

La economía colaborativa “Implicaciones y oportunidades en Honduras”

¹ Carlos David Coca Singh

Resumen

El objetivo general de esta investigación es conocer cuáles son las implicaciones en las empresas hondureñas en relación al auge e irrupción tecnológica, situación que implica a la llamada economía colaborativa o consumo colaborativo en el país.

En seguimiento al análisis cuantitativo surgido del diagnóstico realizado en el macro proyecto de investigación del uso de las TIC como factor de desarrollo (IIES) en 2020, donde la información fue proporcionada en un cuestionario a distintas organizaciones con un diseño de tipo muestreo aleatorio simple, estilo bola de nieve, con un alcance nacional de 167 empresas, situación que ha llevado a la reflexión de lo que está pasando en el país y su transformación digital e inserción en la economía colaborativa.

El método para la comprobación de las hipótesis es de tipo exploratorio, estableciendo líneas de acción que permitieron conocer algunos elementos en las variables para que los resultados tuvieran niveles óptimos de validez.

La investigación con diseño exploratorio es enfocada al grupo de interés, con una visión general de la realidad investigada, teniendo un alcance descriptivo al documentar la percepción por el objeto de estudio, mezclando enfoques cualitativos y cuantitativos en la recolección y manejo de la información.

Palabras clave: Economía colaborativa, empresas, TIC, organizaciones, consumo colaborativo

The collaborative economy "Implications and opportunities in Honduras"

Abstract

The general objective of this research is to know what are the implications for Honduran companies in relation to the technological boom and irruption, a situation that implies the so-called collaborative economy or collaborative consumption in the country.

In follow-up to the quantitative analysis arising from the diagnosis made in the macro research project on the use of TIC as a development factor (IIES) in 2020, where the information was provided in a questionnaire to different organizations with a simple random sampling design, snowball style, with a national scope of 167 companies, a situation that has led to reflection on what is happening in the country and its digital transformation and insertion in the collaborative economy.

The method for verifying the hypotheses is of an exploratory type, establishing lines of action that allowed knowing some elements in the variables so that the results had optimal levels of validity.

¹ Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Docente investigador, Administración de Empresas.
<https://orcid.org/0000-0001-7451-8089> Correo electrónico: carlos.coca@unah.edu.hn

Research with an exploratory design is focused on the group of interest, with a general vision of the investigated reality, having a descriptive scope by documenting the perception of the object of study, mixing qualitative and quantitative approaches in the collection and management of information.

Keywords: Sharing economy, companies, TIC, organizations, collaborative consumption

Introducción

En la actualidad vivimos una revolución tecno-digital la cual es el producto de la confluencia de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y las tecnologías digitales en todos los ámbitos de nuestras vidas, para lo que el uso de la internet se ha vuelto indispensable para compartir contenidos, imágenes e información de actividades formales e informales, siendo para el ámbito empresarial una oportunidad sobre el uso que están dando las organizaciones a dichas tecnologías y los cambios en la estructura tradicional con implicaciones en materia laboral y escalabilidad en los mercados, especialmente para la comercialización de productos o servicios.

Consecuentemente han surgido iniciativas a nivel global enmarcadas en los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) formalizados e impulsados a nivel global por (Organización de las Naciones Unidas, 2019), los cuales sirven de base para la creación de estrategias públicas en los países y sectores empresariales privados con los que se pueda dar respuesta a la consecución de estos objetivos trazados al 2030.

La crisis económica derivada de la pandemia COVID-19, que al momento de escribir este artículo estamos atravesando en el mundo entero, pero que en países como el nuestro en la región centroamericana surgen oportunidades latentes en la manera de interactuar y comercialización de productos o servicios por medio de plataformas digitales que pueden ser creadas como iniciativas de desarrollo empresarial o se aplica la adaptabilidad a las que ya están probadas en otras latitudes en el llamado consumo colaborativo.

En esta investigación se presenta información útil e importante para conceptualizar a una empresa de la economía colaborativa basadas fundamentalmente en aspectos relacionados al uso de las capacidades

existentes pero con la transformación a lo digital, sin descuidar el desarrollo social, comunitario o cooperativo, y la sostenibilidad económica financiera del negocio o empresa.

Y para finalizar, esta investigación tiene como propósito conocer cuál es la verdadera incidencia que las empresas de la economía colaborativa llegan a tener en la sociedad actual y dimensionar las posibilidades de desarrollar estas iniciativas con incentivos desde las políticas públicas para insertarlas en el mundo globalizado y traducir estos elementos en oportunidades de crecimiento económico y social en los países.

Marco teórico conceptual La Economía Colaborativa

La economía colaborativa se conoce en etapas previas como el consumo colaborativo del término anglosajón “collaborative consumption” por lo que según (Barnes & Mattson, 2016), define a este consumo como “el uso de mercados en línea y las tecnologías de redes sociales para facilitar y compartir los recursos entre las personas, tales como espacio, dinero, bienes, habilidades, competencias o servicios”.

En ese sentido, y siendo más amplios en la utilización del término se pasa a la economía colaborativa o traducido con el término “sharing economy”, siendo adoptados estos conceptos de pensadores y personas influyentes en el mercado internacional de habla inglesa, donde se presentan opiniones sobre si es un nuevo modelo económico o simplemente una expansión de las capacidades empresariales con la transformación digital aplicada a los negocios.

Para la conceptualización de la economía colaborativa globalmente hablando, según los informes de la Comisión Europea al elaborar una estrategia para el desarrollo de un mercado único

y al referirse a la economía colaborativa establece:

“A los efectos de la presente Comunicación, el término “economía colaborativa”, se refiere a modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes i) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias pueden ser particulares que ofrecen servicios de manera ocasional («pares») o prestadores de servicios que actúen a título profesional («prestadores de servicios profesionales»); ii) usuarios de dichos servicios; y iii) intermediarios que a través de una plataforma en línea conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos («plataformas colaborativas»). Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro” (Comision Europea, 2016).

Según lo muestra (Alaminos & Peñalba, 2018), para definir a la economía colaborativa “un buen inicio para conceptualizar y comprender, es describir que actividades se llevan a cabo, que es lo que se hace dentro del marco de la economía colaborativa”. Al realizar un detalle para esta comprensión, se muestra que en primer lugar está la actividad del trueque, donde se da un intercambio de bienes o servicios directo sin el uso de dinero; también la actividad de prestar, misma que incluye dar algo a alguien por un tiempo determinado; luego se muestra que también donar, es decir cuando se transfiere de manera gratuita un bien o servicio a otra persona; por otro lado alquilar o rentar, al recibir ingresos por el uso de un bien o servicio mediante suscripciones regulares en el tiempo; asimismo la actividad de intercambiar, que consiste en realizar un cambio recíproco de un elemento por otro.

Estas actividades se engloban en tres grandes ejes fundamentales que rigen la dinámica en este modelo de la economía colaborativa, los cuales son: A) Acceso a productos o servicios sin tener la propiedad del bien. B) Mercados de redistribución para alargar la vida útil después de haber sido

usados; C) Estilos de vida colaborativos al intercambiar bienes no tangibles.

Por otro lado, (Barreiro Gen, 2018), menciona que para llevarse a cabo, en la economía colaborativa se debe coincidir en sistemas, redes o plataformas tecnológicas organizadas, en las que los participantes realizan actividades de compartir, alquilar, prestar y diversas compras ventas, con el intercambio de bienes o servicios.

Tal como lo indica la investigación sobre la caracterización de la economía colaborativa:

“La aparición de dispositivos como la geolocalización o las impresoras 3D está posibilitando a los hogares producir en casa bienes que hasta hace nada precisaban de una planta industrial. Asimismo, las plataformas están permitiendo el intercambio o el uso compartido de medios de transporte o de viviendas vacías, incrementando de manera muy eficiente su uso. En general, se está eliminando los intermediarios en todo tipo de actividades de modo que oferentes y demandantes se pueden poner de acuerdo de manera directa” (Plaza-Angulo, Rodríguez, & Gomez-Alvarez, 2017).

Es oportuno destacar que los avances tecnológicos han permitido la aparición de elementos para la conectividad, comunicación y el manejo de la información diversos, mismos que llevan a nuevas formas de relaciones sociales, comerciales, productivas, opiniones y libertades de expresión, donde se pone de manifiesto la situación en la igualdad de pares, es decir que el mismo productor de un bien o servicio también es un consumidor.

Así mismo, la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia en la Unión Europea, describe (CNMC, 2020) que “El desarrollo de las tecnologías de la información en el ámbito de la digitalización de la economía, los dispositivos móviles y las nuevas plataformas y aplicaciones han dado lugar durante los últimos años al desarrollo de nuevos modelos de consumo. Buen ejemplo de ello, es el desarrollo del comercio electrónico de bienes y servicios (libros, música, viajes, ropa, etc.), que ha llegado en pocos años a convertirse en algo habitual en el día a día de millones de consumidores”, en ese sentido, muestra que el modelo de la economía colaborativa y su desarrollo va de la mano con el desarrollo tecnológico.

El economista británico y profesor en Stern School of Business de la Universidad de Nueva York en entrevista (Harvard Deusto, 2018), menciona que “Una de las razones por las que la economía colaborativa me ha parecido un tema muy interesante es porque creo que hace posible que la gente obtenga y experimente cosas que de otro modo estarían fuera de su alcance económico”.

De acuerdo a la publicación de la Price Waterhouse Cooper (PWC, 2014), describe que la economía colaborativa se basa en cuatro pilares fundamentales, que son:

Las plataformas digitales y el auge tecnológico, mayor interacción social en todos los segmentos de la población, la democratización y liberalización del contenido, las transacciones de bajo costo con acceso fácil y rápido.

Si bien es cierto, este tipo de empresas o asociaciones no es nuevo ya que desde tiempos ancestrales los seres humanos han compartido y realizado colaboración entre sí, al realizar trueques y la utilización de los recursos para el bien común, nos lleva a la actualidad 2022, donde producto de la aparición de la internet, del desarrollo tecnológico y de las comunicaciones,

se han concretado iniciativas con amplio espectro de participación y potencial global que inciden en las economías en todas partes del mundo, teniendo implicancias en la independencia de los individuos, formas de trabajo y el impacto en las economías.

Se observa en el panorama global el colapso de la economía tradicional, provocada en parte por la saturación crítica en los diversos sectores donde se han descuidado temas fundamentales como precios justos o más accesibles, mejorar el cuidado al medio ambiente, y la colaboración con solidaridad entre las personas. Estas situaciones traen la oportunidad de crear empresas con el modelo colaborativo en el que se masifica el uso por medio de las plataformas digitales con aplicaciones alrededor del mundo.

A manera de comprender la dimensión en que se encuentra el desarrollo de la economía colaborativa o consumo colaborativo a nivel global, se puede mencionar los principales rubros económicos y sociales, o más representativos sectores en las que operan empresas en este modelo de mercado basado en la colaboración, red de contactos y ayuda reciproca entre las personas:

TABLA No. 1. Principales rubros económicos y sociales de la Economía colaborativa

Rubro económico y social	Descripción
Turismo colaborativo	Se basa en compartir formas de alojamiento, medios de transporte y las experiencias vividas de los viajeros, con otras personas por medio de las plataformas digitales, en las que se publican ofertas o disponibilidades para proveedores y usuarios turistas quienes hacen las reservaciones.
Transporte colaborativo	Es el motor principal de la economía colaborativa y su potencial radica en ser una respuesta a las necesidades de consumo actual con menos costos, más eficientes y sin la necesidad de tener la propiedad de un vehículo.
Financiación colaborativa	Se conoce como “Crowdfunding financiero”, y consiste en la donación o financiar proyectos innovadores y emprendimientos a otras personas que persiguen metas sociales, pero también a financiar con retornos más accesibles a personas que lo necesitan.
Aprendizaje y conocimiento abierto	Se ha creado para fomentar el acceso al conocimiento y oportunidades de formación, por medio de plataformas digitales gratuitas y abiertas a la sociedad.
Producción e intercambio	Tanto los productos físicos y los servicios son considerados bienes de intercambio y se promocionan en plataformas digitales con amplio alcance para la distribución y entrega.

Fuente: Elaboración propia

TABLA No. 2. Principales empresas en la Economía colaborativa

Empresa	Descripción	Influencia
Airbnb	Modelo de negocios a partir de alquiler o renta de espacios de alojamiento, con el uso de aplicación en plataforma digital para proveedores y usuarios.	Globales
Uber	Empresa que facilita por medio de aplicación tecnológica para que conductores privados dueños de un bien de transporte puedan encontrar y brindar transporte a personas que necesitan viajes seguros y confiables.	Globales
BlaBlaCar	Es una red social con aplicativos para conectar personas que pretenden realizar el mismo trayecto en carreteras.	Unión Europea
Park Atmy House	Plataforma donde se puede compartir espacios o plazas de garaje como parqueo cerca de estadios, museos, centros de convenciones o aeropuertos.	USA y Unión Europea
Crowdfunding	Plataformas digitales en colaboración para financiar proyectos colectivos, entre ellas Crowfunder, Indiegogo, Kickstarter entre otras.	Globales
MOOC	Cursos masivos en línea y abiertos, son plataformas diseñadas para enseñar de manera gratuita con opciones de certificados de Universidades al finalizar, están Coursera, MiriadaX, Udemy, EdX, entre otras.	Globales
Consumo colaborativo	Plataformas colaborativas donde se subasta o se ponen a la venta artículos de primera o de segunda mano (eBay, Mercado Libre, Amazon y demás mercados digitales).	Globales
Intercambio de bienes y servicios	Plataformas digitales que brindan delivery o entregas a domicilio de alimentos, retail y farmacias y actualmente diversos servicios como pagos digitales (Hugo, Glovo, PedidosYa, entre otras).	Globales y regionales

Fuente: Elaboración propia

Es indudable que el mundo ha cambiado y que en la actualidad las tendencias y hábitos de consumo dictan la pauta de lo que las empresas van a ofrecer y en ese sentido se observa en la exploración realizada que las características más importantes reflejadas en las empresas de la economía colaborativa o consumo colaborativo tienen que ver con que permiten un mejor aprovechamiento de bienes tangibles o intangibles como los servicios, que estén disponibles para un mayor número de personas, también el modelo de negocios de la economía colaborativa enlaza muy bien con los hábitos, filosofía y estilo de vida en la generación millennials o nueva generación de consumidores.

Por otro lado, los precios de los bienes o servicios son las accesibles en cuanto a la

economía y disponibilidad, asimismo, el sistema colaborativo por medio de plataformas digitales permite compartir experiencias de vida, opiniones y calificaciones que los usuarios brindan de los proveedores en la red.

Otra característica es que las formas de adquirir, contratar o acceder a los bienes o servicios son más sencillas y hasta se han vuelto dinámicas con agilidad e intuición para los usuarios, mejorando los tiempos en la compra y en la disponibilidad de los productos o servicios.

También es importante resaltar que las transacciones, relaciones comerciales o sociales, suscripciones y demás conexiones e intercambios se basan en la confianza, reputación y disposición positiva de todos los

usuarios especialmente los compradores, pero también constituyen acciones en plataformas digitales que integran transparencia y buen uso de la información de manera racional y con análisis en todos los sentidos.

Metodología estratégica

La metodología en este estudio de investigación es con diseño descriptivo con un enfoque mixto por la manera en que se aborda la obtención de los datos cualitativos y cuantitativos.

El método para la comprobación de las hipótesis es de tipo exploratorio, de acuerdo a esta se propuso establecer líneas de acción que permitieron conocer concretamente algunos elementos en las variables para que los resultados tuvieran niveles óptimos de credibilidad ya que el conocimiento local todavía es limitado, obteniendo una visión general de la realidad investigada.

Como elementos claves en el proceso metodológico se incluyen las variables de investigación los cuales son las dimensiones organizacionales en los procesos de transformación tecnológica y digital en las empresas, especialmente la digitalización del mercado y las dinámicas de innovación.

Hipótesis de investigación

“La irrupción de las TIC y la cobertura de la internet, trae consigo el desarrollo de la economía colaborativa en Honduras”.

Fuentes de datos

En seguimiento al análisis cuantitativo surgido del diagnóstico realizado en el macro proyecto de investigación del uso de las TIC como factor de desarrollo (IIES) en 2020, donde la información fue proporcionada en un cuestionario a distintas organizaciones con un diseño de tipo muestreo aleatorio simple, estilo bola de nieve, con un alcance nacional de 167 empresas, situación que ha llevado a la reflexión de lo que está pasando en el país y su transformación digital e inserción en la economía colaborativa, se complementa con la investigación cualitativa con enfoque descriptivo y método exploratorio del objeto de estudio y el tema de investigación.

Resultados y discusión

En las consideraciones se obtienen importantes observaciones y hallazgos que son relevantes en esta investigación descriptiva, por lo que debido a este alcance y método exploratorio, se presentan las características de la economía colaborativa en términos generales y descriptivos, pero que traen consigo implicaciones relevantes para el consumo y para las empresas en la región y especialmente nuestro país.

A partir de los resultados el diagnóstico realizado como parte del Macro Proyecto de Investigación en América Latina liderado por la Asociación Latinoamericana de Facultades de Ciencias Económicas y Contables (ALAFEC), coordinado en el país por el Instituto en Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) en la Facultad de Ciencias Económicas en la UNAH y realizado en 2021, se presentan en la siguiente gráfica, los resultados de las dimensiones organizacionales en el diagnóstico realizado en todo el país, y en el cual hemos tomado como referencia estos resultados para realizar esta investigación de manera descriptiva y con enfoque exploratorio.

Implicaciones y oportunidades para las empresas

Consecuentemente con los resultados en el diagnóstico sobre las dimensiones organizacionales en el aprovechamiento de las TIC en las empresas hondureñas, se puede mencionar que aunque haya impulso e irrupción digital en la época actual pos pandemia, dista mucho de convertir a las organizaciones en sistemas apalancados en el ambiente digital y de las tecnologías de la información y comunicación.

Es decir que para cada una de los elementos evaluados existe una brecha de oportunidad para que en la medida que sus directivos, ejecutivos y gerentes dispongan de recursos y actividades estratégicas digitales formalmente establecidas en los presupuestos de la empresa, recursos con los que desarrollen el potencial para competir en el mundo tan competitivo de la actualidad.

Para que el modelo de la economía colaborativa se desarrolle en el país desde las empresas o iniciativas locales y que puedan competir con las existentes con presencia global,

se requiere que en el entorno y ecosistema económico y social se fortalezcan los siguientes elementos: El acceso a internet, especialmente en las áreas urbanas y de amplia concentración de personas, las redes de abastecimiento de la energía eléctrica que permite que las redes de comunicación trabajen las 24 horas de día y sin interrupciones, la adecuación de los contenidos en la educación formal, para que los estudios en informática, redes, comercio electrónico y mercado digital, impulsar el desarrollo de incubadoras de empresas digitales, el fomento de una cultura de confianza a la hora de realizar transacciones en la red y plataformas digitales, ampliar a nuevos espectros de contratación de personal y las formas de trabajo remoto y digital, en que se diversifique los horarios y jornadas laborales, establecer regulaciones o normativas para la protección del consumidor, consolidar a los modelos de economía colaborativa basados en el uso de plataformas digitales como parte de la legislación empresarial.

Por otro lado, se muestra también que las implicaciones llevan consigo diversas oportunidades para que las empresas en las que se desarrolle el modelo de la economía colaborativa obtengan ventajas competitivas importantes donde la sostenibilidad estará basada en los siguientes elementos:

1. Incremento del ahorro en los costos de los consumidores, al establecer la colaboración en lugar de vender, es decir alquilar en lugar de vender, donde la economía colaborativa es sinónimo de ahorro para las personas.
2. La oferta de productos y servicios se amplía considerablemente, al segmentar por rubros a las empresas proveedores, los consumidores crean comunidades donde la oferta se vuelve más amplia y con mejores opciones.
3. Para las empresas el modelo colaborativo y el uso de las plataformas digitales se vuelve exponencial para el crecimiento y aprovechamiento de recursos, a manera de escalar las posibilidades de llegar a otros mercados o regiones geográficas.
4. Para los usuarios o consumidores en el mercado de la economía colaborativa, se tiene la oportunidad latente de encontrar a bajos costos ya sean productos, bienes o servicios a los que en la economía tradicional de mercado no lo pueden hacer.

5. También, para los usuarios se vuelve importante la opción de que en cualquier momento sean proveedores de bienes o servicios al integrar una comunidad, red o ser usuario en una plataforma digital en la economía colaborativa, es decir que todos compran y todos venden algo.

Conclusiones

El modelo de la economía colaborativa trae consigo grandes oportunidades a las empresas en Honduras, por lo que estas pueden aprovechar la irrupción de las TIC y la cobertura de internet para el desarrollo de sus negocios basados en la economía del consumo y colaboración por medio de plataformas digitales y redes de usuarios.

Este modelo presenta diferentes alternativas al sistema actual o tradicional de realizar los negocios, proponiendo valorar asuntos intangibles como las conexiones entre personas, redes de contactos, las capacidades creativas de los usuarios, quienes en un momento asumen el rol de compradores o consumidores y en otro momento el rol de proveedores o empresarios.

Ya es algo que funciona en el mundo, con empresas y usuarios en diferentes sectores o rubros, por lo que implica para las empresas, emprendedores y usuarios hondureños, observar para detectar las oportunidades y formas de hacer negocios en la economía colaborativa, en un país y región donde la solidaridad, colectividad y colaboración entre personas es algo que está en crecimiento.

Referencias bibliográficas

- Alaminos, A., & Peñalba, C. (2018). Economía Colaborativa: Definiciones y Escenarios. *Sociológicos, Revista de Investigación Social*, 3 (1), 15-36.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). *Diagnóstico Sectorial de la Situación del Emprendimiento en Honduras*. Tegucigalpa, Honduras: BID.
- Barnes, S., & Mattson, J. (2016). Understanding Current and Future Issues in Collaborative Consumption. *Technological Forecasting and Social Change*, 104. (Doi: 10.1016/j.techfore.2016.01.006), 200-211.

Barreiro Gen, M. (2018). La Aparición de la economía colaborativa en España. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales* (13), 99-113.

CEPAL. (2020). *Estudio Económico para América Latina y el Caribe*. Santiago, Chile: Naciones Unidas.

CNI. (1 de 12 de 2021). *Consejo Nacional de Inversiones de Honduras*. Recuperado el 20 de 1 de 2022 de:

<https://www.cni.hn/la-mipyme-un-sector-clave-para-atraer-la-inversion-privada-a-honduras/>

CNMC. (2020). *Comisión Nacional de los Mercados y Competencia*. Recuperado el 5 de 2 de 2022, de:

<https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/mejora-regulatoria/consultas-publicas/economia-colaborativa>

COHEP. (2013). *Estrategia Nacional de Empresa Sostenible en Honduras*. Tegucigalpa: COHEP.

Comisión Europea. (2016). *Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa*. Bruselas, Bélgica: Parlamento Europeo.

Economía solidaria. (23 de 8 de 2020). *El portal de la economía solidaria*. Recuperado el 11 de 11 de 2020, de:

<https://www.economiasolidaria.org/noticias/la-economia-solidaria-gana-protagonismo-en-argentina-ante-la-crisis-provocada-por-la-pandemia/>

Harvard Deusto. (2 de 2018). *Revista Harvard Deusto*. (G. Kane, Editor) Recuperado el 6 de 12 de 2021, de:

<https://www.harvard-deusto.com/un-capitalismo-basado-en-la-multitud>

IIES-UNAH, COHEP, USAID. (2021). *Diagnóstico de Sistemas de Mercado*. Tegucigalpa DC: USAID.

Organización de las Naciones Unidas. (1 de 1 de 2019). *un.org*. Recuperado el 22 de 1 de 2022, de:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Plaza-Angulo, J. J., Rodriguez, D., & Gomez-Alvarez, R. (1 de 2017). Caracterización económica y cuantificación de la Economía colaborativa. *Revista I+D+DR*, 1-52.

PWC. (17 de 12 de 2014). Consumer Intelligence Series. *The Sharing Economy*, 1-30.