Entrevista Promoshopec .....	43
8. Conclusiones .....	47
9. Recomendaciones .....	49
10. Bibliografía.....	50
11. Apéndice/Anexos .....	53
11.1 Anexo 1.....	53
11.2 Anexo 2.....	56

## 1. Título del trabajo a realizar

---

Aplicabilidad de los principios de economía colaborativa en Startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca - Ecuador.

## 2. Problema

---

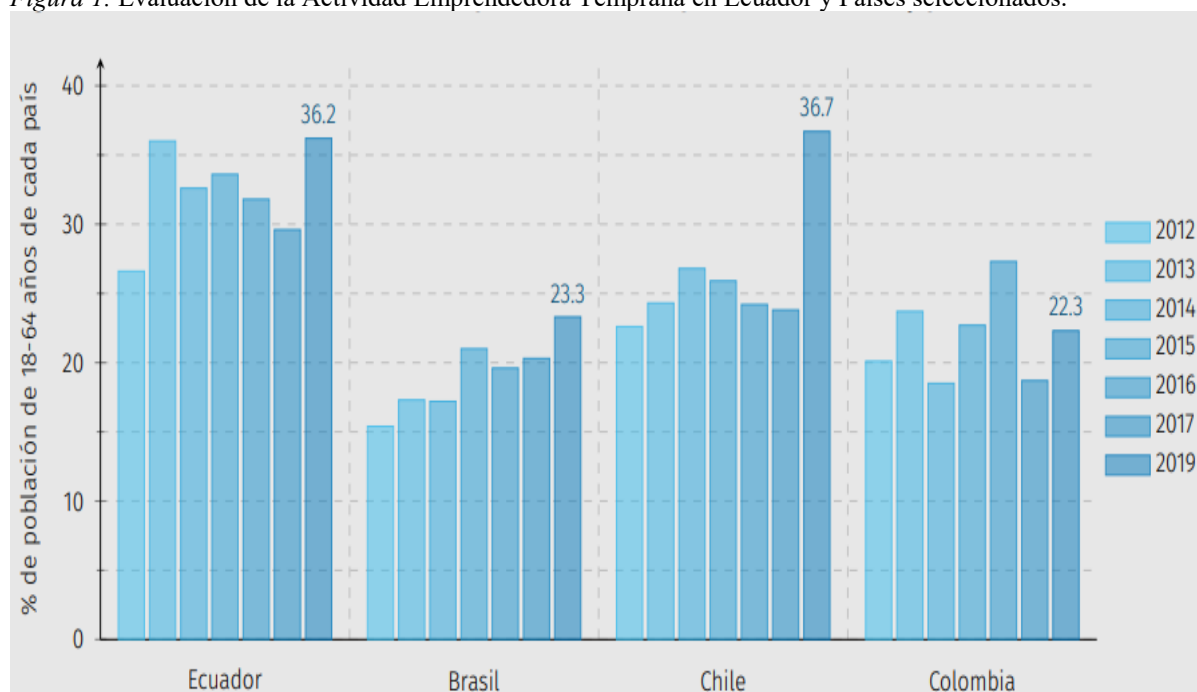
Las Startups ecuatorianas tienen una visión a largo plazo en el cual, tratan de establecerse en el mercado con mayor eficacia. La tecnología, internet y el desarrollo de plataformas web y aplicaciones móviles brindan una nueva perspectiva de funcionamiento para que las startups mejoren sus rendimientos, acoplándose a las nuevas tendencias del mercado y dando paso a una nueva forma de interactuar con el cliente, también integrando nuevas ideas que concibe el emprendimiento, mejorar continuamente ante eventos que puedan afectar la rentabilidad de una Startup para que esta pueda ser sostenible en el mercado y se mantenga altamente competitiva.

Según Fernández (2018), hacen referencia a la ideología de Ries (2012), en el que se dan en cuenta de que varios de los productos que se producen, luego de un gran esfuerzo, fracasan por no tener aceptación en el mercado. En su práctica como emprendedor, revela que existen algunas metodologías en diferentes sectores que, implementándolas al emprendimiento, de manera innovadora, pueden ayudar a crear éxito, algunas de estas son:

- **Lean manufacturing:** este es un método que intenta proporcionar el mayor valor a los clientes, empleando la menor cantidad de recursos necesarios.
- **Desarrollo ágil:** este se enfoca generalmente en la perspectiva general del producto o servicio, pero sin establecer el resultado final, generando hipótesis, que darán lugar a un modelo del producto que se empleara para explorar el mercado y corroborar dichas hipótesis o a la vez cambiarlas mediante continuos ensayos de prueba y error, adecuando el producto al mercado.

- **Desarrollo de clientes:** este método plantea centrar la atención en los clientes. El proceso de desarrollo de clientes empieza con la fijación de una hipótesis que se debe validar desde el acercamiento con los clientes hasta proceder a realizar un cambio, desde una Startup orientada al aprendizaje hasta la creación de una compañía, la cual se enfocara en la realización del negocio que se ha concluido viable.

Figura 1. Evaluación de la Actividad Emprendedora Temprana en Ecuador y Países seleccionados.

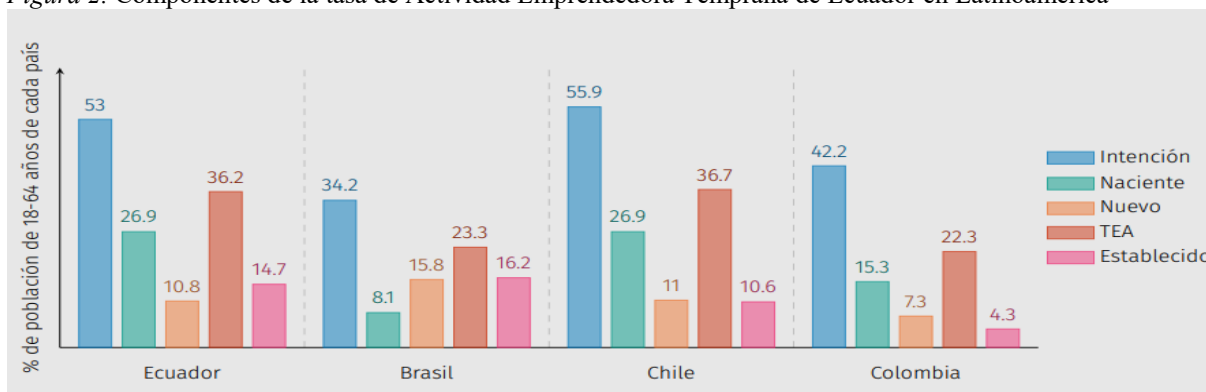


Fuente: Lasio, Amaya, Zambrano & Ordeñana (2020).

Según Lasio, Amaya, Zambrano & Ordeñana (2020), Ecuador en el 2019 mostro una tasa de Actividad Emprendedora Temprana del 36,2%, por encima de 2017 que fue la tasa del 29,62%. De los cuales, aproximadamente 3,6 millones de habitantes se hallaron implicados en la iniciación de un nuevo negocio.

El incremento de la tasa de Actividad Emprendedora Temprana se observa mejor a través de sus elementos: la tasa de emprendedores nacientes fue del 26,9% en 2019 y la de nuevos negocios el 10,8%; sin embargo, estas tasas en 2017 fueron del 21,2% y 9,8% correspondientemente. Asegurando, que el cambio en 2019 se da primordialmente porque hay más personas optando por poner en rumbo un nuevo negocio.

Figura 2. Componentes de la tasa de Actividad Emprendedora Temprana de Ecuador en Latinoamérica



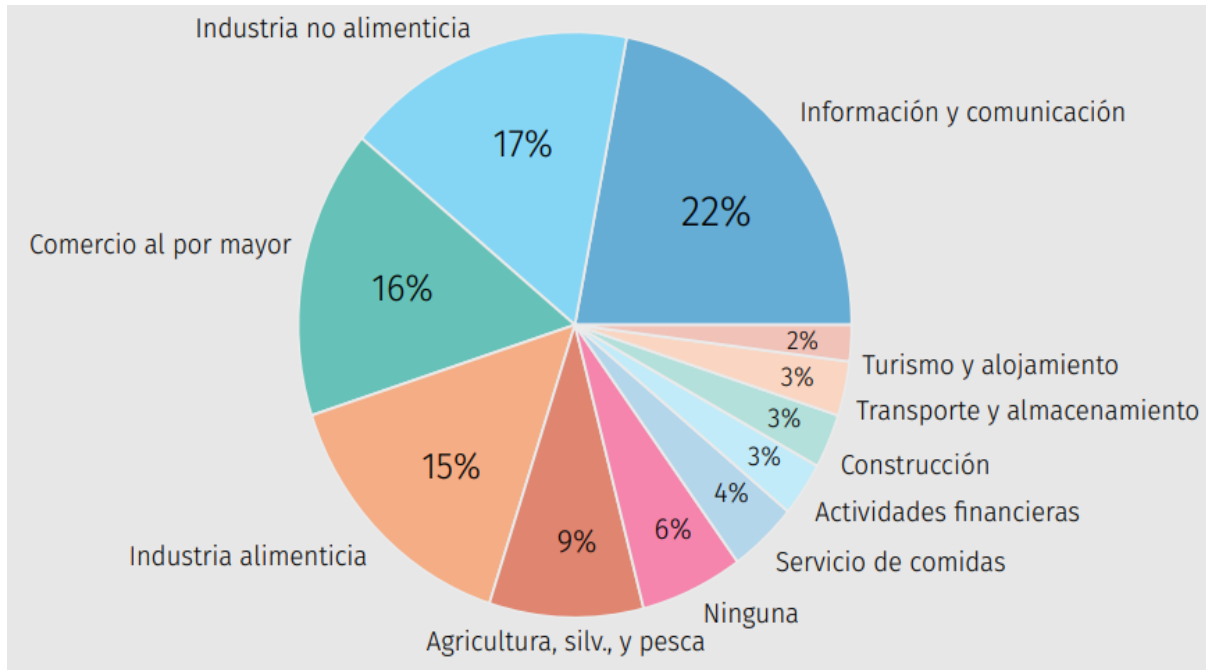
Fuente: Lasio, Amaya, Zambrano & Ordeñana (2020).

Las empresas buscan generar riquezas en base a las necesidades del entorno para así ganar posicionamiento, estas también brindan beneficios a la sociedad permitiendo generar beneficios como el acceso a la cultura, la salud, la seguridad las cuales proporcionan bienestar y una buena calidad de vida.

La economía colaborativa según García de la Serrana (2021), es un concepto que considera a los productos y servicios como bienes de intercambio. Es decir, si una persona puede ofrecer alojamiento a otra durante unos días, puede intercambiar este servicio por un valor monetario e incluso por otro servicio por parte de la persona que solicita el alojamiento. Este concepto, se trata de un modelo enfocado en la cooperación y la ayuda recíproca. Hoy en día, diversos ecosistemas de la economía ya disponen o tienen alianzas con negocios o plataformas colaborativas. Pese a que su establecimiento se dio en el 2010, aún es muy pronto para concluir, si este modelo tendrá un alcance local, regional o global.

Lasio, Amaya, Zambrano & Ordeñana (2020), en su análisis realizado con el propósito de ampliar el estudio del caso de Ecuador con respecto a los efectos de la pandemia ocasionadas por el COVID-19 en los negocios, da a conocer algunos de los resultados de una encuesta llevada a cabo por el equipo Monitor Empresarial Mundial (GEM) Ecuador a 150 dueños de negocios, también, da un extracto de las entrevistas realizadas a 6 expertos de instituciones de apoyo al emprendimiento. Estas conclusiones son materiales necesarios para entender cómo el ecosistema del emprendimiento e innovación están siendo afectados.

Figura 3. Distribución por sectores económicos de las empresas.

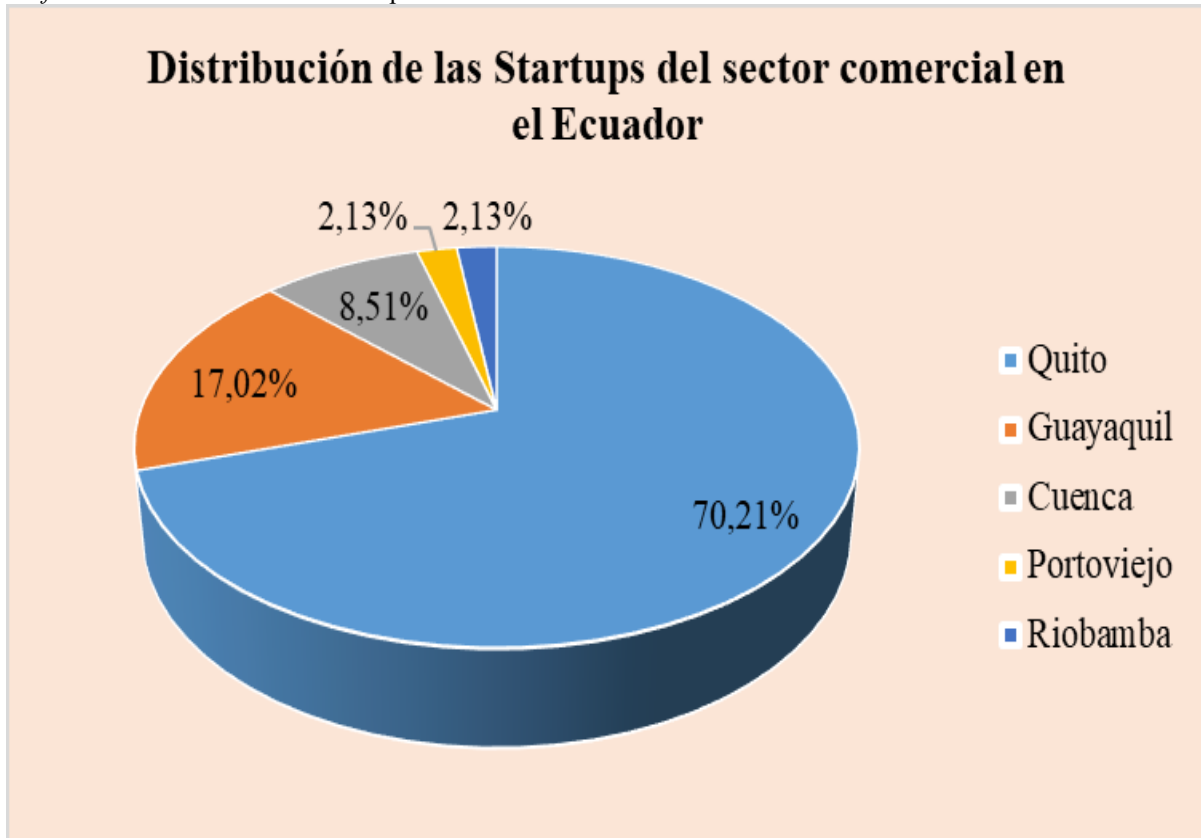


Fuente: Lasio, Amaya, Zambrano & Ordeñana (2020).

Aplicando un muestreo por conveniencia, en Ecuador el mes de junio del 2020 se consiguió una suma de 150 respuestas. De este total, 37 encuestados expresaron haber cerrado sus negocios en los meses críticos de la pandemia. Un total de 113 encuestados manifestaron representar a pequeños y medianos negocios de diversos sectores de la economía, con una considerable representatividad del 22% en los emprendimientos del ecosistema de información y comunicación, seguido de la industria no alimentaria con un 17% y en tercer lugar el comercio al por mayor con un 16% de representatividad.

Datos obtenidos en Radar Tech Startup en la versión 11.0 (2021), nos da a conocer sobre cómo la tecnología nos ha ido apoyando a las personas y a la sociedad, evidenciándose aún más en épocas de pandemia. Al verse obligados a cerrar sus negocios, muchos buscaron maneras alternativas de seguir trabajando aprovechando los beneficios de la tecnología, la internet y la economía colaborativa.

Gráfico 4. Distribución de las Startups del sector comercial en el Ecuador.



Fuente: Radar Tech Startup 11.0 (2021).

Elaboración propia

En el Ecuador existen alrededor de 280 Startups, los cuales están divididos en diferentes segmentos económicos de las empresas, en el sector comercial existen 47 Startups a nivel nacional, de las cuales se encuentran con mayor concentración en Quito con un 70,21%, seguido de Guayaquil con un 17,02% y Cuenca con un 8,51%. Estas aprovecharon la emergencia para empezar emprendimientos o potenciar haciendo una reingeniería con la ayuda de la tecnología.

Se considera importante identificar la condición presente de la economía colaborativa y de las Startups en base al aprovechamiento de las nuevas tendencias y el nivel de desarrollo del campo de las tecnologías de información y comunicación (TICs). Beneficiándose tanto el mercado comercial como diversas actividades económicas en épocas de pandemia y post-pandemia.

### **3. Objetivos**

---

#### **3.1 Objetivo General**

- Análisis de la aplicabilidad de los principios de economía colaborativa en startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente las principales características de las Startups y las economías colaborativas.
- Diagnosticar la situación de las Startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca, con respecto a aplicación de las nuevas tendencias de la economía colaborativa en pos pandemia.
- Proponer a las Startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca un análisis sobre la aplicabilidad de las economías colaborativas para su crecimiento y sostenibilidad.

## 4. Fundamentación teórica

---

### 4.1 ¿Qué es la economía colaborativa?

Según Sánchez (2016), la “economía colaborativa” hace mención, por ley universal, a los nuevos métodos de fabricación y el uso de bienes y servicios, los cuales aparecieron a principios del presente siglo, gracias a las oportunidades que ofrecen los avances de la tecnología de la información y comunicación para intercambiar y colaborar con dichos bienes y/o servicios, permitiendo disminuir las desigualdades informativas y los costes de transacción que influyen en dichas operaciones, a la vez permitiendo aumentar la medida en la que se realizan, ejecutándolas de forma diferente a la tradicional.

Las características peculiares de la economía colaborativa son las siguientes:

- El uso de internet es necesario.
- Las múltiples interconexiones de las personas o activos.
- El uso de activos tangibles e intangibles que no han sido aprovechados.
- La consecución de interacciones importantes y la seguridad.
- La manera de ser abierto, inclusivo y global.

Para González & Rodríguez (2019), la economía colaborativa da sus inicios con actividades que responden a lo que la mayor parte de las personas podrían definir como una colaboración entre dos partes sin intercambio económico, o bien, si implican una transacción económica, su importe puede ser tan poco significativo que puede pasar por alto el componente económico de la relación, lo cual hace referencia a la venta, canje o renuncia de productos o servicios, primordialmente por parte de personas, en la actualidad se lo realiza a través de plataformas tecnológicas online que admiten la conexión y gestión del vínculo entre los consumidores y los proveedores,



implementando los proveedores sus medios particulares, teniendo la autonomía para arreglarse aun sin llegar a tener el tamaño de una pyme.

Siguiendo a Chaves & Monzón (2018), la economía colaborativa implementa la tecnología de la información y comunicación para disminuir las diferencias de información y los costes de transacción tanto de los bienes como de los servicios intercambiados o compartidos para aumentar y ahondar en los mercados colaborativos. En este nuevo entorno, la pertenencia de las plataformas, alrededor de las cuales gira esta naciente economía digital forma la piedra angular para comprender esta área. La pertenencia de las plataformas colaborativas diferirá dependiendo de los clientes que contribuyen en ellas, las funciones que ejerce la plataforma y la forma en la que se domina la propiedad, además de cómo se implementa el reparto de los beneficios. Por eso se hallan desde plataformas privadas hasta plataformas colaborativas y de economía popular y social. Las más importantes empresas de la economía colaborativa están asociadas a empresas lucrativas que por lo general generan costes sociales significativos, empleo inestable y pocos derechos laborales.

El concepto central de la economía colaborativa según Espinoza (2020), es la de volver a aprovechar los recursos que se tienen, aceptando así la utilización de estas por parte de terceros; como el sector del delivery o el del alquiler de casas, departamentos o habitaciones de manera temporal. Pero, esto ha generado controversias como la ausencia de un marco normativo en el país a la medida de este modelo de plataformas que brinden garantías al turista en función de la calidad del servicio, o debates a si esta nueva manera de hospedaje se podría calificar como colaborativa o se está contemplando un nuevo tipo de negocios.

Para Navio, Santaella, Antonio & Martín (2017), los principios elementales que empujan y determinan a la economía colaborativa y que se encuentra definido en diferentes factores son:

*Tabla 1. Principios básicos que impulsan y definen a la economía colaborativa*

---

	<p><b>Mayor densidad de población:</b> el volumen de masa crítica, el resultado “red” en entornos donde la población tiene una importante densidad crea un entorno adecuado para empujar esta forma de negociaciones.</p>
	<hr/>
	<p><b>Sostenibilidad:</b> una importante sensibilidad visionada al desarrollo sostenible, el entorno medioambiental y el uso adecuado de los recursos promueve la economía colaborativa.</p>
	<hr/>
<i>Factores sociales</i>	<p><b>Deseo de comunidad:</b> la sensación de propiedad, la incorporación en el grupo, y la colaboración en grupos con una meta en común que sea positiva, en un ambiente donde el deseo de sentirse parte de un proyecto y de la comunidad son cada vez más fuertes puede también influir en el impulso de este tipo de actividades económicas.</p>
	<hr/>
	<p><b>Altruismo o filantropía generacional:</b> las nuevas generaciones entienden muy bien este lenguaje de colaboración, solidaridad, uso eficiente de los recursos y ayuda en comunidad. Ejemplos paradigmáticos son las propuestas de donación de ciertas fortunas creadas alrededor de la tecnología.</p>

---

En una instancia terminante se pueden reconocer, incluso, elementos psicológicos, que empujan a las personas hacia este tipo de ejercicios, como nexos emocionales o un pensamiento subyacente de buscar un mundo ideal.

---

---

**Monetizar el excedente:** como principio económico básico, el exceso de capacidad supone una oportunidad para optimizar los rendimientos económicos. Cualquier herramienta o actividad económica que permita la monetización de esta capacidad excedentaria tiene un significado económico relevante.

---

**La disminución de la renta y el crédito disponible entre los consumidores,** como resultado del aprieto económico, se abre la puerta a una práctica de optimización de los recursos económicos vacantes para conseguir una utilización más eficiente de los mismos.

---

*Factores  
económicos*

**Incremento de la flexibilidad económica:** se descubre un ambiente inclinado a nuevas fórmulas económicas, nuevos modelos económicos y maneras de realizar negocios y de apoyar a estas nuevas fórmulas y modelos. El cambio cultural que ha supuesto que “el uso” sea cada vez más preferido que “la propiedad”, es un cambio de modelo muy relevante para este tipo de intercambios económicos.

---

**Influencia de las venture capital, emprendimiento y apoyo a las nuevas iniciativas empresariales:** en línea con lo anterior, el nuevo entorno económico favorece y apoya financieramente las nuevas compañías y aventuras emprendedoras.

---

**Nuevos intereses y propiedades cruzadas:** proliferan los intereses financieros cruzados y un cierto flujo de propiedad, fortalecido por el tránsito de la propiedad al uso.

---

---

El siguiente factor tecnológico se ha reconocido como primordial en la llegada de la economía colaborativa; a tal efecto son destacados:

---

**Las redes sociales y la sociedad en red:** la interconexión creciente del ciudadano digital facilita enormemente la posibilidad de realizar este tipo de transacciones. Primero, el “efecto red” tiene un papel determinante en el impulso y desarrollo de este tipo de economía. Segundo, porque es un instrumento que se emplea en la economía colaborativa para producir seguridad, algunas de estas empresas son “Blablacar” o “Airbnb”, estas emplean los medios sociales como componente evaluador de confianza, hasta tal punto que la pobreza de amigos, como por ejemplo en Facebook, supone una mala señal.

---

*Factores  
tecnológicos*

**Los dispositivos móviles y las plataformas tecnológicas:** la presencia, movilidad y accesibilidad de los usuarios y potenciales clientes, u oferentes en este tipo de actividad económica está garantizada con los nuevos dispositivos electrónicos. El desarrollo tecnológico ha hecho también posible la aparición de nuevas plataformas profesionales que utilizan las ventajas de Internet para proporcionar a los consumidores servicios más atractivos bajo ciertas circunstancias tales como buscadores, agregadores y comparadores de servicios de consumo, transporte, alimentación, alojamiento, etc.

---

**Los sistemas de pago:** la irrupción de las nuevas tecnologías flexibilizando y popularizando nuevas formas de pago seguro en el entorno digital ejerce un factor catalizador para el desarrollo de la economía colaborativa.

---

---

El estudio de la influencia del internet y de las tecnologías de la información y comunicación es positiva, ayudando en la reducción de costos de transacción, permitiendo que actividades económicas inicialmente de nicho puedan tener una mayor viabilidad económica por los avances de este tipo de tecnologías.

---

*Fuente:* Navio, Santaella, Antonio & Martín (2017)  
Elaboración propia

Según De Rivera, Gordo & Cassidy (2017), las claves de la economía colaborativa son las plataformas tecnológicas, que colocan en tránsito los bienes y recursos con los que preliminarmente no se mercantilizaba, como por ejemplo la habitación en nuestra casa que no utilizábamos, la bicicleta pequeña, el taladro, la amoladora, etc. Ahora estos bienes y recursos se integran a los mercados digitales organizados. Es decir, lo que se busca es de rentabilizar lo que se entiende como ‘capacidad inactiva’ o ‘desaprovechada’ de los recursos y bienes. Al comerciar estos bienes y recursos en plataformas, las plataformas obtienen una comisión por cada intercambio generado, por lo que sus ganancias aumentan rápidamente entretanto que los costes también lo hacen, pero con menor rapidez. El diseño, la producción y el desarrollo de las plataformas demandan de un gran financiamiento en Investigación + Desarrollo. La inversión que varios estados europeos destinan a la educación o investigación son bastante altos, pero una vez que han conseguido el nivel apropiado de funcionalidad y la masa requerida de usuarios, los costes permanecen estables y la rentabilidad aumenta.

#### **4.2 Características de la economía colaborativa**

Las características de la economía colaborativa que se pueden identificar según Barragán, Guerra, Villalpando, Segura & Sandoval (2017), es que la economía de la colaborativa es un concepto de negocio el cual radica en el canje de bienes y servicios entre fabricante – cliente a cambio de una retribución acordada entre ambos sujetos. La

creación de “startups” o empresas de arranque, hoy en día ha generado un interés por parte de personas emprendedoras, las cuales acceden a emprender diferentes tipos de negocios con este método para así madurar su propuesta de negocios.

Bostsam & Rogers son precursores en el estudio estructural de este modelo de la economía colaborativa, y afirman que hay diversas terminaciones que se emplean y que en realidad tienen varios significados como:

- **Economía colaborativa:** está apoyada en redes de personas y comunidades interconectadas entre sí, en desacuerdo a las instituciones centralizadas, que están modificando la manera de fabricar, de consumir, de invertir y de dar.
- **Consumo colaborativo:** se determina como un modelo económico fundamentado en compartir, canjear, expender o rentar productos y servicios asintiendo el acceso a los bienes a través del dueño, de manera que lo que cambia no es lo que se consume, sino de qué manera se consume.
- **Economía de compartición:** se basa en un modelo económico que se centra en compartir bienes infrutilizados por sus dueños, como lugares, instrumentos u objetos, para conseguir beneficios económicos o no económicos.
- **Economía de iguales:** se aplica a los mercados de particular a particular apoyados en la confianza entre ellos, que posibilitan tanto compartir como el comercio directo de productos y servicios.

También, Bostsam & Rogers reconocen cuatro de los principios elementales sobre los que se fundamenta la economía colaborativa:

- Volumen crítico
- Capacidad sobrepasada
- Convicción en los bienes y consumos
- Credulidad entre desconocidos.

### 4.3 Ventajas y desventajas de la economía colaborativa

Según Palacios (2019), existen ventajas y desventajas que pueden favorecer y así también desfavorecer el rendimiento del negocio.

#### Ventajas

- **Beneficio económico:** el beneficio que se consigue de los negocios de economía colaborativa, con escasos recursos es probable que las personas que empiecen en este modelo de negocios puedan conseguir ingresos de manera complementaria.
- **Reduce el impacto medioambiental:** este tipo de negocios de economía colaborativa significan una elección ecológica mediante la cual se utilizan mejor los recursos materiales ocasionado un resultado positivo en el medio ambiente y disminuyendo la contaminación. Estas empresas fomentan el reciclado, la reutilización y la restauración de los bienes que ya no se requieren o no se precisan, brindando múltiples beneficios a un mismo objeto.
- **Permite conocer diferentes culturas y personas:** al compartir experiencias, y relaciones con personas de otros lugares del país o del mundo nos permite la realización de diversos negocios de manera colaborativa.
- **Incremento del turismo:** diversas plataformas alientan la elaboración de viajes, en particular entre las personas jóvenes, gracias a que se tienen precios más bajos que los negocios clásicos.

#### Desventajas

Además de las ventajas, también hay que tener en cuenta los elementos negativos que se pueden presentar en el consumo colaborativo, debido a que estos mismos elementos pueden terminar difiriendo en el desarrollo de la compra y en el nivel de calidad del servicio al cliente.

- **La falta de regulación:** sin normativas claras y apropiadas el consumo colaborativo acabará en un tipo de posición como el del mercado negro que no favorecerá a ninguno. La carencia de regulación para este modelo sugiere que, en cuestiones vinculadas con el empleo de marcos jurídicos ya presentes, originan que los límites instaurados entre el proveedor y el consumidor sean un tanto confusos.
- **Economía sumergida:** en vista de la acelerada transformación tecnológica y a la tardía regulación provocaron que circule dinero sin atravesar control alguno. Los movimientos iniciales de los gobiernos en este aspecto terminaron topándose con obstáculos, las plataformas colaborativas mostraron su negativa en entregar los datos, manifestando que estos son de índole personal y por regulación comunitaria, no deben ser entregados.
- **Riesgos para el sector turístico y de transportes:** pese a proporcionar un gran incremento en el turismo y el transporte, es considerado una enorme competencia para estas industrias. Las industrias no son capaces de acondicionarse a la tecnología que se utiliza hoy en día, ni a los gustos y preferencias de los consumidores modernos, los cuales están en busca de un turismo de calidad y que genere nuevas vivencias.
- **Suspición de los consumidores:** al momento de usar algunas de las plataformas colaborativas les puede generar a los consumidores desconfianza o suspición, en vista de la ausencia de información sobre lo que se ofrece, además la desconfianza de un consumidor novato aumenta cuando no conoce sobre el uso o manejo de estos servicios, ocasionando que estos no apuesten por negocios de economía colaborativa y decidir ir a los negocios físicamente para satisfacer sus requerimientos, necesidades o deseos.



- **Estructuras de reputación:** en estas estructuras o sistemas se afianza la confianza y seguridad mediante el uso de herramientas para realizar calificaciones y comentarios en línea acerca de los bienes o servicios que reciben los consumidores o visitantes.

#### 4.4 ¿Qué es una startup?

Según Sánchez & Bellón (2018), la startup solamente es una empresa que ha sido creación recientemente, un plan empresarial que se halla en etapa de iniciación o lanzamiento, siendo nueva en el mercado en la que empieza a generar sus primeros progresos. Es verdad que por lo general el término “startup” se relaciona exclusivamente o preferiblemente a la industria de las tecnologías de la información y comunicación (TICs), sin embargo, esto es solamente una percepción de la opinión pública que no precisa sobre el entorno real de cobertura del término “startup”.

Estas empresas se reconocen según Bellosillo (2019), por su acelerada escalabilidad, capaces de producir e incrementar la inversión al mismo ritmo que lo hace su rendimiento. La palabra Start-up traducido al castellano indica que sería “empieza-arriba”, se refiere a una empresa que comienza a surgir y en función a la organización y gestión se desarrollara haciéndose con un porcentaje del mercado. Estas empresas están vinculadas en gran medida con el manejo de la tecnología, su fortaleza de su desarrollo es gracias a que han sabido adaptarse a las tecnologías actuales, la evolución constante del mercado y a las nuevas tendencias de consumo. Su característica y fortaleza principal se debe a que sus modelos de negocio están basados en visiones innovadoras que satisfacen un nicho de mercado que anteriormente estaba desatendido.

Una empresa de reciente fundación o compañía startup según Baque & Mero (2019), es un modelo de negocio con antecedentes de limitado funcionamiento, que se caracteriza por sus rasgos de riesgo/recompensa y sus considerables probabilidades de

desarrollo (adaptabilidad). Por lo general son empresas relacionadas a la innovación, la creación de nuevas tecnologías, el desarrollo web y diseño de la experiencia de usuario.

#### 4.5 Tipos de Startups

De acuerdo a Ochagavía (2021), existen cinco tipos principales de empresas startups los cuales se detallan a continuación.

- **Startup del sector Fintech:** la tecnología financiera, es una industria reciente que aplica la tecnología para renovar sus operaciones financieras, con nuevos sistemas, procedimientos, productos y modelos de negocios que benefician al sector de los servicios financieros, conformados por uno o más servicios adicionales y que son puestos a orden de sus clientes o público en general a través del Internet.
- **Internet of Things (IoT):** pertenece al sector del “internet de las cosas”, este se vincula a la interrelación de los objetos habituales mediante la internet o entre los mismos dispositivos. De ese modo, se conocería exactamente su ubicación, cómo se consumen, si están encendidos, apagados, extraviados, etc. Hoy en día, la palabra “Internet de las cosas” se emplea para otorgar un significado sobre la conexión de vanguardia entre dispositivos, servicios y sistemas que están más allá de la habitual máquina a máquina. Los drones, los tractores inteligentes, fábricas conectadas, almacenes inteligentes, envíos rastreados son ejemplos de IoT que cada día benefician al ser humano.
- **Health o lifestyle:** según Startupxplore a este grupo pertenecen aquellos programas centrados en la salud, desde los que se apoyan en la biotecnología y equipos médicos, o wearables como los relojes que se encuentran enlazados a los dispositivos móviles de una persona con problemas epilépticos, los incontables registradores de glucosa para personas diabéticas, las distintas

camisetas con tecnología inteligente para las gente hipertensa; hasta el creciente número de aplicaciones de registro para gente con algún tipo de enfermedad o necesidades de agendar consultas médicas online.

- **Big data:** la información son ya una herramienta indispensable para que las empresas estudien la posición de su industria, determinar ciertas tendencias y desarrollar nuevas estrategias de actuación más apropiadas y centradas. De esta manera, los sistemas basados en “Big data” se están convirtiendo en auténticas revoluciones en el mercado del Business to Business y el Software de Servicio. Estas son startup en base a la información geo localizada y contextual debido a que cada vez son más solicitadas por las diversas formas de comunicación y también por la gran mayoría de las industrias que giran en función al medio interconectado.
- **E-commerce:** enfocadas en la venta, el marketing y la publicidad online, el e-commerce o comercio electrónico es un sector donde ofertan diversos bienes y servicios mediante internet donde posteriormente se concreta la transacción.

#### 4.6 Requisitos de las startups

A continuación, según Fernández (2018), muestra una sucesión de requerimientos y particularidades que por lo general comparten en su mayoría las startups:

- Las ideas son válidas completamente sin importar de donde surja.
- Tienen una misión y objetivos claros, por lo que se transforman en mucho más que un simple trabajo.
- Están canalizadas a la incertidumbre y al riesgo, es necesario atreverse y mejorar en el mercado.
- Están bastante encaminadas en preservar costos mínimos.

- Hay una igualdad dentro de la estructura organizacional, de modo que todas las partes son relevantes hasta el cumplimiento del objetivo.
- Los colaboradores de una startup tienen sus obligaciones muy establecidas y todos están encaminados hacia una meta en común.
- La comunicación es un componente bastante relevante, ya que la flexibilidad e idoneidad de contestación son las bases de todas las startups.
- El perfil de un líder es primordial debido a que orienta a los demás en el logro de los objetivos.
- Gran direccionamiento al cliente.
- La estrategia del renovar siempre es una probabilidad, por lo que las puertas no se cierran a ideas nuevas o variables novedosas del mercado.
- La coordinación del grupo de colaboradores y la empresa es primordial, por lo que un excelente ambiente de comunicación y trato en el trabajo es un aspecto clave.

#### 4.7 Características de las startups

En el análisis de las startups Román (2016), reconoce 13 aspectos relevantes que le conceden la condición de startup:

- **Ausencia de política:** todos obtienen su aceptación y las ideas son valoradas por merecimientos, no en base a quien vino con la idea.
- **Es una misión y no un trabajo:** el nivel de startup es el objetivo principal a lograr.
- **Intransigencia a la mediocridad:** la cultura de las startups no encaja en quienes evitan o rehúyen a atreverse y emprender.
- **Efectivo disponible:** los gastos son requeridos en proyectos de emprendimiento.

- **Igualdad:** todos están apoyando para erigir el proyecto de emprendimiento.
- **Alineamiento completo:** ubicar a personas adecuados en cargos claves.
- **Excelente comunicación:** seguido, claro y natural, inclusive en los momentos más pésimo.
- **Liderazgo solido:** pregonar con el ejemplo, el líder ha de preservar siempre una postura positiva.
- **Respeto reciproco:** promover discusiones basado en el rendimiento del equipo, no de cada una de las personas.
- **Consumidor:** ser dinámico y entender al consumidor.
- **Elevado nivel de resistencia:** mantener las puertas abiertas a nuevos desafíos e ideas. Promover reuniones cortas y claras.
- **Diversión:** potenciar un excelente entorno laboral.
- **Totalidad:** impulsar al equipo generando confianza en lo que está fabricando.

#### 4.8 Disyuntiva entre el marketing tradicional y las startups

Hay cuatro motivos del por qué las leyes del marketing habitual no se logran implementar en una startup:

1. **Presupuesto restringido:** los fondos son reducidos o insignificantes en relación con lo que se pueden permitir invertir en las empresas constituidas. En la startup 2.0 se debe de aplicar tácticas de marketing que generen atención.
2. **Acciones improvisadas:** no se debe admitir la creación de un proyecto de marketing y emplear semanas o meses de valioso tiempo para después percatarse de que todo ya no es lo mismo y tener que volver a hacer todo

el proyecto desde el principio. El marketing debe que ser automático y rápido, adaptándose a las necesidades a corto plazo del negocio.

3. **Las equivocaciones no son mortales:** se van a generar equivocaciones en los comienzos de las actividades de una startup, pero no se debe de tener temor de que sean perjudiciales. Más bien es todo lo opuesto: se tiene que cometer los errores pronto para adaptar las tácticas adecuadamente, mejorar la producción del producto, fortalecer el servicio al cliente, etc.
4. **El tiempo es lo más preciado:** el tiempo es el recurso más importante, y se debe de sacar partido al máximo. Si se necesita la media de tiempo para alcanzar a las metas, se necesitará pocos recursos financieros para mantenerse «vivo» hasta que se pueda producir las primeras ganancias.

#### 4.9 Metodologías para generar éxito al momento de emprender

Para concebir una Startup según Marin (2019), se estima la probabilidad de poner en marcha diversas metodologías para la procreación de nuevos negocios impidiendo malgastar el tiempo, recursos y sacrificios. Este resulta un gran paso para el emprendedor, que le posibilita procrear un negocio con un gran rendimiento.

- **Lean Startup:** es un concepto que se centra en producir un producto que el cliente requiere sin necesidad de demasiados recursos; diversas empresas fallan porque en primer lugar crean la idea de negocio y se aventuran a crear el producto final sin haber realizado los prototipos y corroborar si es lo que en verdad requieren los consumidores. Esta metodología se enfoca en aplicar el producto y servicio en un tiempo minúsculo y con la menor inversión posible.

- **El Lean manufacturing:** fue un procedimiento escogido por la marca Toyota, se trata de un modelo que se basa en renovar y perfeccionar la productividad, eliminando todo desperdicio innecesario en el desarrollo del producto y servicio. Esto ayuda a entregar lo que realmente necesitan los clientes con su máximo valor. El desarrollo ágil tiene una visión general del producto y servicio sin tener en cuenta su resultado final, realizando un prototipo y lanzándolo al mercado para comprobar su acogida al mercado.
- **El Lean analytics:** tiene como meta las cuentas contables de una Startup demostrando que se aprende a construir un negocio sostenible, es decir aprender a tener la contabilidad de la innovación. Generalmente los empresarios miden el crecimiento de sus empresas a través de la contabilidad, esto depende de la rentabilidad que se obtiene del producto o servicio ofrecido. La mejor manera de hablar sobre esta ruta de contabilidad es el embudo de conversión definido como las métricas piratas.

#### 4.10 D.A.F.O de las startups

Figura 5. Análisis DAFO de las startups

	Origen interno	Origen externo
Puntos débiles	DEBILIDADES	AMENAZAS
	Tamaño/poder reducido	La competencia se apropie del negocio
	Dependencia de la inversión inicial	Multinacional adopte modelo de negocio
	Poca inversión	Madurez etapa crítica para el crecimiento
	Salarios bajos	
	Dependencia de otros miembros del equipo	
Alto índice de fracaso		
Puntos fuertes	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	Poder de decisión	Crecimiento en el mercado
	Rápida adaptabilidad al mercado y capacidad de reacción	Satisfacer nuevas necesidades/nichos
	Aprendizaje y experiencia	Internacionalización
	Multitarea	Colaboraciones

Fuente: Bellosillo (2019)

#### 4.11 Fases de una startup

Siguiendo a Corbí, De Caceres & Sepulcre (2018), establece las fases para que se consolide la startup:

- **Fase Semilla:** en esta fase se afirman las bases que van a formar a la empresa. Constituye el nacimiento del proyecto, la idea se delibera y elabora por el equipo, integrado por algunos miembros que examinan todos los puntos sólidos y frágiles del proyecto y buscan la manera de perfeccionarlo. Es, al fin y al cabo, la elaboración de un “croquis” de la empresa.



- **Fase Temprana:** el producto ya se localiza dentro del mercado y empieza a generar clientes potenciales. El modelo de negocio, aún inconsistente, empieza a generar frutos. Esto evidencia un incremento que ocasiona que se requiera una financiación superior para agrandar las estructuras o emplear colaboradores nuevos, lo que genera una entrada en escenarios de financiación de gran envergadura, que contribuyan con una masa de capital más alta.
- **Fase de Crecimiento:** los beneficios pasan de pasajeros y variables a permanentes y constantes. La empresa posee un portafolio de clientes relativamente importante que necesita afianzar y extender para permanecer dentro del mercado, ejecutando inversiones fundamentalmente en aquellos lugares en que los que se tenga muchas más debilidades que puedan ser aprovechadas por la ascendente competencia.
- **Fase de Expansión:** es el momento decisivo, la empresa necesita definir su expansión y terminar de abarcar el mercado, así como establecer su plan estratégico a medio y largo plazo. Las decisiones escogidas en este punto son relevantes, ya que cualquier falla podría generar una ruina en la empresa.
- **Fase de Venta:** la empresa ya se halla estabilizada y el equipo directivo necesita analizar varias opciones a futuro que se le podrían presentar. Una alternativa es la venta de la empresa a otra, que puede visionar en el modelo de negocio un recorrido mucho más grande. Otra sería determinar una Oferta Pública Inicial (OPI), mediante la cual la empresa pasaría a cotizar en el mercado, admitiendo la salida de varios socios. La vinculación con otra empresa podría ser también otra alternativa, ya que de esta manera se podría beneficiar de las sinergias y a la vez conservar un equipo directivo. Por

último, existe la alternativa de eliminar la empresa, al comprender que sus actividades ya no tienen orientación y se necesita reembolsar el capital a los inversores.

## 5. Metodología

Para el presente artículo se usaron diversos métodos de estudio con el propósito de cumplir con los objetivos planteados. Los métodos aplicados son:

- **Analítico Sintético:** este se basa en descomponer la estructura de las startups y economías colaborativas para entender su funcionamiento y así posteriormente integrar nuevos conceptos acerca de las startups y economías colaborativas. Este método fue usado para alcanzar con éxito el primer y segundo objetivo específico.
- **Histórico comparativo:** este método establece semejanzas entre las startups y economías colaborativas para tener perspectivas más completas sobre el funcionamiento y evolución de las mismas. Este método fue usado para alcanzar con éxito el segundo objetivo específico.
- **Cualitativa y cuantitativa:** el enfoque de la presente investigación permite relacionar variables numéricas obtenidas, atendiendo la aplicabilidad de los principios de la economía colaborativa y las TICs en las startups comercializadoras para luego analizar los resultados generados, profundizando en el campo de desarrollo de las startups y las economías colaborativas. Este método fue implementado para alcanzar con éxito el segundo y tercer objetivo específico. Además, de brindar desde el enfoque cualitativo la profundidad, amplitud y riqueza interpretativa, contextualizada al medio empresarial investigado.
- **Técnicas de investigación**
  - **Análisis documental:** técnica empleada para descubrir, conseguir e informarse a través de bibliografías y otros elementos de modo que puedan ser beneficioso para los objetivos del estudio.

- **Cuestionario o encuesta:** técnica de recopilación de información que fue implementada para interrogar a las startups sobre datos relacionadas a las TICs y la economía colaborativa. Generando conclusiones a partir de los análisis cuantitativos y cualitativos.
- **Entrevista:** recolección de datos a través de contacto directo mediante la plataforma Zoom con los representantes de las startups comercializadoras, entablando una conversación personal, aplicando una serie de preguntas y respuestas, para recabar información sobre la aplicabilidad de la economía colaborativa en las startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca.

### **5.1 Muestra**

Según Radar Tech Startup 11.0 (2021), en el Ecuador existen 280 empresas en la actualidad que están constituidas como startups, de las cuales 15 startups se encuentran localizadas en la ciudad de Cuenca a las cuales se aplicará una encuesta para recabar información relevante sobre la aplicabilidad de la economía colaborativa, mientras que de las 15 startups, 3 se encuentra dentro del ecosistema del e-commerce a las cuales se les aplicará la entrevista a través de la plataforma Zoom.

## **6. Análisis de resultados**

Los resultados fueron obtenidos de dos formas o técnicas de investigación, el primero a través de una encuesta (anexo1) aplicada a las startups de Cuenca en todos los ecosistemas y la segunda con una entrevista (anexo 2) a través de la plataforma Zoom a startups del ecosistema del E-commerce en Cuenca.

### **6.1 Encuesta**

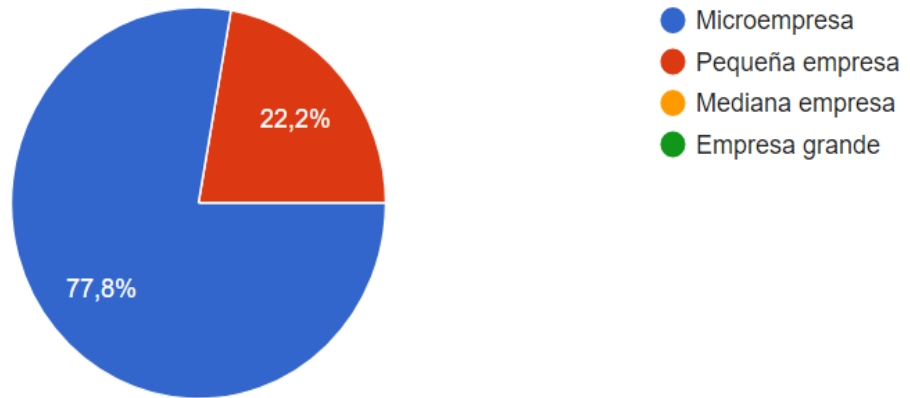
A continuación, se exponen los resultados del sondeo realizado a 9 startups con disponibilidad de participar de la ciudad de Cuenca. El análisis es cuantitativo y se

analizara los resultados sobre la aplicabilidad de la economía colaborativa en las startups de la ciudad de Cuenca.

Figura 6. Pregunta 1: Constitución de las empresas startups.

### 1. ¿Cómo está constituida su startup?

9 respuestas



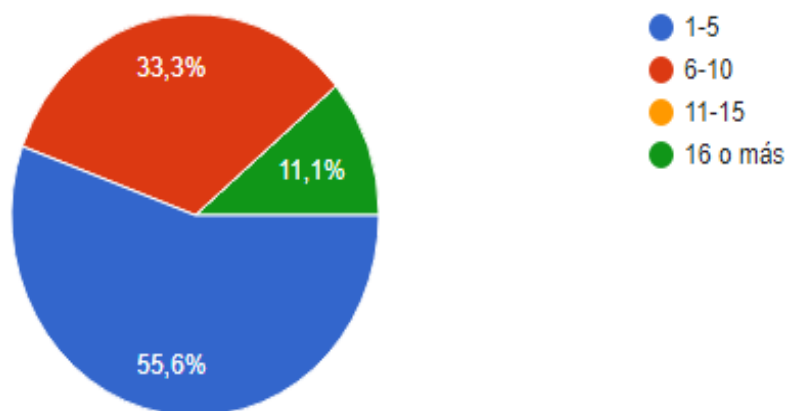
*Nota: A través de la implementación de la encuesta se conoció que, un 77,8% de las startups están constituidas como microempresas; el 22,2% dio a conocer que están consideradas como pequeñas empresas.*

Elaborado por: Los autores

Figura 7. Pregunta 2: Trabajadores con los que cuentan las startups

### 2. ¿Su negocio con cuántos trabajadores se encuentra constituido?

9 respuestas



*Nota: Las empresas startup que cuentan entre 1 y 5 trabajadores son el 55,6%; entre 6 a 10 trabajadores el 33,3% y con 16 trabajadores o más el 11,1%.*

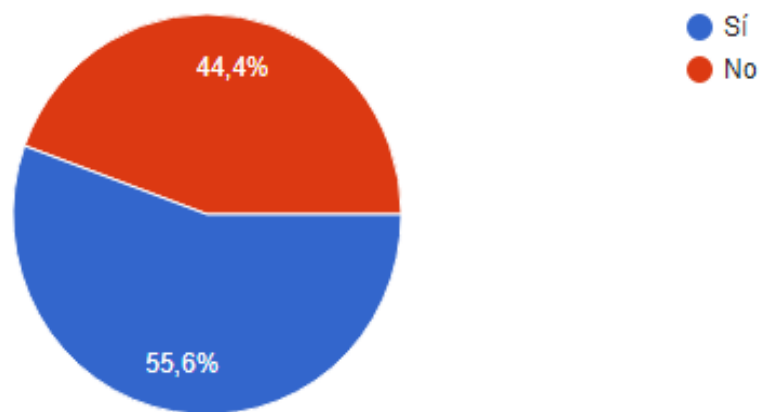
Elaborado por: Los autores.

La mayoría de empresas cuenta de entre 1 a 5 trabajadores en su startup mientras que las demás cuentan con mayor personal, esto debido a que algunas de las empresas tuvieron que recortar personal por causa de la pandemia que no permitió tener un buen rendimiento hasta acoplarse a las nuevas tendencias y darse a conocer en el mercado.

Figura 8. Pregunta 3: Participación de las startups en la economía colaborativa.

### 3. ¿Participa o ha participado en alguna iniciativa de economía colaborativa?

9 respuestas



*Nota: Al analizar las respuestas, la participación de las startups en iniciativas de economía colaborativa, el 55,6% dio a conocer que, si han participado, mientras que el 44,4% establecen que no han participado en estas iniciativas.*

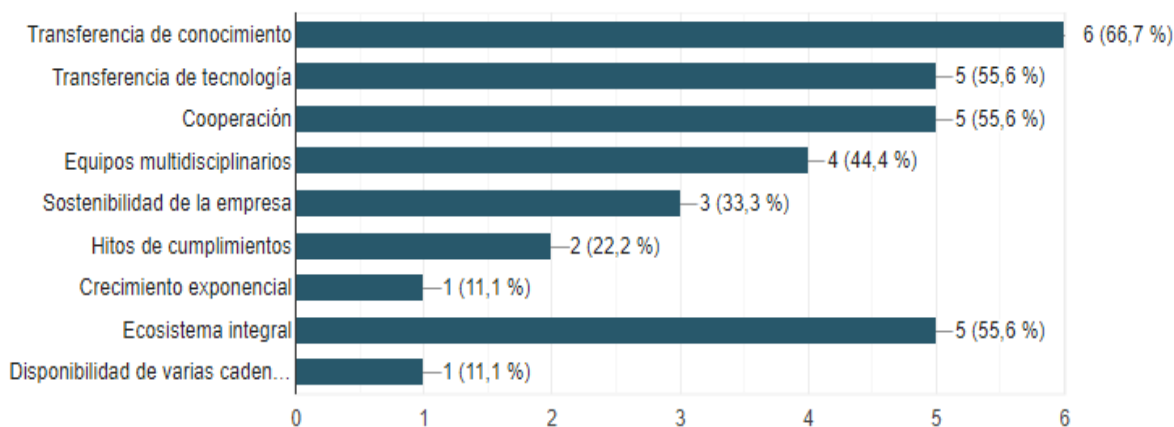
Elaborado por: Los autores

La aplicabilidad de la economía colaborativa en las empresas es un elemento que influye de manera positiva en la venta y eficiencia de los productos, por lo cual las empresas dependen en gran parte de generar estrategias con ayuda de la tecnología para adaptarse y dar competitividad en el mercado, esto permite que las startups se mantengan y tengan un crecimiento a escala mediante la agrupación de fuerzas externas y el apoyo de las herramientas digitales.

Figura 9. Pregunta 4: Temas que se relacionan con la economía colaborativa.

4. ¿Según su criterio que temas se relacionan a la economía colaborativa? (dimensiones)

9 respuestas



Nota: Con respecto a los criterios de las startups sobre cómo relacionan la economía colaborativa el 66,7% dice transferencia de conocimiento, mientras que el 55,6% con transferencia de tecnología, cooperación y ecosistema integral. El 44,4% considera equipos disciplinarios también como tema de mayor relación con la economía colaborativa

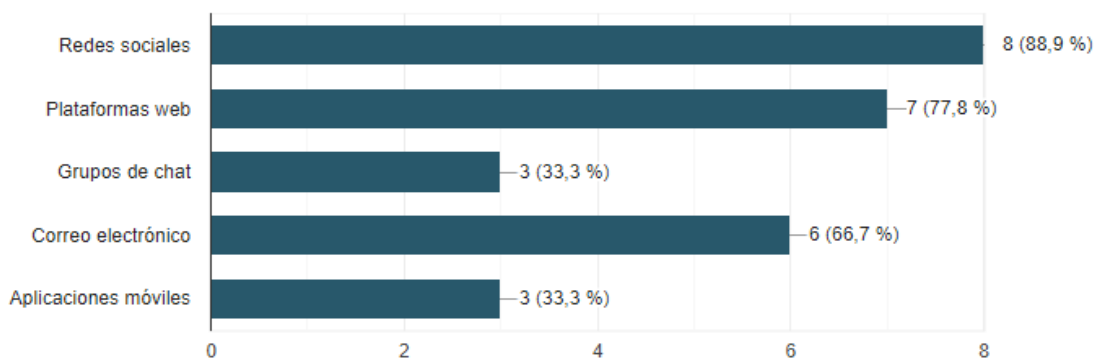
Elaborado por: Los autores

La economía colaborativa se enfoca en la transferencia de conocimiento, la cooperación, la transferencia de tecnología y un ecosistema integral lo que hace que las startups obtengan ventajas para dar a conocer su marca y reducir sus costos fijos operacionales.

Figura 10. Pregunta 5: Canales de comercialización que utiliza para promocionar su producto o servicio.

5. ¿Qué canales de comercialización utiliza para sus productos o servicios?

9 respuestas



Nota: Las startups en función a los canales de comercialización para vender su producto o servicio, el 88,9% utiliza redes sociales, el 77,8% lo hace mediante plataformas web, mientras que el 66,7% mediante correo electrónico, El 33,3% lo hace también por grupos de chat y aplicaciones móviles.

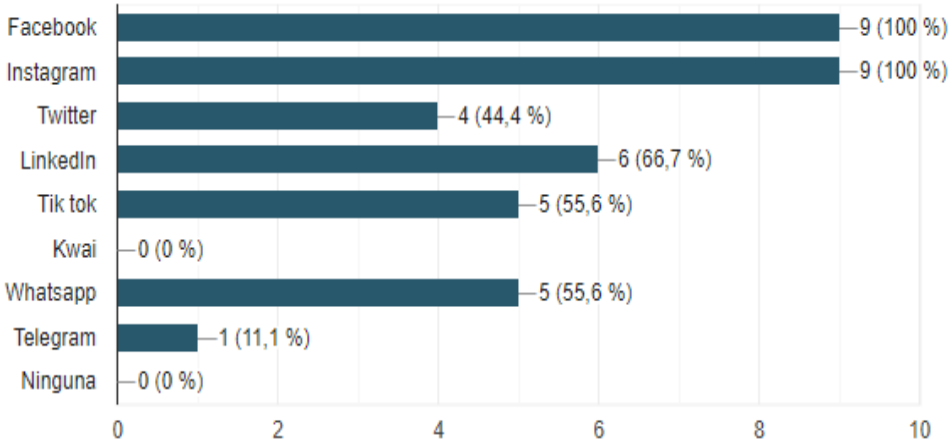
Elaborado por: Los autores

Los canales que más utilizan en la comercialización de sus productos o servicios son mediante la digitalización, la tecnología brinda un mayor alcance al cliente lo cual en tiempos de pandemia es fundamental migrar y adaptarse a estas tendencias que cada vez generan mayor competitividad en el mercado.

Figura 11: Pregunta 6: Canales de comunicación social utilizadas por las startups

6. ¿Qué canal de comunicación social utiliza en su startup?

9 respuestas



Nota: Para darse a conocer con el cliente las startups utilizan estrategias de comunicación social, el 100% utiliza Facebook e Instagram como principal medio de difusión, el 66,7% utiliza LinkedIn que es en un ámbito más general para empresarios, mientras que el 55,6% lo hace por medio de TikTok y WhatsApp.

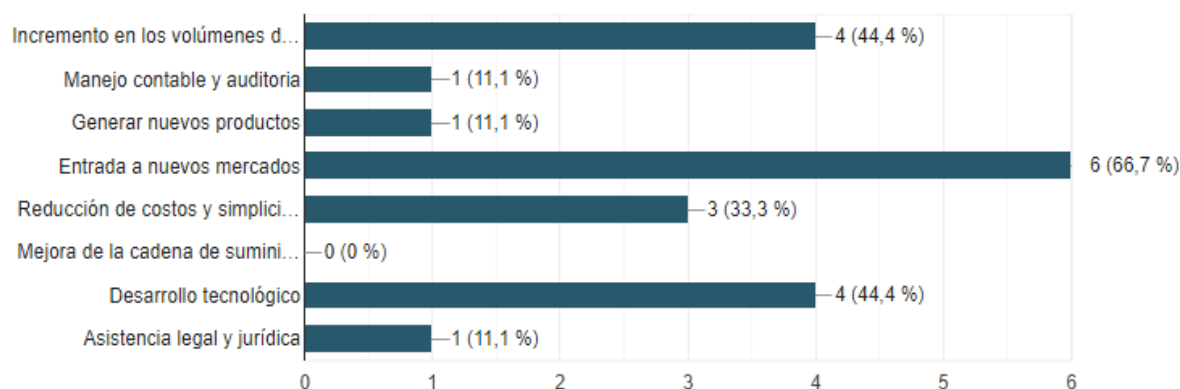
Elaborado por: Los autores

Los principales canales de comunicación que las startups utilizan son Facebook e Instagram ya que las personas tienen mayor frecuencia de acceso, seguido de LinkedIn que es una red social laboral donde se puede generar networking con empresas, socios, colaboradores y clientes, todo este giro digital ha hecho que las empresas inviertan más en tecnología para conseguir nuevos clientes o socios, manteniéndolos informados sobre las actividades de la startups y generar mayor confianza.

Figura 12. Pregunta 7: Beneficios de los aliados estratégicos en las startups.

7. ¿En que manera sus aliados estratégicos benefician a su empresa?

9 respuestas



Nota: Los beneficios que brindan los aliados estratégicos de las startups son entrada a nuevos mercados representando el 66,7%, seguido de incremento en los volúmenes de venta y desarrollo tecnológico con un 44,4%. La reducción de costos y simplicidad de procesos con un 33,3%.

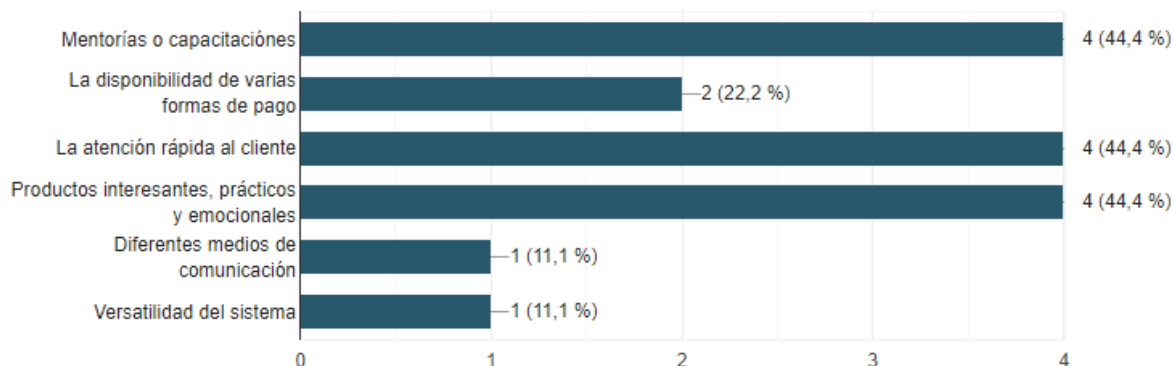
Elaborado por: Los autores

Los aliados estratégicos hacen que la empresa tenga mayor flexibilidad por lo que ayuda a que la empresa tenga entrada a nuevos mercados, incremento en los volúmenes de venta, desarrollo tecnológico, y reducción de costos y simplicidad de procesos debido disminuyen la carga operacional de las startups y hacen que estas tengan mayor eficiencia en los procesos.

Figura 13. Pregunta 8: Lo que más aprecian los clientes de las startups.

8. ¿Qué es lo que más aprecian los clientes de su startup?

9 respuestas

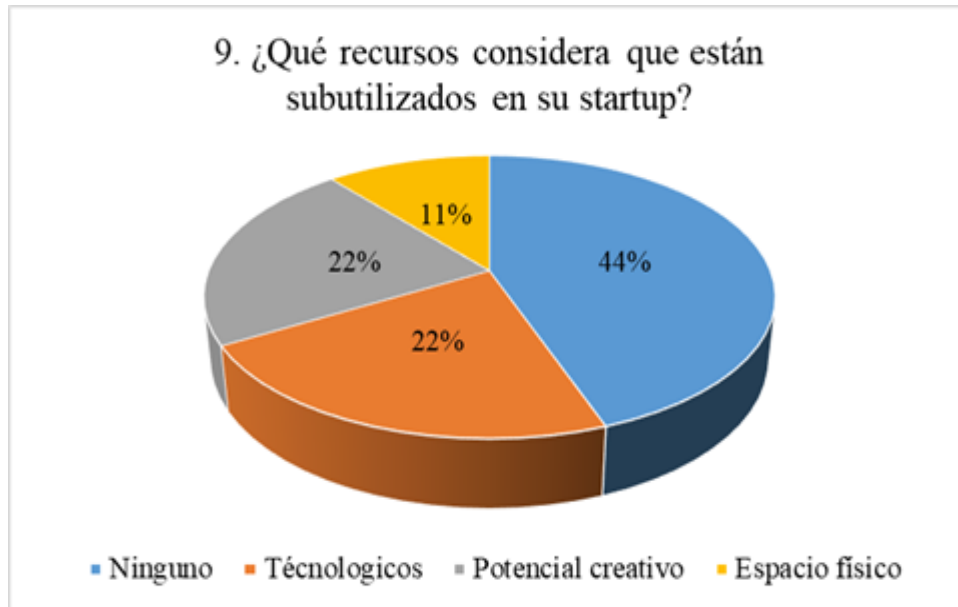


Nota: Se puede observar que, lo que más aprecian los clientes de las startups es las mentorías o capacitaciones, la atención rápida al cliente y productos interesantes, prácticos y emocionales con un 44,4%, el 22,2% aprecia la disponibilidad de varias formas de pago, y el 11,1% dieron a conocer que los diferentes medios de comunicación y la versatilidad del sistema que influyen en el cliente a la hora de comprar, por lo que los clientes siempre buscan mayor influencia de las empresas en los requerimientos y necesidades del mercado.

Elaborado por: Los autores



Figura 14. Pregunta 9: Recursos subutilizados en las startups.



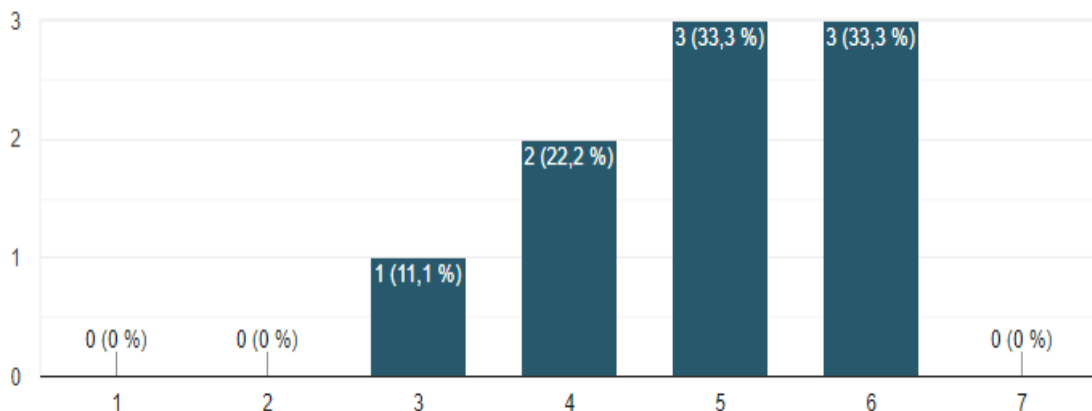
Nota: El 44% de los encuestados respondió que no cuenta con ningún recurso infrautilizado, el 22% resaltó recursos tecnológicos y potencial creativo. El 11% indicó que el espacio físico, por lo que se considera que la tecnología y el potencial creativo son recursos muy importantes que se pueden volver a utilizar para la estructuración de la startup.

Elaborado por: Los autores

Figura 15. Pregunta 10: Aplicabilidad del modelo triple impacto (mirada social-cuidado medio ambiental-beneficio económico)

10. En las operaciones de la empresa, ¿en que medida aplica el modelo del triple impacto (mirada social-cuidado medioambiental-beneficio económico)?

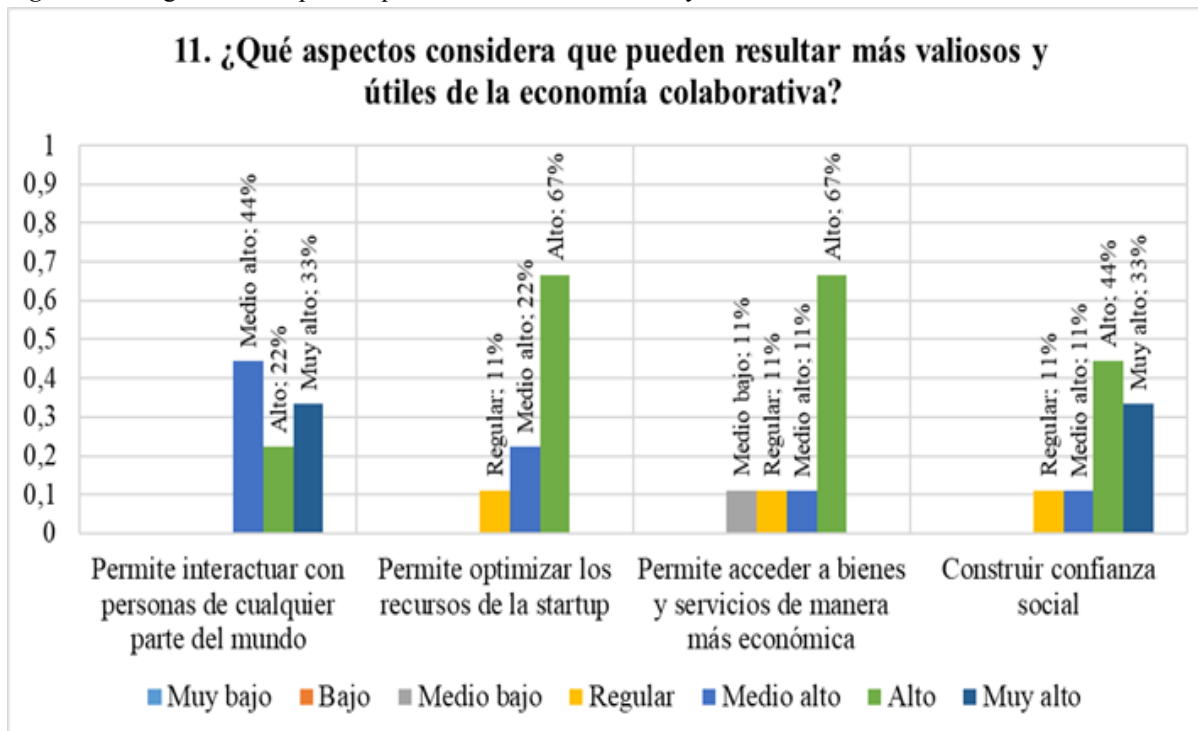
9 respuestas



Nota: Las startups por su parte un 66,6% aplica del modelo de triple impacto con mayor influencia, mientras que el 33,3% lo aplica de una manera no tan notable pero sí toma en consideración el modelo.

Elaborado por: Los autores

Figura 16. Pregunta 11: Aspectos que consideran más valiosos y útiles de la economía colaborativa.

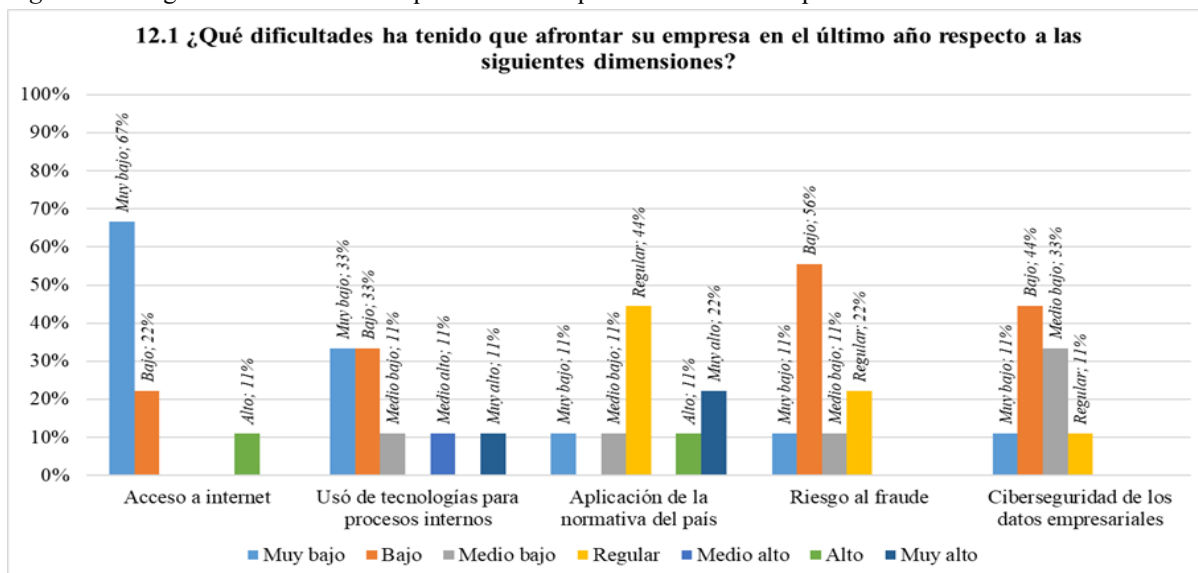


Nota: El 44% de startups consideran que el aspecto de permitir interactuar con personas de cualquier parte del mundo es medio alto, mientras que el 22% considera que es alto y el 33% considera que es muy alto. El 67% de las startups consideran que el aspecto de permitir optimizar los recursos es alto, mientras que el 22% el medio alto y el 11% es regular. El 67% de las startups consideran que el aspecto de permitir acceder a bienes y servicios de manera más económica es alto, mientras que el 11% consideran que es medio alto, el 11% es regular y el otro 11% es medio bajo. El 44% de las startups consideran que el aspecto de construir confianza social es alto, mientras el 33% consideran que es muy alto, el 11% es medio alto y el 11% es regular.

Elaborado por: Los autores

La optimización de recursos y el uso de bienes y servicios de manera más económica son aspectos que las startups más toman en cuenta de la economía colaborativa, también consideran que es importante para construir una confianza social sobre nuevos modelos que ayuden a generar fidelidad en los clientes, ya que esto afecta positivamente en el crecimiento de la startup.

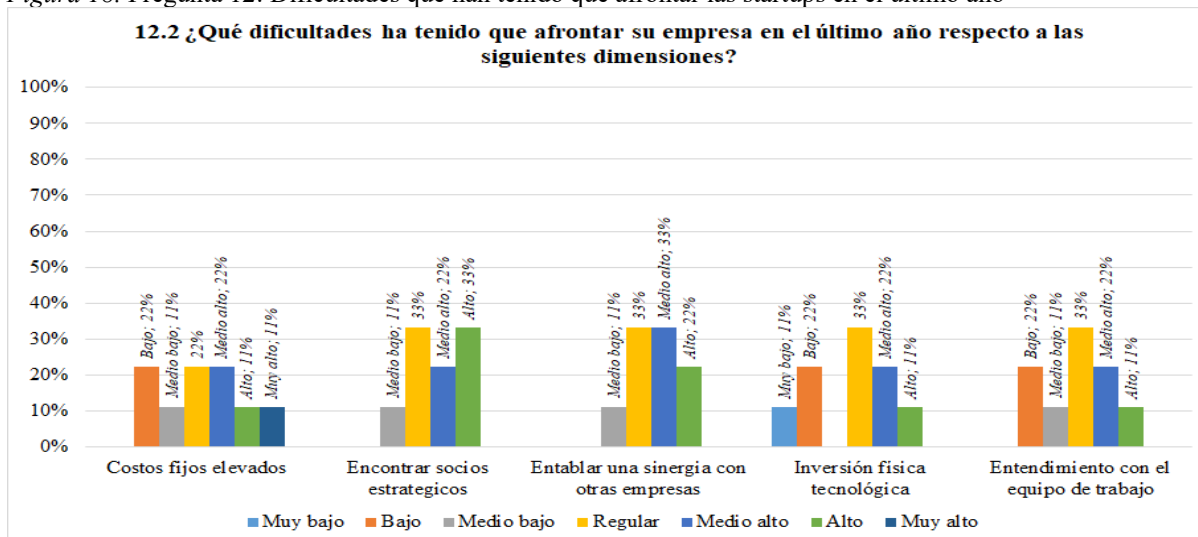
Figura 17. Pregunta 12: Dificultades que han tenido que afrontar las startups en el último año



Nota: El 67% consideran que las dificultades del acceso al internet han sido muy bajas, sin embargo, el 11% expresa haber tenido dificultad alta. El 33% de las startups consideran que las dificultades con el uso de tecnologías para procesos internos han sido muy bajas y bajos respectivamente, mientras el 11% consideran que ha sido medio bajo, medio alto y muy alto respectivamente. El 44% de las startups considera que las dificultades con la aplicación de la normativa del país han sido regulares, sin embargo, un 11% considera que han sido medio bajas y muy bajas. El 56% de las startups consideran que el riesgo al fraude es bajo, mientras que el 22% considera que es regular. El 44% de las startups consideran que las dificultades en ciberseguridad de datos empresariales son bajas, mientras el 11% es regular o muy bajo respectivamente.

Elaborado por: Los autores

Figura 18. Pregunta 12: Dificultades que han tenido que afrontar las startups en el último año



Nota: El 22% de las startups consideran que las dificultades con los costos fijos son altos y medio altos respectivamente, mientras el 11% consideran que han sido altos y muy altos respectivamente. El 33% de las startups consideran que las dificultades con respecto a encontrar socios estratégicos son altas, mientras el 22% consideran que ha sido medio altas. El 33% de las dificultades con respecto a establecer una sinergia con otras empresas ha sido regular y media altas, mientras que el 22% consideran que han sido altas. El 33% de las startups consideran que las dificultades con respecto a la inversión física tecnológica han sido altas y el 22% medio altas, mientras el 11% considera que han sido altas. El 33% de las startups consideran que las dificultades con respecto al entendimiento con el equipo del trabajo han sido regulares y el 22% consideran que ha sido medio alto, mientras el 22% considera que ha sido bajo.

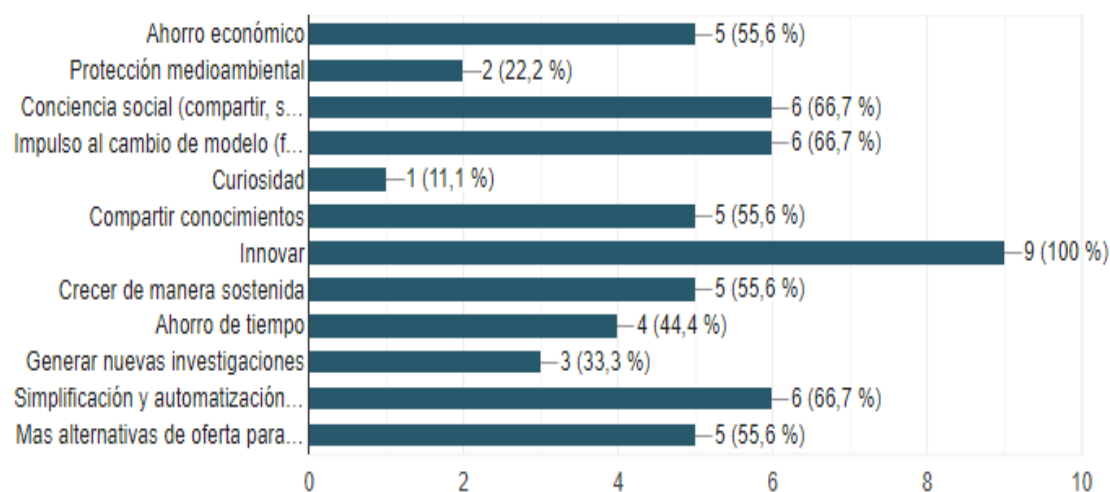
Elaborado por: Los autores

Los principales retos que las startups enfrentan durante el establecimiento en el mercado es el acceso a internet, el uso de tecnologías para procesos internos y entablar una sinergia con otras empresas, para atraer al cliente y sobre todo generar lazos de confianza es cuestión de la perspectiva de crecimiento tecnológico ya que la gente no conoce bien su funcionamiento o no se tiene acceso suficiente, también se debe vender bien la idea de negocio para que las empresas tengan mayor convencimiento en apoyar al emprendimiento.

Figura 19. Pregunta 13: Motivación para incluir en sus procesos el modelo de economía colaborativa

13. ¿Cuál sería desde su punto de vista la motivación para incluir en sus procesos el modelo de la economía colaborativa?

9 respuestas



*Nota: En cuanto al punto de vista de las motivaciones para incluir en sus procesos el modelo de la economía colaborativa, las startups recurren mayoritariamente a innovar con el 100%, seguido de conciencia social, impulso al cambio de modelo, y simplificación y automatización alcanza el 66,7%. El ahorro económico, el compartir conocimientos, crecer de manera sostenida y más alternativas de oferta llegan al 55,6% mientras que las demás motivaciones como protección medioambiental, curiosidad, ahorro de tiempo y generar nuevas investigaciones tienen un menor grado de influencia en las startups.*

Elaborado por: Los autores

## **7. Presentación de hallazgos**

A continuación, se presentan los hallazgos de las entrevistas sobre la aplicabilidad de los principios de la economía colaborativa en las 3 startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca.

### **7.1 Entrevista Boxbeep**

Boxbeep es un ecosistema de e-commerce que disponibiliza múltiples aplicaciones, servicios y una comunidad online que ayudan a impulsar canales de ventas digitales. Además, dispone de una BoxStore que es una plataforma modelo SAAS que disponibiliza e integra múltiples aplicaciones y herramientas para crear una tienda online, permitiendo: configurar un dominio, crear nuevos usuarios administradores, cargar inventarios, integrar pasarelas de pago, integración logística y diseños personalizados. A continuación, se da a conocer las respuestas obtenidas en la entrevista con representantes de Boxbeep.

#### **¿Cómo definen la economía colaborativa y las Startups?**

Los representantes de Boxbeep afirman que las economías colaborativas y las startups están dadas por algunos factores como realizar un trabajo integral en base al conocimiento de muchas personas y que en la aceleración de cada una de las startups vayan contribuyendo en cada uno de los procesos. Antes, lograr que varias personas puedan contribuir con un bien común como la aceleración de una startup, la creación de un producto o la internacionalización de la misma era muy complejo, sin embargo, ahora a través de grupos multidisciplinarios, con profesionales de diferentes áreas o ámbitos, tienen un objetivo en común que se puede visionar en base a hitos de cumplimiento y esto ha permitido a boxbeep acelerar su startup en un tiempo récord, permitiéndoles ser mucho más escalables e ir más allá en el proceso de internacionalización.

### **¿Consideran que la economía colaborativa es un concepto revolucionario?**

En Boxbeep creen que la economía colaborativa si es un concepto revolucionario debido a que, antes era un paradigma decir que se tiene un producto o una estrategia y que nadie lo puede conocer, ahora es al revés, creen que todas personas o empresas que están involucradas en la cadena de valor de la puesta en rumbo de una empresa o producto son muy importantes y ellos deben de tener la misma visión, sin ese trabajo colaborativo podría darse dos situaciones, bien sea que el producto no salga en un tiempo determinado o que el producto tenga ciertas falencias, esto debido a que una persona puede ser fuerte en una rama y en otra no, como dice el dicho “zapatero a tu zapato”, de ahí viene la importancia del trabajo colaborativo.

En Boxbeep, a través de Juan Lozano quien dirige el equipo tecnológico desarrollaron un equipo multidisciplinario, en el cual cuentan con algunos líderes en las áreas: tecnológica, operativa, mercadológica y la comercial, que ayudan a concebir e implementar ideas que son exitosas. Juan Lozano, recuerda y menciona una frase de Steve Jobs “si quieres llegar rápido ve solo, pero si quieres llegar lejos tienes que ir en grupo con personas que saben lo que se está haciendo”. El equipo de Boxbeep está tratando de llegar a otros países, una estrategia para conseguirlo es buscar personas especializadas en su rama o ámbito, y a partir de eso crear una sinergia y un producto que genere un valor y les permita escalar.

### **¿Qué sintieron en Boxbeep al formar parte del Radar Tech?**

El equipo de Boxbeep primeramente se sintió sorprendido y vieron el fruto del trabajo de años, sin embargo, sabían que esto trae responsabilidades siendo un reto mantenerse en el Radar Tech, y aspirar a futuro ser líderes tanto

locales como regionales. Boxbeep busca expandirse a nivel de Latinoamérica mediante el trabajo con empresas de Colombia y Estados Unidos para poder crecer y expandirse.

**¿Qué opina sobre la aplicación de la tecnología y la economía colaborativa en las startups de comercio?**

En Boxbeep sienten que la aplicación de la tecnología y la economía colaborativa son de gran ayuda debido a que utilizan en gran medida las tecnologías colaborativas a través de open source y las acoplan a sus necesidades, al usar esta tecnología representan un beneficio debido a que no tienen que pagar licencias por lo que son código libre, ayudándoles a crecer de manera exponencial. Boxbeep se compone de varias tecnologías open source tanto para lo que es bases de datos, lenguajes de programación, aplicaciones móviles, plataformas web, entre otras. Todas estas tecnologías utilizadas son adaptadas a las necesidades de Boxbeep para que les permita internacionalizarse con el tiempo.

**¿Qué aspectos de la economía colaborativa considera más importante en su startups?**

Poder simplificar los procesos y poder automatizarlos en distintas áreas. En el caso de Boxbeep, al formar todo un ecosistema de aplicaciones o herramientas que permitan realizar e-commerce a través de tiendas online o apps de delivery, se tiene un ecosistema de varios integrantes desde pasarelas de pagos (ajenos a Boxbeep) hasta integraciones de terceros en donde entra la economía colaborativa. Además, está el canal logístico que Boxbeep dispone para que varios couriers del mundo se puedan integrar a la plataforma y puedan ofertar sus servicios. Además, están las integraciones de tracción u operación de

un canal de ventas digital, evidenciándose la participación de varios actores, para que se pueda generar el éxito en el canal de ventas online, deja en claro Boxbeep que las cosas no se pueden hacer solas porque puede tomar muchos años.

La economía colaborativa es un puntal muy importante a nivel tecnológico, comercial, operativo y mercadológico para que la startup pueda despegar en corto tiempo.

### **¿Cuáles fueron las dificultades que afrontaron al desarrollar su startup?**

Boxbeep afirma que dos de las cosas más complejas fue realizar el networking y encontrar el socio estratégico, para la startup ha sido complejo lograr una sinergia con otras empresas, consideran que ha sido un reto llegar a ser partners de algunas pasarelas de pago como Datafast, Payments y Place to pay. Además, también consideran que ha sido un reto lograr que otras empresas medianas y grandes confíen en Boxbeep y que se adapten a las tecnologías de Boxbeep.

## **7.2 Entrevista GiftPoint.com.ec**

GiftPoint.com.ec es una empresa que cuenta con un amplio portafolio de gift cards físicas y virtuales que son creadas en base a necesidades y gustos de sus clientes, quienes buscan variedad de opciones atractivas y prácticas para regalar. Ofrecen la facilidad de escoger y comprar desde un celular, tablet o computador, directamente desde su página de e-commerce en donde constantemente ingresan nuevos productos y servicios. A continuación, se da a conocer las respuestas obtenidas en la entrevista con el representante de GiftPoint.com.ec.

### **¿Cómo definen la economía colaborativa y las Startups?**

La startup GiftPoint.com.ec es una empresa con base tecnológica que conoce sobre las economías colaborativas, pero en esencia no es una economía colaborativa



porque no utiliza dentro su modelo de negocios a terceros que no forman parte de la compañía para estructurar la operación del producto, GiftPoint.com.ec trabaja con equipos multidisciplinarios como son socios estratégicos para no generar cargos innecesarios, tienen un pequeño equipo propio, pero también cuenta con partner externos en su mayoría.

Se considera que todo lo que sea operación si se puede tercerizar con talento externo no hay que dudar en la adquisición de los servicios, se toma cuenta en que a nivel interno está el diferenciador en el manejo del producto, del cuidado del modelo de negocio en marketing y de una tecnología propia es donde está el valor del producto mas no en la operación legal, logística o en tecnología, es decir, GiftPoint.com.ec se estructura de una manera más ágil no cuenta con servidores físicos no existe la necesidad de realizar grandes inversiones en temas de tecnología y en recursos humanos.

### **¿Consideran que la economía colaborativa es un concepto revolucionario?**

En esencia GiftPoint.com.ec no aplica el modelo colaborativo por el modelo que se lo conoce a nivel internacional como por ejemplo Uber o los pedidos a domicilio donde se suma externos al modelo de negocio para operar el producto. En este caso en el sentido de tener partner para integrar vertical y horizontalmente es fundamental porque generar las inversiones solamente en la estructura individual es económicamente mucho más complejo y en un sentido de suma de talentos mucho más limitado.

### **¿Qué sintieron en GiftPoint.com.ec parte del Radar Tech?**

En GiftPoint.com.ec se sintieron muy contentos al formar parte de las 2 últimas versiones de Radar Tech ya que es una lectura muy valiosa de lo que se está haciendo en el país donde permite visualizar a las empresas startups y darse a conocer a nivel global, no tienen presencia en otros países pero están en elaboración de proyectos para la expansión, esto en función a la lectura de demanda, los clientes son 90%

empresariales y el 10% son clientes finales, de los clientes empresariales el 60% son empresas del exterior, pero se debe tener en cuenta un crecimiento estable, se tiene que conformar una estructura empresarial sólida, un modelo que fluya con procesos estables, con la inversión necesarias y desde ese punto abrirse a nuevos mercados, donde se tiene que obtener mayor competitividad para consolidarse en el mercado.

**¿Qué opina sobre la aplicación de la tecnología y la economía colaborativa en las startups de comercio?**

Se focalizan netamente empresariales, la empresa como estrategia no tiene previsto invertir en clientes finales porque el costo de adquisición es altísimo, por lo que no resiste la proporción adecuada es un tema de efecto del propio cliente empresarial, la GiftPoint.com.ec es un producto práctico que hay que proporcionarle un valor agregado, al momento que se elige una GiftPoint.com.ec, además de ponerle una felicitación en texto, se le puede adjuntar un video o fotos el cual se le puede agregar al producto, lo que se suma una carga emocional bastante interesante. Lo que se adapta bastante bien a los clientes finales y empresariales también, lo que genera un impacto positivo en la empresa.

La pandemia obligó a asumir el cambio a la digitalización, la empresa se tiene que afrontar estas tendencias en buscar las debilidades del caso para que por medio de procesos bien establecidos y con herramientas tecnológicas adecuadas para ser competitivo en el mercado

**¿Qué aspectos de la economía colaborativa considera más importante en su startups?**

La startup GiftPoint.com.ec en su plan de marketing son muy efectistas, tienen presencia en redes de una manera muy orgánica para simplemente darse a conocer al cliente. La acción directa con las empresas es uno a uno al ser un be to be generan

muchas acciones de búsqueda de reuniones con los equipos involucrados, ya sea compras, marketing, trade marketing, recursos humanos, ventas, etc. qué son los decisores para planes de beneficios o de premiación. En pos pandemia la empresa se benefició de la tecnología en el tema de las reuniones virtuales antes tenía que viajar a otras ciudades para reuniones y el costo de transporte era alto, lo que beneficia a una correcta gestión de la empresa sin afectar el profesionalismo y ejecutivismo de la acción, también cuentan con presencia en LinkedIn ya que es el espacio adecuado para encontrar al público objetivo, ahora también están teniendo relación con eventos necesarios para que pueda también abrirse a nuevos mercados.

### **¿Cuáles fueron las dificultades que afrontaron al desarrollar su startup?**

La empresa inició hace 5 años y medio, tuvo complicaciones en el principio, es un producto que no tenía entendimiento local, no había buen conocimiento del producto ya que era un nuevo modelo de negocio, la visión surgió en uno de sus viajes a México y conjuntamente con sus socios le dieron forma a este concepto, el producto no tenía mucha asimilación en el público ya que el producto primero fue dirigido hacia el segmento de clientes finales, el costo de adquisición y el entendimiento de un producto digital preferente fue uno de los mayores retos que tuvo, atravesando un trayecto bastante complejo en el establecimiento del producto.

La conformación de un portafolio de clientes fue duro en estos años, no había mayor interés en los proveedores en sumar algún tipo de esfuerzos en algo que talvez no les iba a generar mucha ganancia, a los negocios pequeños si les llamaba la atención, lo que buscaba era generar mayor niveles de ventas, GiftPoint.com.ec fue acoplándose al mercado conjuntamente con proveedores y con empresas más pequeñas, al ofrecer la idea de vender valores incrementales al negocio que ya tienen, no se les quita nada de lo que ya están haciendo, el trabajo de GiftPoint.com.ec es generar ventas extras. Los

proveedores son fundamentales, es la base de que tengamos productos interesantes, prácticos y también emocionales para los beneficiarios.

### **7.3 Entrevista Promoshopec**

Promoshopec es una App con delivery que soluciona las necesidades diarias de compra, permite comprar desde un celular y que llegue a la comodidad del hogar o la oficina. En esta tienda online se puede encontrar comida, ropa, farmacias, licores, decoración, regalos, etc. A continuación, se da a conocer las respuestas obtenidas en la entrevista con el representante de Promoshopec.

#### **¿Cómo definen la economía colaborativa y las Startups?**

El proyecto nace con la idea de apoyar a las startups que están en crecimiento, es decir de dinamizar la economía, en ese contexto su función brindar para las pymes que no tienen el acceso a las plataformas y que puedan comercializar sus productos, ponen en práctica la economía colaborativa en la empresa, uniendo los factores logísticos, la distribución y una plataforma e-commerce donde pueda exhibir su producto. Promoshopec ha estado haciendo firmas de convenios con empresas grandes y también con gremios que manejan las pymes, para así las empresas que ya están formalizadas puedan unirse a la plataforma e-commerce de Promoshopec. En la economía colaborativa se ven muchos factores como por ejemplo evitar las intermediaciones y que vengan los productos directamente a los consumidores, el tema de la tecnología ha hecho que faciliten los procesos de economía colaborativa.

#### **¿Consideran que la economía colaborativa es un concepto revolucionario?**

La pandemia vino a demostrarnos de que solos no vamos a poder en cualquier tipo de negocio, startup o emprendimiento que se quiera constituir de manera individual le va a ser mucho más complejo y difícil alcanzar los objetivos que se planteen, objetivos de éxito como mantenerse en el mercado ya que existe mucha competencia. Tenemos

que buscar aliados estratégicos para apuntar a objetivos a corto, mediano y largo plazo, la clave fundamental para cualquier emprendimiento es tener un aspecto colaborativo, buscar sociedades estratégicas que le ayuden a la expansión de mercado. La empresa cuenta con un modelo disruptivo para facilitar a través de estrategias concretas ventajas como abaratamiento de costos, para tener un mayor volumen o mayor alcance de potenciales empresas dentro del mercado por medio de la de la plataforma de Promoshopec.

### **¿Qué sintieron en Promoshopec al formar parte del Radar Tech?**

Promoshopec forma parte de radar tech desde aproximadamente un año y medio desde cuando eran “PromocionesCuenca.shop”, fueron tomados en cuenca dentro del radar porque la startup por el tema de la coyuntura de la pandemia se ha ido reinventando, y en ese contexto vieron la necesidad de ir implementando nuevas funcionalidades para acoplarse al mercado. Promoshopec nace de la necesidad de brindar una herramienta complementaria a las que actualmente ya tienen ciertas pymes o empresas medianas y grandes. Manejan dentro de las redes sociales la conformación de grupos con un alcance importante de público, vieron la ventaja de una aplicación móvil donde que se pueda difundir, comercializar, socializar y la oportunidad de poder vender por medio de las tecnologías digitales. Esto ha beneficiado a la empresa por lo que ha sido tomada en cuenta en radar tech y otros organismos donde miden el crecimiento exponencial de las startups sobre todo cuando tienen un modelo disruptivo y escalable.

### **¿Qué opina sobre la aplicación de la tecnología y la economía colaborativa en las startups de comercio?**

Las TIC's son sumamente importantes donde se han vuelto imprescindibles en el tema de la educación y también en la economía, hay una tendencia en el que la

economía va a la par de la tecnología, donde si las empresas si no comienzan a migrar a la parte tecnológica no van a poder alcanzar los objetivos de ventas que ellos consideran o incluso mantenerse dentro del mercado, se ha visto una desaparición bastante de empresas justamente porque no estuvieron preparados para migrar hacia la parte virtual o tecnológica, con la digitalización puede nacer nuevas ideas de negocios, emprendimientos y que de hecho uno de los mayores rubros que está teniendo actualmente el mercado es precisamente en los canales o herramientas tecnológicas que están facilitando la interacción de compra - venta de los usuarios.

**¿Qué aspectos de la economía colaborativa considera más importante en su startups?**

Muchas empresas pequeñas tuvieron que migrar a plataformas en las cuales pudieron ellos facilitar la interacción de entregas, pero no tuvieron una estabilidad en el aplicativo móvil para facilitar la entrega de los productos porque no hubo una adecuada asesoría en la parte tecnológica al no considerar una escalabilidad, necesariamente se tiene que involucrar las economías colaborativas con la tecnología, en el caso de la empresa Promoshopec ha visto la necesidad de facilitar otros medios de transporte de entrega logística basados en la economía colaborativa por lo que la empresa planea trabajar con las cooperativas de transporte para que faciliten la interacción de transporte de los productos desde donde se produce hacia el lugar donde se está abasteciendo o comprando, si no existe esa colaboración en toda la cadena productiva comercialización y venta no vamos a tener un flujo considerable en el aspecto de las métricas de ventas.

**¿Cuáles fueron las dificultades que afrontaron al desarrollar su startup?**

Uno de los mayores retos que pueden tener los emprendedores es el financiamiento, el buscar el “capital semilla” para poder hacer realidad las ideas que se plantean, el cual conlleva la búsqueda de socios capitalistas que apoyen a la creación

del emprendimiento. Promoshopec posee la habilidad para involucrarse, facilidad de negociación y de buscar oportunidades para que se facilite de alguna manera las inversiones en los proyectos de la empresa. El tema económico y hacer que las personas realmente crean en los proyectos de la empresa es fundamental porque se puede tener una idea única pero si no se la sabe vender es lo mismo que no tuvieras la idea, otros de los problemas que tuvo el emprendimiento fue manejar adecuadamente la comercialización o la búsqueda de los nichos de mercados es decir asentar la idea en el mercado, la empresa al principio no tenía mucha experiencia y se cometieron muchos errores como generar costos fijos elevados y de establecer alianzas con personas desconocidas.

De la información obtenida de las 9 startups encuestadas, gran parte de ellas mencionaron conocer la economía colaborativa relacionada principalmente a la transferencia de conocimiento, tecnología, cooperación, equipos multidisciplinarios y como un ecosistema integral, además, de esto mencionaron haber participado en este modelo en un 55,6% de ellas. Mientras que las 3 startups del sector del e-commerce de la ciudad de Cuenca la relacionaron principalmente con equipos multidisciplinarios, sostenibilidad de la empresa y un ecosistema integral, además, de esto mencionaron haber participado en este modelo en un 66,67%.

## 8. Conclusiones

Las startups comercializadoras de la ciudad de Cuenca se han ido dando a conocer más a través del medio tecnológico, aunque con ciertas complicaciones, debido a la falta de conocimiento y desconfianza por parte de los clientes al momento de obtener un producto o servicio a través del internet. Pero, en tiempos de pandemia se beneficiaron las startups de las tendencias alcistas en el consumo digital, ocasionando que mejoren tanto sus rendimientos como su liquidez. Además, la economía colaborativa ha ayudado a las startups en el establecimiento de su marca en el mercado ecuatoriano, generando simplicidad en los procesos para reducir tiempos y costos, realizando alianzas estratégicas para seguir expandiéndose. Esto ha fortalecido la competitividad, mejorando el rendimiento y acelerando el crecimiento de la startup.

Según las encuestas aplicadas y entrevistas, los principios de la economía colaborativa que las startups de los diferentes ecosistemas en su mayoría incluyen en sus procesos, en el factor social son: mayor densidad poblacional (genera un ecosistema integral ideal para empujar sus diferentes tipos de transacciones) en un 55,6%, sostenibilidad mediante el uso responsable de los recursos (conciencia social y equipos multidisciplinarios) en un 44,4% y deseo de comunidad (transferencia de conocimientos) en un 66,7%; en el factor económico son: monetizar el excedente (transferencia de tecnología) en un 55,6% y la reducción de la renta y el crédito utilizable entre los consumidores (más alternativas de oferta para los clientes) en un 55,6%; en el factor tecnológico son: los medios sociales y la sociedad en red (creciente interconexión del ser humano digital como elemento evaluador de confianza impulsando el cambio de modelo) en un 66,7%, los dispositivos móviles y las plataformas tecnológicas (simplificación y automatización mediante páginas web, aplicaciones móviles y dispositivos electrónicos) en un 66,7% y sistemas de pago (diferentes pasarelas y medios de pago seguros generando ahorro de tiempo) en un 44,4%.



Los principios de la economía colaborativa que no se aplican o se aplican en menor medida en las startups son; en el factor social el: altruismo o filantropía generacional (ayuda a la comunidad o protección al medio ambiente) en un 22,2%; en el factor económico la: influencia de las venture capital, emprendimiento y apoyo a las nuevas iniciativas empresariales (apoyo financieramente las nuevas compañías, aventuras emprendedoras y crecimiento exponencial) en un 11,1%, el incremento de la flexibilidad económica (crecimiento de manera sostenida) en un 33,3% y, nuevos intereses y propiedades cruzadas (tránsito de la propiedad al uso y curiosidad) en un 11,1%. Algunas de las dificultades que han tenido que afrontar las startups cuencanas en el último año son: el entendimiento con el equipo de trabajo en un 66%, encontrar socios estratégicos en un 88%, entablar una sinergia positiva con otras empresas en un 88% y la aplicación de la normativa del país en un 73%, mientras, que algunas de las dificultades que han tenido que afrontar en el último año en menor porcentaje, generando un efecto positivo en las startups son: acceso a internet en un 11%, uso de tecnologías para procesos internos en un 23%, el bajo riesgo de fraude 22% y el alto grado de ciberseguridad en los datos empresariales en un 11%.

Las empresas startups han tenido gran apertura y flexibilidad en el mercado, sin importar el ecosistema de las startups, estas están enfocadas en brindar productos y servicios de calidad, generar información clara y precisa, atención rápida y personalizada a cada cliente, obteniendo mayor confianza al momento de comprar un producto o solicitar un servicio por internet. Los clientes del mercado actual buscan productos interesantes, prácticos, emocionales e innovadores donde la tecnología y la economía colaborativa se involucra directamente, por ejemplo, a través de varias pasarelas o formas de pago, maquinaria para aumentar la producción y comercialización, integración de alianzas estratégicas para ser más eficientes y acceder a nuevos mercados mediante el uso de plataformas y redes digitales que ayudan a construir la confianza social.

## 9. Recomendaciones

Es importante seguir fortaleciendo los principios de la economía colaborativa ya aplicados en mayor medida en las startups, apoyándose estratégicamente en el uso de las tecnologías de la información. Esto generara una mayor rentabilidad y liquidez para que las startups sean sostenibles en el tiempo.

Se debe de buscar la aplicación de principios de la economía colaborativa que no han sido implementados aun, para que juntos a los que ya hayan sido implementados puedan incrementar los niveles de ventas, mejorar el trato y la comunicación con los clientes y proveedores, aumentar las transferencias de tecnologías y conocimientos, pasar cada vez más de la propiedad al uso, incrementar el apoyo de nuevos emprendimientos e iniciativas empresariales porque a la larga se convertirán en nuevos socios estratégicos que generaran una sinergia positiva entre las dos empresas o startups.

Además, la Economía Colaborativa, permitirá aprovechar mejor los recursos económicos y medioambientales, generando una cultura amigable con el medio ambiente y de uso responsable, también, es importante implementar labores de altruismo o filantropía generacional siempre y cuando sea posible hacerlo, esto ayudara a posicionar a las startups en la mente de los clientes como solidarias, con inclinaciones a ayudar y colaborar a la comunidad cuencana.

En las futuras investigaciones, serían más interesantes centrarlas en el seguimiento de la aplicabilidad de los principios de la economía colaborativa que aún no se logran implementar en las startups cuencanas y medir su impacto en la sostenibilidad y expansión tanto nacional como internacionalmente.

## 10. Bibliografía

- Alfonso Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España*, 30.
- Baque Delgado, Y., & Mero Cedeño, R. (2019). *Plan de negocio para el lanzamiento y operación de una plataforma de crowdfunding dirigida a startups en Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Barragán Codina, J., Guerra Rodríguez, P., Villalpando Cadena, P., Segura Torres, I., & Sandoval Oyervides, P. (2017). *Modelos de negocios basados en el concepto de economía colaborativa: análisis de factores característicos y casos ilustrativos*. Nuevo León: Daena: International Journal of Good Conscience.
- Bellosillo Gómez, L. (2019). *Análisis y posicionamiento de la marca empleadora: Diferencias y similitudes en las estrategias de multinacionales consolidadas y startups*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Boxbeep. (09 de Agosto de 2021). *Boxbeep*. Obtenido de Boxbeep: <https://www.boxbeep.com/>
- Chaves Ávila, R., & Monzón Campos, J. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC España*, 47.
- Corbí Arroyo, J., De Cáceres Martín, G., & Sepulcre Soriano, F. (2018). *Diseño y elaboración de una metodología de valoración de startups para business angels y venture capital*. Madrid: Colegio universitario de estudios financieros.
- De Rivera, J., Gordo, Á., & Cassidy, P. (2017). *La economía colaborativa en la era del capitalismo digital*. La Rioja: Dialnet.

- Espinoza Herrera, X. (2020). Perspectiva de la Economía Colaborativa en el Ecuador: *YACHANA REVISTA CIENTÍFICA*, 11.
- Fernandez, V. (2018). *Análisis de las mejoras Startups españolas*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Obtenido de Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88376/Analisis\\_de\\_las\\_mejores\\_startups\\_espanolas.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88376/Analisis_de_las_mejores_startups_espanolas.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García de la Serrana, J. I. (2021). *Economía colaborativa: qué es, beneficios e inconvenientes*. Barcelona: EAE Business School.
- GiftPoint. (09 de Agosto de 2021). *Home: GiftPoint*. Obtenido de GiftPoint: <https://giftpoint.com.ec/>
- Gonzáles Cabrera, I., & Rodríguez Ginzález, M. (2019). *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*. Madrid: Dykinson.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. Guayaquil: ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL.
- Marin Bello, D. (2019). *Startup y sus metodologías para no fracasar*. Celaya: Universidad de Celaya.
- Navio, J., Santaella, J., Portilla, J., & Martín, J. (2017). *Informe sobre Economía Colaborativa*. Madrid: Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación.
- Ochagavía, N. (01 de Agosto de 2021). *¿Qué es una Startup?: Idx Innovadeluxe*. Obtenido de Idx Innovadeluxe: <https://www.innovadeluxe.com/que-es-una-startup/>
- Palacios Sanchís, M. (2019). *Economía colaborativa: El caso de AIRBNB*. Valladolid: Facultad de Comercio Universidad de Valladolid.
- Promoshopec. (09 de Agosto de 2021). *Promoshopec: Facebook*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/promoshopec/>

- Radar Tech Startup. (01 de Agosto de 2021). *Radar Tech Startup 11.0*. Obtenido de Buen Trip: <https://www.buentriphub.com/startups-ecuatorianas>
- Román Morán, Y. (2016). *Análisis de las estrategias de comunicación de las startups españolas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez Valiente, J., & Bellón Núñez-Mera, C. (2018). *Valoración de Startups e indicadores de riesgo y garantías de viabilidad*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

## **11. Apéndice/Anexos**

### **11.1 Anexo 1**

#### **UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

#### **CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **ENCUESTA PARA ANALIZAR LA APLICABILIDAD DE LOS PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LAS STARTUPS COMERCIALIZADORAS DEL ECUADOR.**

Sr/Sra. empresario reciba un cordial saludo de parte de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana de la carrera de Administración de Empresas sede Cuenca, el motivo de esta encuesta es conocer sobre la aplicabilidad de los principios de la economía colaborativa en las startups Ecommerce del Ecuador. Cabe mencionar que la presente investigación tiene fines académicos.

**Nombre de la Startup:**

**Dirección:**

**Nombre del encuestado:**

**Cargo que desempeña:**

#### ***Información general de la empresa***

1. ¿Su startup cómo está constituida?
  - Microempresa
  - Pequeña empresa
  - Mediana empresa
  - Empresa grande
2. ¿Su negocio con cuántos trabajadores se encuentra constituido?
  - 1-9
  - 10-50
  - 50-199
  - 200 o más
3. ¿Participa o ha participado en alguna iniciativa de economía colaborativa?

SI  NO

4. ¿En qué actividades aplica la economía colaborativa?

- Transferencia de información
- Uso de tecnología
- Comunicación
- Logística interna
- Logística externa
- Marketing
- Ventas

5. ¿Cómo comercializa sus productos?

- Redes sociales
- Páginas web
- Grupos de chat
- Correo electrónico
- Aplicaciones móviles

6. ¿Tiene aliados que beneficien a la empresa?

SI  NO

7. ¿De qué manera benefician a su empresa?

- Incremento en los volúmenes de venta.
- Cercanía con los clientes.
- Reducción de la cartera incobrable.
- Generar nuevos productos.
- Entrada a un nuevo mercado.
- Alianzas estratégicas.
- Mejora de la cadena de suministro.

8. Considera importante el aprovechamiento de recursos infrautilizados.

SI  NO

9. Aplica el modelo del triple impacto (mirada social-cuidado medioambiental-beneficio económico)

SI  NO

10. ¿Qué aspectos considera que pueden resultar más valiosos y útiles de la economía colaborativa? Califique su respuesta en una escala de 1 a 5 considerando que 1 es muy bajo y 5 muy alto.

Aspectos valiosos de la economía colaborativa	1	2	3	4	5
Permite interactuar con personas de cualquier parte del mundo.					
Permite disfrutar de bienes y servicios que de otra forma me sería					

imposible disfrutar.					
Permite acceder a bienes y servicios de manera más económica.					
Se guía por el concepto “compartir” sin buscar ánimo de lucro.					

11. ¿Qué dificultades ha tenido que afrontar su empresa en el último año respecto a las siguientes dimensiones? Califique su respuesta en una escala de 1 a 5 considerando que 1 es muy bajo y 5 muy alto.

Dificultades de la economía colaborativa	1	2	3	4	5
Acceso a internet					
Uso de tecnología para procesos internos					
Regulación y normativa del país					
El riesgo de abusos o fraude					

12. ¿Cuál es o sería la motivación desde su punto de vista para recurrir a la economía colaborativa?

- Ahorro económico
- Conciencia ecológica
- Conciencia social (compartir, socializar)
- Impulso al cambio de modelo (frente a la pandemia)
- Curiosidad
- Otro \_\_\_\_\_

13. ¿Con qué aspecto se relaciona usted en mayor medida, a la economía colaborativa?

- Intercambio de objetos que ya no se usan
- Prestar nuestro tiempo haciendo actividades en las que somos hábiles.
- Compartir bienes, servicios o espacios
- Con ninguna de las anteriores

¡Gracias por su colaboración!



## 11.2 Anexo 2

### CUESTIONARIO ENTREVISTA

1. ¿Cómo definiría a la economía colaborativa y a las startups?
2. ¿Qué sintieron cuando lograron formar parte del Radar de startups dentro del ecosistema del comercio?
3. ¿Cree que el consumo colaborativo es una idea revolucionaria? ¿Por qué?
4. ¿Qué opina sobre la aplicación de la tecnología y la economía colaborativa en las startups de comercio?
5. ¿Qué aspectos de la economía colaborativa considera importante en el ámbito comercial?
6. Indique ¿cuáles son los beneficios e inconvenientes al utilizar aplicaciones de consumo colaborativo o compartido?
7. ¿De qué manera puede incidir este nuevo modelo de economía colaborativa en la vida económica de las personas y la sociedad como tal?
8. ¿Qué características, según su criterio, tienen sus clientes?
9. ¿Cómo utilizan sus estrategias de comunicación, para darse a conocer en el mercado?
10. ¿Qué opina sobre las tarifas o formas de pago con las que se manejan las startups o plataformas que usan la economía colaborativa?