



# **GRADO EN COMERCIO**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**“ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE  
BLABLACAR”**

**ANA SÁNCHEZ PAREDES**

**FACULTAD DE COMERCIO**

**VALLADOLID, JULIO 2019**



**FACULTAD DE COMERCIO**  
**Universidad de Valladolid**



# **UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN COMERCIO**

**CURSO ACADÉMICO 2018-2019**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

## **“ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR”**

**Trabajo presentado por:** Ana Sánchez Paredes

**Firma:**

**Tutor:** Ana Velasco Gil

**Firma:**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, 10/07/2019

## **Agradecimientos**

A mis padres, mi hermano y mi familia, por educarme y enseñarme que todo en la vida requiere su esfuerzo y gracias a ellos me he convertido en quien soy, apoyarme en los momentos duros y compartir mis éxitos conmigo.

A mis tutores Ana y Javier quienes con su paciencia y dedicación me han ayudado a acabar uno de los grandes proyectos de mi vida y me han aportado su energía y su apoyo.

A mis compañeros de universidad y amigos, quienes han compartido conmigo estos 4 duros años de esfuerzo y sacrificio.

## Resumen

En este Trabajo de Fin de Grado se pretende generar información de una nueva forma de consumo que está surgiendo en los últimos años, el consumo colaborativo. Se pretende investigar cómo ha evolucionado a lo largo del tiempo, y determinar su relación con otros tipos de economía que han existido siempre, como el trueque realizado por nuestros antepasados.

Intentaremos observar así algunos de los conflictos que existen con estas formas de distribución colaborativa, y su relación con la falta de confianza entre los usuarios que es un factor determinante para poder utilizarlas. Por ejemplo, no todo el mundo está dispuesto a compartir una vivienda con gente que no conoce. Veremos también las diferentes terminologías que se utilizan para denominar este tipo de economía y algunas cifras que nos indicarán de manera aproximada la cantidad de población mundial y nacional que utilizan este tipo de economías colaborativas.

Para finalizar, expongo un breve esbozo de una idea de un proyecto piloto economía colaborativa relacionado con las prácticas efectuadas en la Empresa Leroy Merlin. Por último, se analiza la plataforma BlaBlaCar en los últimos años, y para ello, se llevará a cabo una serie de estudios empíricos a ciudadanos y usuarios de la plataforma.

## Summary

In this end-of-grade project, we intend to collect information to inform readers of a new form of consumption that is emerging in recent years, as it has evolved over time, we can say that this type of economy has always existed , often referred to as barter by our ancestors.

We will try to observe some of the conflicts that exist with these platforms is related to the lack of trust between the users that is a determining factor to be able to use them. For example, not everyone is willing to share a home with people they do not know. We will also see the different terminologies that are used to denominate this type of economy and some figures that will indicate approximately the amount of world population and continents that use this type of collaborative economy.

To finish, I present a brief outline of an idea of a pilot project in relation to the practices carried out in the Leroy Merlin Company on collaborative economy

Finally, the BlaBlaCar platform is analyzed in recent years, and for this a series of empirical studies will be carried out to certain users of the platform and beyond.

## Palabras clave

*Consumo colaborativo, BlaBlaCar, economía colaborativa, comportamiento del consumidor.*

De cara a la comprensión del trabajo, a continuación, se detallan una serie de definiciones de estas palabras clave

**Economía colaborativa:** (Bulchand, J y Melián, S. 2017) La economía colaborativa es un concepto emergente en el ámbito de la empresa y la economía en los últimos años, que plantea la aparición de nuevas oportunidades de negocio y de generación de ideas basadas en las tecnologías de la comunicación. De forma recurrente, se asocian a este modelo económico aspectos como la confianza, la cooperación, una mayor redistribución de riqueza entre los participantes en ella, la búsqueda de justicia en los intercambios realizados..., que hace que muchas veces se la vincule con el término «social», incluyendo en el mismo paraguas a las experiencias de economía colaborativa y economía social.

**Consumo colaborativo:** (Bulchand, J y Melián, S. 2017) La manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar redefinida a través de la tecnología moderna y las comunidades. El movimiento del consumo colaborativo supone un cambio cultural y económico en los hábitos de consumo marcado por la migración de un escenario de consumismo individualizado hacia nuevos modelos potenciados por los medios sociales y las plataformas de tipo peer to peer (red-entre-pares o red-entre-iguales). En los servicios de consumo colaborativo las barreras de desconfianza se ven minimizadas gracias al uso de perfiles de usuarios con valoraciones y referencias añadidas por otros usuarios, lo que da origen a nuevas maneras de relacionarse, intercambiar, y monetizar habilidades y/o bienes económicos, lo que era impensable hace unos años.

**BlaBlaCar:** En su página web ([www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)) BlaBlaCar se define a sí mismo como “una comunidad de usuarios basada en la confianza que conecta a conductores que tienen asientos vacíos con pasajeros que se dirigen al mismo lugar.” También se considera como “una red sobre ruedas promovida por particulares completamente nueva.” Esta red social ofrece un servicio de atención al usuario, una página web y una aplicación para móviles. Su comunidad de clientes está en rápido crecimiento. BlaBlaCar está consiguiendo un concepto de viaje social, más ahorrativo en términos monetarios, y más eficiente para millones de consumidores.

## Tabla de contenido

<i>Resumen</i> .....	1
<i>Summary</i> .....	2
<b>1. Introducción</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Concepto y evolución de la economía colaborativa</b> .....	<b>8</b>
La economía colaborativa. ....	8
Evolución de la economía colaborativa. ....	10
Diferentes terminologías existentes. ....	12
Cifras de la economía colaborativa. ....	15
Innovación social y cambios medioambientales. ....	16
No se trata de no comprar nada, sino de no comprarlo todo. ....	21
Ventajas y desventajas de la economía colaborativa. ....	22
<b>3. El consumidor de la economía colaborativa.</b> .....	<b>23</b>
Seguridad en las plataformas .....	23
¿Por qué los consumidores usan las plataformas colaborativas? .....	25
Perfil del consumidor. ....	27
<b>4. La economía colaborativa en el transporte. El caso de BlaBlaCar.</b> .....	<b>28</b>
Origen de BlaBlaCar .....	28
Funcionamiento de la plataforma.....	29
Niveles de BlaBlaCar .....	31
<b>5. Análisis empírico de los condicionantes del consumidor de BlaBlaCar.</b> .....	<b>32</b>
Metodología.....	33
Resultados.....	35
Características demográficas .....	35
Afluencia de viajes.....	39
Conocimiento de BlaBlaCar .....	42
Economías colaborativas.....	54

Análisis inferencial.....	57
<b>6. Esbozo de una idea de proyecto innovador de consumo colaborativo:</b>	
<b>“LEROY MERLIN”.....</b>	<b>64</b>
<b>7. Conclusión.....</b>	<b>66</b>
<b>8. Bibliografía. ....</b>	<b>70</b>
<b>9. Anexos. ....</b>	<b>73</b>
Imágenes de la idea de proyecto para Leroy Merlín. ....	78

## 1. Introducción

El objetivo principal de este trabajo deriva de mi interés por el Grado de Comercio y mi futuro profesional, especialmente por una rama vinculada a los estudios realizados que es la economía colaborativa, con el fin de ampliar mis conocimientos sobre la misma y poder aportar información a través de mi análisis sobre una plataforma de economía colaborativa.

Se pretende analizar diversos factores como pueden ser los valores que tienen los usuarios de estas plataformas (prudencia, respeto, responsabilidad) así como factores económicos (tanto si estas plataformas se utilizan en el sector primario, de la industria o únicamente en el de los servicios), otro aspecto que se quiere investigar es el perfil del usuario que utiliza estas plataformas que intentaremos obtener mediante una encuesta a diversos grupos de la sociedad.

El trabajo pretende recopilar información sobre las ventajas y desventajas de este tipo de economía, las nuevas formas de relacionarse entre los consumidores, o la influencia en empresas o sectores económicos, como el impacto de Airbnb en el sector hotelero.

Se incluye un análisis de la plataforma BlaBlaCar por parte de algunos/as usuarios/as de la misma, a través de una técnica de investigación cuantitativa, en la realización de una encuesta con el objetivo de observar la importancia e incremento de la aparición y del uso que están teniendo las economías colaborativas en la actualidad y conocer los motivos y razones de la utilización de este servicio por parte de algunos/as consumidores

Hay que añadir que las economías colaborativas están prosperando gracias a lo que llamamos tecnologías de la información que nos ayudan a tener un mejor contacto con nuestro público objetivo y poder interactuar más rápidamente con él, incluso con ayuda del poder activar nuestra ubicación actual que es un factor a tener en cuenta en este tipo de propuestas ya que facilita el acceso y comunicación de los clientes que lo utilizan.

Uno de los aspectos positivos de la economía colaborativa es que maximiza el uso de los recursos y servicios, por lo que reduce el impacto negativo del sobreconsumo y la sobreproducción sobre el medio ambiente, reduciendo el consumo a través del uso compartido, siendo por tanto más sostenible ecológicamente que otro tipo de economías. En este caso BlaBlaCar es un ejemplo de dicha reducción sobre el impacto negativo del

## **ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR**

**Ana Sánchez Paredes**

---

uso del transporte privado debido a la contaminación de CO<sub>2</sub>, el uso del combustible como un recurso limitado, la contaminación acústica, o la masificación del transporte en las ciudades y en carreteras, ya que ha reducido la cantidad de automóviles y desplazamientos privados utilizando la práctica del coche compartido a través de su plataforma. Además, esta plataforma permite proporciona un pequeño beneficio económico que ayuda a reducir gastos, es decir a compartirlos y minimizar los costes personales.

Una de las principales aspiraciones es concienciar a la población actual de que no es necesario tener tantos bienes como los que poseemos y que podemos reducir los gastos mediante la cooperación en estas plataformas. Se trata de intentar no comprar todo lo que necesitemos y promover como se pueden reutilizar estos productos entre amigos, familiares, etc. Se trata de tener un solo producto que utilicen muchas personas hasta que se amortice por el uso y no por el hecho de tenerlo en casa y no utilizarlo.

Así mismo se trata de fomentar un consumo más racional, es decir, ya que en muchas ocasiones no damos el uso idóneo a todo lo que compramos, por ejemplo, un taladro, que posiblemente no se utilice todos los días y no sea extremadamente necesario comprarlo.

Es necesario transmitir, informar, y sensibilizar que no es necesario consumir tanto y de que, mediante estas plataformas aparte de poder ahorrar, depende de si somos los proveedores o los clientes, podemos del mismo modo obtener algún tipo de beneficio ya sea de tipo económico o social.

Es importante saber que muchas de las personas que están comenzando a utilizar las economías colaborativas intentan formar de ellas un negocio propio, este es un aspecto que se debe de aclarar, pues las economías colaborativas no surgen por el mero de hecho de intentar vivir de ellas, al contrario, se pretende que únicamente aporten una ayuda económica beneficiosa para todas aquellas personas que las usan. Por ejemplo, al usar BlaBlaCar, la persona proveedora de este servicio no debería imponer un precio tan elevado como para obtener una rentabilidad, sino que debería intentar reducir los gastos de ese trayecto con ayuda de clientes que lo necesiten también, e incluso favorecer las relaciones sociales y humanas, el contacto con otras personas, incluso surgir nuevas amistades, ya que este tipo de plataformas no sirven únicamente para prestar un servicio, sino para también poder salir de tu zona de confort, conociendo nuevos lugares y nuevas personas.

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

Como acabamos de mencionar las economías colaborativas no se consideran un empleo, sino una ayuda a la reducción de los gastos de la persona que lo proporciona y de la persona que lo solicita. Para ello, hay regulaciones o bien de las plataformas o en otros casos de los ayuntamientos en los cuales se impone un precio base, o días máximos para la prestación del servicio, ya que evitamos la adquisición de demasiados bienes o servicios.

Me interesa este campo de la economía colaborativa ya que soy usuaria frecuente de este tipo de plataformas y me gustaría analizar y exponer los aspectos positivos de las mismas.

Mediante la encuesta realizada a usuarios/as de BlaBlaCar se pretende analizar la opinión de los usuarios/as de esta y las razones de su uso, y extrapolar información relevante sobre el tipo de consumidor/a medio de este tipo de plataformas.

BlaBlaCar minimiza el número de transporte privado en carretera, maximiza los recursos, y por tanto es una práctica que reduce el impacto medioambiental del transporte privado, se trata de una práctica que reduce el impacto negativo sobre el medio, más que usar un coche privado, aunque debemos de saber que usar coche no es sostenible, ni compartido ni sin compartir. Decir que BlaBlaCar es una empresa sostenible es una gran falacia.

La muestra seleccionada para la realización del estudio de investigación cuantitativa nos aporta información que resulta de interés , y permite poner en práctica conocimientos y herramientas adquiridos durante la formación académica, pero que en ningún caso podemos deducir o extrapolar dichos datos a la población real, ya que la muestra no es representativa, sino que surge de una puesta en práctica de un estudio piloto que pretende recopilar información para una posible investigación más extensa y representativa. Por tanto, son aproximaciones que pueden servirnos para recopilar información, pero no extrapolar dicha información

## 2. Concepto y evolución de la economía colaborativa

### La economía colaborativa.

La economía colaborativa no es algo nuevo, sin embargo, nos parece algo novedoso, pero realmente lo que hace de esto algo más novedoso es la tecnología, ya que podemos interaccionar con cualquier persona en el mundo a diferencia de unos

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

años, que compartir se extendía solo a nuestro grupo de amigos como ya hablaron de ellos (Cheng, 2016, Eckhardt y Bardhi, 2015). La economía colaborativa ha sido llamada también como economía de acceso, ya que, esta misma permite acceder temporalmente a distintos tipos de bienes, sin necesariamente tener su propiedad, en muchos casos, por motivo de conveniencia y de coste. La economía colaborativa engloba distintas formas de intercambio y relación entre personas, ya que, en muchos casos las características entre ellas ayudan a asociarse para distintos tipos de servicios, como son, por ejemplo, el de compartir transporte. Es por eso por lo que podemos hablar de distintas modalidades en el proceso colaborativo (Bulchand, J y Melián, S. 2017):

- **Consumo colaborativo:** Aquel intercambio de bienes y servicios que surge entre personas. Este intercambio puede contener el alquiler de algún tipo de bien o servicio un buen ejemplo sería un apartamento en la playa, el trueque, como por ejemplo de verduras en una huerta ecológica, e incluso podemos hablar de intercambios gratuitos sin nada a cambio, como podría ser compartir el transporte de unos amigos a la universidad. (Bulchand, J y Melián, S. 2017).
- **Gobierno colaborativo:** Según los autores (Bulchand, J y Melián, S. 2017) el cual se trataría de obtener la información y recursos necesarios para poder gestionar de una manera participativa y en la mayoría de los casos sin ánimo de lucro una comunidad u organización, como podría ser el caso de algún tipo de ONG.
- **Producción colaborativa:** Se trataría de la organización de un grupo de personas, las cuales se asociarían para poder obtener beneficios comunes, cada uno aportando lo que pudiera, pero todos con un objetivo común, se trataría de una forma de compartir su conocimiento. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)
- **Aprendizaje colaborativo:** Basado principalmente en las TIC, se trata de personas que se basarían en obtener conocimiento en la web junto con tecnologías digitales, que posteriormente difundirán y compartirán. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)
- **Finanzas colaborativas:** Lo conocemos como financiación colectiva, prestamos entre particulares o sistemas alternativos de la moneda. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)

Como hemos podido observar no todas ellas implican un intercambio de recursos, ya que, algunas de ellas implican una utilización monetaria. Debemos de tener en cuenta que las economías colaborativas deben de cumplir ciertos requisitos, que sería los que parcialmente la definirían *“Son los particulares los que producen usando medios propios y ponen a disposición de sus clientes productos y servicios mediante plataformas*

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

tecnológicas, logrando, dado el caso, ocupaciones principalmente a tiempo parcial, sin alcanzar el tamaño de una Pyme y manteniendo el poder en la toma de decisiones” (Bulchand y Melián, 2018).

**Figura N°1: Panel de la economía colaborativa**



Fuente: Ilustración extraída de Albert Cañigueral, 2014, Leaners magazine

**Evolución de la economía colaborativa.**

El intercambio de bienes o servicios es un modelo que ya surgía en la antigüedad, se denominaba trueque, se limitaba en nuestra misma ciudad o pueblo ya que no era un modelo que tenía mucha expansión, se solía hacer entre amigos, dentro de un mismo

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

círculo social. Es ahora cuando las técnicas de comunicación hacen que sea más notoria su existencia, la colaboración entre personas ha pasado a tener un significado económico ya que la magnitud que alcanza está siendo bastante significativa. El progreso de la economía siempre ha derivado a cambios económicos, es por eso por lo que ha implicado un aumento del consumo, nuevas actividades empresariales, etc.

Se espera que un futuro no muy lejano, podamos hablar del término “el procomún colaborativo” es decir, poder producir una mayor capacidad de bienes casi sin costes marginales, lo que nos producirá un margen mucho más elevado derivado a un mejor beneficio, de esto ya nos habló Rifkin (2014), que será la próxima innovación que derivará de la economía colaborativa. Este tipo de economía no se acoge únicamente a un bien concreto, sino que abarca varios bienes y servicios, en muchos casos se hacen sin ánimo de lucro, pero por otro lado si existen grupos que buscan claramente un beneficio económico. Por lo tanto, es importante mencionar el origen de la economía colaborativa mediante este tipo de tendencias, (Bulchand, J y Melián, S. 2017):

- **Tecnología:** Lo que venimos comentando todo este tiempo, es evidente que podemos definirlo como el elemento clave para esta economía, ya que tiene gran popularidad, llega a un gran número de personas de diferentes clases, se expande también por medio de las redes sociales y en la actualidad debemos de dar una gran importancia al uso del teléfono móvil.
- **Sostenibilidad:** En la actualidad todos los ciudadanos queremos cuidar el planeta, y tenemos un gran interés en ayudar, esto ayuda mucho al surgimiento de la economía colaborativa, ya que, se reducen en mayor medida el consumo de recursos, hay una menor huella de carbono, se comparte y se tira menos, se le considera otro de los impulsores de este fenómeno.
- **Confianza:** Volviendo al punto primero, la tecnología está ayudando a poder tener más confianza, ya que podemos conocer mucho más de las personas mediante las redes sociales, se suele decir que todo lo que subes a internet se queda en internet, los comentarios ayudan a saber cómo es la persona, y nos transmite más validez que si por ejemplo no existieran, es normal que todo el mundo dude de una persona que no conoce.
- **Crisis:** La crisis mundial del año 2008 lo que hizo fue aumentar la creación y el consumo de economías colaborativas debido a los pocos recursos que se tenían en ese momento, por otro lado, se le atribuye una mayor importancia de la que realmente tuvo en su día.

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

- **Emprendimiento:** La existencia de empresarios que no tienen miedo a emprender ayuda mucho a la creación de este tipo de economías colaborativas, ya que son ellas los principales inversores para su creación, muchos de estos inversores son capaces de aportar mucho dinero sin tener en cuenta la posibilidad de poder tener unos costes muy elevados, ya que existe mucho capital de riesgo, muchas plataformas tienen su origen en este tipo de dinámicas de los mercados de capital (Bulchand, J y Melián, S. 2017).

Existen muchas maneras y formas para realizar el intercambio de bienes y servicios en la plataforma, ya que esta puede intervenir o no en el precio del intercambio, del mismo modo los proveedores pueden ser evaluados antes de formar parte dentro de la plataforma o durante la vinculación de esta.

Estas formas de colaboración tienen bastante trascendencia en aspectos como la economía local, el emprendimiento y competencias de los trabajadores entre otros. “La economía colaborativa tiene un potencial que podría ser de casi 600 mil millones de euros en Europa” (Goudin, 2016), en todo esto debemos de incluir los cálculos de infrutilización de recursos, tanto humanos como materiales que podemos obtener en la actualidad y que la economía colaborativa nos permite aprovechar.

Mirando hacia el futuro podemos realizar algunas hipótesis sobre lo que pasará al respecto con la economía colaborativa, ya que nos podemos esperar repercusiones tales como las causadas por la revolución industrial. Es posible a su vez que nos encontremos ante una sociedad en la cual la propiedad de los bienes sea cada vez menos relevante, ya que van a ser los propios servicios los que nos satisfagan la necesidad del propio bien, como, por ejemplo, a la hora de comprar un coche, cuando en la actualidad están surgiendo plataformas que nos transportan por un precio económico y con mucha más comodidad.

### **Diferentes terminologías existentes.**

Para describir la economía colaborativa utilizamos diversos términos, en ocasiones de forma intercambiable sin que realmente lo sean, podemos intentar definir esto de una forma muy difusa, ya que, es un asunto bastante difuso y tormentoso, es importante antes de eso tener en cuenta unos términos principales ya que economía colaborativa traducido al inglés sería lo equivalente a sharing economy que realmente no sería la traducción correcta porque esta última se centra más en lo compartido no en la colaboración propia en sí, como ya dijo John (2016) los usos de esta palabra en el ámbito

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

de la economía colaborativa no sean los más adecuados. Así pues, podemos hablar de diferentes términos como: (Bulchand, J y Melián, S. 2017)

- **Consumo colaborativo:** Según (Bulchand, J y Melián, S. 2017) se trata de un modelo en el cual las personas comparten sus bienes para evitar un consumismo masivo y la compra innecesaria de productos, con esto se genera un consumo más responsable y razonable, así lo expuso Botsman y Rogers, 2010 en su libro *The rise of collaborative consumption*, en resumidas cuentas este concepto se aplicaría a los procesos de colaboración entre individuos que consumirán de una manera más responsable y sostenible.
- **Economía colaborativa:** Es el término más conocido y utilizado en la actualidad, se basa en la colaboración de un proveedor y un cliente ya que ambas partes se tienen que poner de acuerdo para que resulte la operación. Tenemos que añadir que a medida que se han ido creando nuevas plataformas la colaboración entre dos partes se ha ido desviando un poco, hasta el punto de ser desplazada por el comercio, en la mayoría de los casos, ya que esta apunta más hacia los clientes por medio de empresas etc. y no tanto a los individuos que sería realmente el público de este proceso. Así pues, aunque no sea un término que esté correctamente definido es el que más cerca nos queda para definirlo correctamente. Es por eso que el término economía colaborativa será usado globalmente para este fenómeno, a todo el conjunto de las plataformas digitales existentes que permiten la conexión entre los individuos que proveen bienes y servicios y los consumidores que los adquieren. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)
- **Economía compartida (sharing economy):** Es un término que solo se puede atribuir a pequeñas acciones que realmente sean compartidas, es decir cuando damos o prestamos un bien o servicios sin esperar nada a cambio en ningún momento, en realidad se les atribuye este nombre a plataformas como Airbnb que realmente no serían las que lleven una compartición como tal. Algunos ejemplos de lo que realmente sería la economía compartida serían las personas que comparten artículos en Wikipedia, por ejemplo, por el mero placer de poder divulgar su saber para ayudar a los demás, se trata de casos puntuales donde se da este tipo de economía, este término es muy popular en la lengua inglesa pero el significado que algunos le atribuyen en muchos casos es falso, ya que, no tiene por qué tener implicación monetaria.
- **Economía de los pares (peer economy):** (Bulchand, J y Melián, S. 2017) lo define sobre todo a la relación entre iguales que hacen uso de las redes

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

informáticas para relacionarse entre ellos e intercambiar contenidos digitales, este concepto es muy reducido ya que la mayoría de los intercambios se realiza en individuos que no son realmente iguales, es por eso que cuando alquilamos en ocasiones una habitación no es necesario que nosotros también tengamos una habitación para alquilar.

- **Economía de las plataformas (platform economy):** Un requerimiento básico para la economía colaborativa es que exista una plataforma online que permita la relación entre clientes y proveedores, es por eso por lo que surge este término. Las plataformas en muchos casos no tienen por qué servir de intermediarios entre los clientes y los proveedores, sino que simplemente se encargan de fijar precios, algún tipo de servicio, etc. Este término define bastante bien lo que es la economía colaborativa y lo que ella conlleva, aunque es un término que es poco conocido, ya que, como hemos dicho anteriormente el primogénito y el que todos reconocemos cuando oímos hablar de él es la economía colaborativa. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)
- **Economía del pequeño encargo o de los bolos (gig economy):** Se trata de la realización de pequeñas tareas variadas, puede ser la sustitución de trabajos tradicionales que a día de hoy ya no existen, como por ejemplo la posibilidad de bordar algo muy exclusivo en forma de “favor” ya que ese tipo de acciones no se suelen realizar muy comúnmente, dentro de este ámbito de pequeño encargo también podríamos incluir a pintores o fontaneros que se ofrecen a prestarte un servicio que posiblemente tu no sepas realizar. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)
- **Economía bajo demanda (on-demand economy):** Se trata de un conjunto de servicios que pretenden satisfacer las necesidades de los consumidores prácticamente de manera inmediata, podemos incluir en este grupo el famoso Globo, ya que personas que tienen disponibilidad horaria ayudarían a obtener los bienes o servicios que requieren las personas que tienen capacidad adquisitiva para pagar por ellos, no se refiere a un campo determinado, ya que se podría utilizar tanto para transporte de personas, como para adquisición de productos, etc. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)
- **Economía social:** Se posiciona entre el sector público y el sector privado, entrarían dentro de ella ONG y mutuas, como bien dice la ley española 5/2011 este tipo de economía se definiría tal como “conjunto de actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, conformidad con los principios recogidos en el artículo 4, persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos”.

Se relaciona pues con la economía colaborativa debido al protagonismo que adquieren los individuos en la sociedad. (Bulchand, J y Melián, S. 2017)

- **Economía circular:** Este concepto está ligado a la sostenibilidad, ya que se trata de minimizar las materias primas, así como reducir también los desperdicios que estas produzcan, se intenta mejorar el diseño de la producción, desarrollar productos que no tengan obsolescencia programada, con el fin de poder usarlos mucho más tiempo, hay relación con la economía colaborativa, ya que, se trata de poder incrementar la utilización de los recursos o bienes existentes, como vehículos, por eso en la actualidad se está fomentando el alquiler de estos para evitar la agresiva producción de estos y poder compartirlos en el momento que alguien los necesite (Bulchand, J y Melián, S. 2017):

### **Cifras de la economía colaborativa.**

Hablando de cifras sobre las personas que utilizan la economía colaborativa podríamos decir que se trata de entre un 2-9% de la población (Bulchand, J y Melián, S. 2017), gracias a un estudio que se ha realizado en Estados Unidos, también tenemos que tener en cuenta que aproximadamente el 7% de la población es el proveedor de este tipo de economía, pero de la cual únicamente el 4% serían los que forman parte de la población activa que trabaja exclusivamente en este tipo de economía.

Es cierto que encuestas realizadas a diversos grupos de la población europea nos indica que los suizos tienen una opinión más activa respecto al uso de esta economía, a diferencia de los alemanes que como se suele decir son el motor de Europa, como objetivo sería tratar de incentivar el uso de estas economías colaborativas en la zona europea, ya que aproximadamente el 35% de los europeos si son conscientes de la existencia de este tipo de economía pero solo un 5% es el que realmente hace uso de ella aproximadamente una vez al año, cifra que se reduce si lo contabilizamos mensualmente.

En el caso de España la mayoría de los usuarios que utilizan internet (Bulchand, J y Melián, S. 2017), (92%) conocen en mayor o menor medida el consumo colaborativo, los mayores usos de estas han sido para la compraventa de productos (77%), transporte (32%) y por último en alojamiento (29%). Sin embargo, encuestas recientes nos indican que apenas un 7% de la población se utiliza aplicaciones ligadas a la economía colaborativa, de las cuales el 70% solo las usa eventualmente, existen por lo tanto distintas prioridades que dan a las personas pie a elegir este tipo de economías, entre

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

ellas podemos contar con el ahorro, la comodidad que nos ofrecen, o la innovación de poder probar algo novedoso, por otro lado los aspectos que hacen que se use menos son el gusto por lo tradicional, o por comodidad ya que en muchas ocasiones la persona no es muy abierta y prefiere no compartir transporte, por ejemplo Codagnone et al (2016).

En cuanto al impacto económico que nos produce este tipo de economía sabemos que en el año 2015 se facturaron alrededor de 15.000 millones de dólares y se espera que en 2025 sean más de 300.000 millones, en Europa en concreto, en el año 2015 fueron 28.000 millones de euros, de los cuales, el 54% perteneció al alojamiento, como puede ser Airbnb, el 18% fue el transporte, el más conocido BlaBlaCar, la financiación también tuvo su importancia 18.5% y por último los mercados de trabajo que aportaron un 9.5% de la facturación restante, como podemos observar, lo que más peso tiene actualmente en Europa es el alojamiento, es por eso que la mayoría de la población prefiere invertir en este tipo de bienes inmuebles para así después sacar beneficio de ellos, es un modelo que está cogiendo mucha importancia en los últimos años. (Bulchand, J y Melián, S. 2017).

### **Innovación social y cambios medioambientales.**

En los últimos años estamos observando la gran competencia a la que se empiezan a enfrentar los hoteles por ejemplo, ya que al surgir Airbnb ha disminuido la cantidad de habitaciones que se alquilaban por ejemplo en temporadas normales, del mismo modo a media que llegan las épocas con mayor afluencia de turistas muchas cadenas hoteleras tienden a subir sus precios, debido a esta temporada alta, sin embargo ya en los últimos años estos precios se vienen manteniendo, por la gran popularidad que tiene la plataforma Airbnb y así poder seguir manteniendo su ocupación.

Los más notorios de todo esto son los hoteles que no ofrecen servicios adicionales, es decir, los que únicamente te ofrezcan una habitación, que es básicamente lo que te ofrece un apartamento en la plataforma.

Este tipo de plataformas proporcionan mucha más flexibilidad, ya que siempre va a ser mejor buscar un apartamento en una zona determinada que esperar a que se construya un hotel, como inconveniente a este tipo de plataformas podríamos mencionar la poca preparación que pueden tener ese tipo de zonas en concreto para la gran afluencia de personas que van a recibir, como por ejemplo los restaurantes o supermercados que en ese momento tienen que abarcar a un público de mayores dimensiones.

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

Cócola Gant (2016) ya mencionó en el caso del barrio Gótico de Barcelona, en el cual el gran incremento de apartamentos destinados para el turismo estaba causando en el barrio grandes polémicas ya que los huéspedes no se comportan como realmente deberían y perturban la tranquilidad de los vecinos. Por lo tanto, es importante llevar un control antes este tipo de economía, para mejorar los puntos positivos de esta y minimizar los negativos.

En muchos países vemos observando que incluso el propio ayuntamiento fomenta la creación de economías colaborativas, para en muchos casos evitar la masiva concentración de turistas en el núcleo de la ciudad y así las zonas de extrarradio poder poblarlas y fomentar la creación de nuevos focos turísticos.

Para esto es necesario que la economía colaborativa sea flexible y este en constante cambio y actualización. Para incentivar los progresos positivos de la economía colaborativa se han implado algunas ideas, tales como la ya mencionada anteriormente sobre reducir la afluencia de turistas en ciudades como Ámsterdam en el centro del núcleo urbano y poder expandir estos turistas a otras zonas que se acondicionaran previamente con zonas de ocio, hostelería, etc.

Plataformas como Airbnb han creado acuerdos de alquileres en los cuales se hacen presentes las normas de la ciudad (Cócola Gant 2016), mediante estos acuerdos esta plataforma recauda impuestos que luego se entregarán al turismo, alojamiento y así poder combatir, aunque en forma reducida con el tráfico de alojamientos ilegales etc. En el caso de Uber también está realizando colaboraciones con ayuntamiento en diversas ciudades así por ejemplo en Madrid solo circulan automóviles por la zona centro que estén autorizados para ello, así ayudamos a combatir la contaminación, aunque sea en menor medida.

Por otro lado, nos ayuda a un ahorro monetario ya que al no poder acudir con nuestro propio vehículo fomentamos el uso de transporte público, esta medida ya se está llevando a muchas ciudades españolas, las plataformas pagan un pequeño porcentaje al ayuntamiento de la ciudad por permitirles realizar este servicio. Estos nuevos acuerdos están ya al día en todos los medios ya que se pretende que todos los lectores cooperen con estas iniciativas.

En cuanto al tema inmobiliario tenemos que comentar que la mayoría de las grandes ciudades como Madrid, Ámsterdam o Londres están reduciendo su población en el centro, ya que esas viviendas se están aprovechando para utilizarlas en plataformas colaborativas, así mismo tenemos que indicar que estas plataformas deben de cumplir

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

ciertas normativas, como por ejemplo la plataforma Airbnb tiene concretado un máximo de días en los que se podrán alquilar las viviendas y sin límite de habitaciones alquiladas siempre y cuando no se ocupe el 40% del total del espacio de la unidad, la plataforma también tiene en cuenta la posibilidad de que en ese periodo de tiempo la afluencia turística sea demasiado elevada y por eso se restringe el alquiler en esos periodos. Estos datos por ejemplo varían entre las ciudades, ya que por ejemplo en Londres el máximo de días que se pueden alquilar estos pisos es de 90 días por parte de particulares, cuando un año se cumplen esos días no se permite seguir alquilando dicho apartamento más hasta el año siguiente, es importante evitar que los propietarios evadan esta medida ya que en muchos casos es fácil no declarar la habitabilidad de los huéspedes (Bulchand, J y Melián, S. 2017).

Todos hemos sido conscientes de la huelga de taxistas que ha tenido lugar a principios de este año 2019 protestando por sus derechos ante los nuevos vehículos que surgen de estas plataformas colaborativas tales como Uber o Cabify, ya que los taxistas notan una menor afluencia de público, esto también ocurre con los hoteles frente a las plataformas como Airbnb ya que en zonas muy turísticas se ven influenciados por estas plataformas, es por eso que los hoteles deben destacar sus atributos en las redes sociales para darse a notar y destacar que son los principales lugares de estancia vacacional y si lo tuvieran también destacar sus servicios extras, (Cócola Gant 2016), como por ejemplo

- **Programas de fidelización**
- **Depósito de maletas al terminar la estancia**
- **Accesibilidad para personas con movilidad reducida**
- **Zonas comunes**
- **Servicios al cliente**

Es cierto que actualmente existen plataformas como BeMate que proporciona al cliente servicios parecidos a los de un hotel, estas plataformas ya no se consideran low cost ya que se les suma un valor añadido por cada necesidad nueva que el cliente esté dispuesto a pagar. Según Zerbas et al (2016) no se reduce el número de plazas en los hoteles, pero si es cierto que hay mayor número de personas que se va de vacaciones y por lo tanto no todas tienen los mismos gustos ya que, la preferencia por elegir un hotel o un dormitorio más lujoso depende de cada uno.

Es importante saber que la mayoría de las personas que prestan servicios como los que los solicitan desde países subdesarrollados a los desarrollados son empresas en

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

su mayor medida, que trabajan por medio de un call center. Friedman (2006) nos dice que la prestación de estos servicios en mayor medida es gracias a la tecnología ya que cualquier persona en cualquier país sería capaz de prestar servicios por medio de internet. Sin embargo, es importante saber que el beneficio que se obtiene de las economías colaborativas es un pequeño importe, de no ser así estaríamos dentro de otro tipo de economía, por lo tanto, dedicarse a la economía colaborativa no es un empleo de jornada completa, sino una pequeña ayuda económica o como es muy comúnmente dicho, un compartido de gastos.

En la sociedad en la que vivimos estamos dominados por el consumismo, en muchas ocasiones compramos productos que únicamente vamos a utilizar una única vez, nos estamos gastando un dinero que posiblemente sea innecesario y así mismo estamos obligando a producir más, aunque seguro que hay miles de personas que compraran ese mismo producto al igual que nosotros y únicamente lo utilizarán unos minutos al igual que nosotros, es ahí donde la economía colaborativa interviene, por qué no en vez de comprar mil unidades de un mismo producto no se compran solo 100 que se puedan alquilar entre todos los usuarios que necesiten ese producto, de ese modo ahorraríamos en gastos, porque un alquiler sería mucho más económico y a su vez ahorraríamos en basura generada. La economía colaborativa aporta dos beneficios principales al planeta (Friedman 2006)

- La reducción de la producción de bienes de consumo, como hemos mencionado anteriormente muchos productos se alquila o se comparten, así pues, ayudamos a la menor producción que posteriormente será basura, y sobre todo en productos que tengan baterías de litio y derivados que son nocivos para el medio ambiente. Se ha llegado a decir que por cada vehículo compartido se podrían eliminar 25 coches. (Friedman 2006)
- En el caso del transporte como ya se está viendo en Madrid la gente no necesitará tener coche propio, ya que estos servicios proporcionarán los trayectos necesarios, así como BlaBlaCar, por otro lado, se reducirá el impacto que tiene el transporte sobre el planeta, España en concreto concede privilegios a las personas que usen coche compartido, así se obtienen también mejoras a la hora de circulación. (Friedman 2006)

De aquí a unos años esperemos que la economía colaborativa nos ayude a reducir los bienes que compramos y poder así de forma común reutilizarlos, todo ello mediante prestación o alquiler de ellos, estaríamos entonces ante un modelo más ecológico, sostenible y con menor impacto sobre el medio ambiente.

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

Sabemos ya, que en China se está reduciendo la fabricación de bicicletas ya que como podemos observar también en España se encuentran bases de alquiler de bicicletas que con la misma tarjeta del transporte público puedes adquirir, puede surgir en estos casos un impacto negativo ya que en cierto momento se requieran por ejemplo bicicletas en una zona a la que debamos de transportarlas con unos medios que sean más negativos que los beneficios que nos proporcionarían si ya hubiera ubicadas, por eso sería aconsejable el intercambio entre personas que estén a distancias más reducidas, aunque como sabemos la economía colaborativa trata pues de ayudar en grandes distancias (Friedman 2006)

Muchas empresas dedicadas a este tipo de alquileres han desaparecido ya que, a veces como hemos mencionado antes los gastos de transporte, transacción, tiempo dedicado etc. Son más elevados que el propio beneficio del alquiler.

La economía colaborativa a su vez ayuda a una mejor distribución de la riqueza, ya que en muchos casos las personas no se pueden permitir alojamientos en hoteles y con este tipo de plataformas y su reducido precio logramos que más público de diferentes clases sociales acudan al mismo lugar de vacaciones.

Fernando Gallardo en el Foro de la Ruina Habitada junio 2016 nos explica que este tipo de plataformas está ayudando a personas jubiladas que tiene habitaciones libres a completar su escasa pensión ya que comparten gastos y sacan un pequeño beneficio que va íntegro para ellos a diferencia de los grandes hoteles en los cuales los empleados solo reciben un pequeño porcentaje de los beneficios.

Recordemos también como dijimos anteriormente que este tipo de plataformas que ayudan al alquiler de habitaciones obtienen también un beneficio y pagan unos impuestos que han acordado con el ayuntamiento de dicha ciudad. Se debe controlar en estos casos a ciertas personas que intentan realizar un fraude, ya que en muchos casos la persona prestadora de este servicio se dedica a la compra de viviendas para obtener ese beneficio, pero no simplemente con su vivienda particular sino con la compra de muchas de ellas que en ocasiones están a nombre de familiares para de este modo no levantar sospechas (Fernando Gallardo junio 2016)

Un aspecto importante que debemos de regularizar es poder utilizar economías colaborativas en todo el mundo, es decir, sabemos que hay varias zonas en las que están más desarrolladas, por ejemplo en el caso de España, la capital y Barcelona son las zonas dónde más turistas podemos encontrarnos, es por eso, que tienen muchas más

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR  
Ana Sánchez Paredes**

---

plataformas que zonas alejadas como Valladolid, si es cierto que a medida que estas plataformas funcionan se van imponiendo en diversos puntos de la península, ha ocurrido lo mismo con la telefonía móvil, todos conocemos el típico pueblo al que aún no ha llegado la cobertura, porque por el momento no tiene una afluencia de gente tan grande como para que la necesite, Goudin (2016) nos expone la idea de que la economía colaborativa debe de tener un beneficio económico y es por eso que hasta que no se alcance un punto de saturación alto en los mercados urbanos no se implantará, básicamente para que no se tengan pérdidas económicas.

**No se trata de no comprar nada, sino de no comprarlo todo.**

El consumo colaborativo se trata ya de una realidad, todos podemos ver a esos vecinos que comparten su WIFI tanto los que utilizan las plataformas tales como BlaBlaCar, Amovens, etc. Surgen también plataformas en las cuales puedes comprar objetos de segunda mano, por ejemplo Wallapop, vinteed, segundamano.com, milanuncios.com, chicfy, está muy de moda para poder vender todos los elementos que ya no necesitas o no te hacen falta y que otras personas puedan necesitar, todas estas aplicaciones se están convirtiendo en normales, realmente casi todo el mundo las conoce, un elemento clave que debemos de saber es que debemos de tener un cambio más racional, más colaborativo, intenta mejorar nuestra sociedad que pretende ganar a consta de un beneficio propio, en vez de un beneficio común, debemos tratar de complementarla con este nuevo surgimiento de tendencias, se trata de que poco a poco existan más opciones de consumo y se vayan normalizando. Con esto se abre un abanico de opciones que nos permite vivir más con menos, antes se pensaba que la única opción de compra de las cosas era de forma monetaria y que el producto sería nuestro para siempre, sin embargo, ahora la mayoría de la gente se lo piensa dos veces antes de comprar un producto o por el contrario si alquilarlo o comprarlo de segunda mano, la mayoría de las personas compran los libros de texto de segunda mano y es un desperdicio de papel que estamos evitando, así como la nueva medida que se ha implantado en Madrid para alquilar un vehículo si quieres acudir al centro, solo podrá acceder al centro de la ciudad un determinado número de vehículos lo que reduce la contaminación en la zona centro, además de la posibilidad de poder compartir vehículo más de una persona que posiblemente no se conozcan con el fin de ahorrar algo de dinero. Albert Cañigueral (2014)

## Ventajas y desventajas de la economía colaborativa.

Gracias a la economía colaborativa BBVA (2015) podemos contar con varias ventajas a su favor, entre ellas nos ayuda a concienciarnos un poco más con el valor social, es decir promueve la solidaridad entre los usuarios de este tipo de economías, es necesario que exista un mínimo de confianza, pues sería el factor principal. Por otro lado, esto nos lleva a una mejora de los beneficios medioambientales, como ejemplo podríamos decir que la plataforma BlaBlaCar al compartir coche mediante ella ayuda a reducir de forma importante la contaminación y la producción de CO<sub>2</sub>, se intenta aplicar este tipo de economías principalmente al sector servicios y productos, principalmente nos deriva al desarrollo sostenible, ya que nos incita a usar varias veces los productos. Un punto a favor muy importante es que el precio de estos productos es o debería ser mucho más reducido que el de por ejemplo el transporte público, de este modo muchas empresas se verán obligadas a reducir su precio para mejorar la competencia lo que será beneficioso para los usuarios, así se estimulará la actividad económica y la competencia. Los clientes tendrán una mayor variedad de elección, BlaBlaCar suele tener diversos viajes al lugar de destino, con distintos horarios lo que puede beneficiarnos ya que contar con una mayor flexibilidad es más cómodo.

No olvidemos las desventajas que las economías colaborativas nos provocan Méndez, M. (2015), la mayoría de las plataformas tienen un número muy elevado de usuarios, por lo que muchas de ellas llevan a cambiar las políticas, como por ejemplo una subida de precios, como por ejemplo el caso de Uber en nochevieja, ya que hay mucha más demanda y no todos los conductores quieren trabajar ese día, aunque recordamos que Uber no pertenecería a economías colaborativas, ya que sería un empleo. Al tener menos regularización este tipo de plataformas causa desconfianza entre los usuarios, es un aspecto que requiere mejora de futuro. Por otro lado, muchos inversores han observado el éxito que están teniendo estas plataformas colaborativas y pretenden en muchos casos sacarlas a bolsa, lo que provocaría un beneficio excesivamente alto, lo que no podría denominarse economía colaborativa, ya que uno de sus lemas principales es la reducción de gastos sin tener ningún beneficio desorbitado, por ello muchas plataformas imponen precios máximos fijados. Por último mencionar que una desventaja sería crear un monopolio con este tipo de economías, sería ventajoso desde un punto de vista individual al igual que la salida en bolsa que comentábamos anteriormente, por ejemplo los taxistas obtienen beneficio propio e individual a diferencia de Uber que se trata de una empresa de gran tamaño, el problema de crear monopolios es que puede

tener unos precios excesivamente altos, además de que el servicio puede ser pésimo pero no es posible compararlo con otro parecido porque no existe.

### **3. El consumidor de la economía colaborativa.**

#### **Seguridad en las plataformas**

Es necesario que un consumidor se sienta seguro a la hora de realizar el intercambio propuesto por el proveedor como mencionan Par y Kim (2003), para ello es importante que la página sea capaz de transmitirnos una determinada seguridad, así pues, cuanta más seguridad se nos provea mejor calidad tendrá la plataforma.

La economía colaborativa está creciendo de una manera muy rápida, pero entre los impedimentos que nos encontramos a su mejor combinación se encuentran la confianza que tengan los clientes en ello, es decir, una buena plataforma que cause confianza a los consumidores tendrá un mejor efecto a la hora del consumo, así lo comentaron en TNS Political & Social, (2016), para ello es importante contar con una persona responsable en caso de que ocurra cualquier imprevisto.

Sin embargo tenemos que comentar que en el caso del BlaBlaCar existe un desconocimiento con el conductor que te transporta y esta limitación no ha evitado a esta plataforma seguir creciendo, ya que, en muchas ocasiones el cliente lo que pretende con este tipo de plataformas aparte de viajar es conocer gente nueva y salir de su zona de confort, además de esto, para algunos clientes es mucho más importante contar con un transporte de coste reducido y de menor tiempo que otros medios, por eso es posible que prefiera sacrificarse a no conocer al conductor que sufrir los otros problemas si podríamos denominarlos así, como ya nos explicó Domenech Pascual (2015).

Es importante generar buenos mecanismos para la creación de la seguridad, entre ellos se encuentran las valoraciones y opiniones de los consumidores, así los clientes valoran a sus proveedores normalmente en una ratio de 1 a 5 o mediante comentarios, incluso combinando ambas, en ellos se valoran los servicios prestados y/o los bienes utilizados, a raíz de esto otros consumidores podrán consultarlo para de este modo valorar otras experiencias y decidir si adquirir o no ese tipo de servicio.

Para que este método sea eficiente es necesario asegurarse de que las personas que proporcionan estos servicios son las que realmente los han experimentado, en

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

muchos casos se realiza un compromiso con la plataforma para verificar que realmente has participado en este tipo de servicio y que te atienes a las consecuencias en caso contrario, para ello deben de comprobar su identidad, antecedentes penales, etc. (Domenech Pascual 2015).

Un caso conocido es el de Uber, el cual exige a sus conductores el número de matrícula y que sus vehículos no superen un determinado número de años, por seguridad para el cliente. Otra opción que genera confianza es la retirada o baja de los proveedores que no lleguen al nivel de exigencia requerido, ya sea puntualidad, amabilidad, limpieza, etc.

Por otro lado, beneficiar a los profesionales con alto rendimiento, volviendo al caso de Uber, sin un conductor tiene valoraciones muy bajas la plataforma podrá desactivar a este conductor para que no siga colaborando con la plataforma. Muchas plataformas describen las características de los proveedores, tales como el aporte de información personal del proveedor, por ejemplo en BlaBlaCar el conductor pone una pequeña biografía sobre él, su número de teléfono y su edad, esto hace que los clientes tengan más seguridad y confianza a la hora de elegir un conductor, incluso algunas plataformas obligan a poner ambiciones y proyectos recientes como en PeoplePerHour, así mismo algunas plataformas basadas en servicios que implican determinadas habilidades o determinados conocimientos profesionales permiten que de forma voluntaria los trabajadores realice pruebas en las cuales evalúan sus destrezas que considera interesantes para la atracción o confianza para los clientes, este tipo de evaluaciones se deben de realizar de forma periódica para que los proveedores no pierdan la costumbre si en un determinado periodo de tiempo no han ejercido ese servicio. (Domenech Pascual 2015).

Por último mencionar que algunas de las plataformas cuentan con centros de soporte y garantía sobre el trabajo realizado, un elemento que causa mucha confianza y seguridad a los consumidores ya que, en el momento que tengan que realizar alguna queja disponen de un lugar en el cual realizarla, sin depender de un email o plataforma online que les proporciona una respuesta que ellos no buscaban e implique más tiempo de la cuenta, dentro de estos soportes podemos incluir el seguro con el que cuentan algunas plataformas, como por ejemplo el seguro de cancelación de Airbnb o lo que podemos denominar como fianza en el caso de que el huésped realice algún tipo de desperfecto en la vivienda ( Jacques Bulchand y Santiago Melián 2017)

## ¿Por qué los consumidores usan las plataformas colaborativas?

Al ser la economía colaborativa un medio relativamente nuevo es difícil poder decir a ciencia cierta un objetivo clave, mediante algunos estudios podemos observar que la causa principal es la confianza que transmiten los proveedores a los clientes en este tipo de plataformas, así pues, con lo mencionado anteriormente respecto a la seguridad podemos indicar que ayuda a la utilización de este tipo de medios.

Actualmente la mayoría de la población es muy confiada por lo que según Mazzella Sundarajan (2016) se trata de pasar de confiar en las instituciones a confiar en nuestros pares, para ello se deben de cumplir seis pilares básicos, tales como una información declarada tanto de los proveedores como de los consumidores, una serie de valoraciones para ver la calidad del servicio, se debe de cumplir un compromiso o empatía con el otro, los usuarios y perfiles deben de ser activos, que se cumpla un plazo determinado de respuesta para evitar conflictos, debe de existir una moderación de comentarios ante terceros que en la mayoría de los casos son independientes, y por último una relación social entre los miembros de la plataforma y poder visitar los perfiles públicos. Esto se denomina DREAMS (Información Declarada, Ratings, Engaged, perfiles Activos, Moderación de comentarios y relación Social).

Estos autores anuncian en su estudio que en plataformas como BlaBlaCar las relaciones existentes son casi como las que se tienen con su familia o amigos, pero reducidas a las que se tienen con compañeros o vecinos, es por eso que un beneficio de esta plataforma es el poder contar con esa persona de forma no oficial mediante la plataforma, sino de forma que quedas con un amigo para reducir gastos al realiza un viaje, esto es una gran ventaja porque se evitan los gastos de gestión.

“Las principales causas para el uso de la economía colaborativa son el disfrute intrínseco asociado a la participación en la misma y las ventajas económicas en términos de tiempo y dinero” Hamari (2015). También se menciona que los clientes tienen un interés por la sostenibilidad, pero este interés proviene de antes, no surge principalmente de la economía colaborativa.

En el libro de Cañigüeral (2014) se analizan también las razones por las que las personas comparten sus bienes, entre ellas apuntan razones de bienestar, experiencias y descubrimiento de otras personas, en cuanto al tema medioambiental queda en segundo plano, ya que la mayoría de las personas no piensan en ello como primera opción al compartir. En el caso del transporte las principales razones para la utilización de estas

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

plataformas como por ejemplo BlaBlaCar y Amovens es la comodidad, el ahorro de tiempo y de dinero mucho más que los motivos medioambientales, Shaheen (2016).

Una muestra estadounidense realizada por un informe en PwC (2015) nos indica que lo que más les llama la atención de la economía colaborativa son los costes reducidos, una gran variedad de opciones y una fácil accesibilidad, ya que la mayoría de ellos se hacen mediante una aplicación móvil. Por otro lado, los europeos destacan algunas ventajas tales como una buena accesibilidad a los servicios que se nos proporcionan son más sencillo (41%), resulta más barato o gratis (33%), existen las posibilidades del intercambio de servicios en vez de dinero (25%), se ofertan nuevos servicios o diferentes a lo que estamos acostumbrados (24%) estos datos aparecen reflejados en el Flash Eurobarometer 438 (2016).

Por otro lado, Telles (2016) menciona que tienen mejores precios más bajos y que mediante las valoraciones se confía más en estas plataformas además de la mejora de la experiencia por parte del consumidor ya que se reducen los papeleos y no es necesario realizar muchos pasos.

En el caso de España el Estudio Anual de eCommerce 2016 de IAB Spain indica que las principales causas son los precios, la comodidad, la sencillez y el encontrar lo que se va buscando de una manera rápida y fiable, el informe de la OCU (2015) coincide con lo citado anteriormente, ya que la causa principal es un ahorro económico junto con la flexibilidad que este tipo de plataformas nos concede, según este informe la mayoría de los clientes repetirían.

No podemos obviar que muchas personas tienen también juicio de valores, es decir, intentan contratar ese servicio o bien con el proveedor que más se acerque a lo que el cliente va buscando o con quien realmente desea relacionarse, no existe problema ya que la economía colaborativa como ya hemos mencionado anteriormente permite transparencia entre sus usuarios.

Como indican Porter y Kramer (2011) muchas empresas tradicionales se centran más en conseguir nuevos clientes que en conservar los que ya tienen, esto es un aspecto negativo que las diferencia de las plataformas de economía colaborativa, ya que estas últimas muestran un mayor efecto de cercanía y de mayor hospitalidad, este efecto puede ser causado por la novedad de este modelo, pero cabe la posibilidad de que disminuya con el paso del tiempo y conocimiento de esta nueva economía a medida que se

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

aumente el uso de estos servicios y se lleve a cabo un proceso estandarizado y no tan común como el de las economías tradicionales.

Tener en cuenta que existen también barreras ante la economía colaborativa, principalmente la normativa y regularización, así como la confianza en los demás, temas relacionados con la seguridad y la privacidad o el conflicto que puede surgir derivado de la compartición de estos servicios, por otro lado saber que una barrera muy importante es la del desconocimiento ante estas plataformas, resulta importante saber que los usuarios de este tipo de economías se tienen que mentalizar de que no es necesario la posesión individual de un bien, sino que es importante saber compartir ese bien, como ejemplo podemos poner el del transporte, ya que tenemos una gran variedad de tipos que podemos utilizar y no necesariamente tenemos que poseer de un automóvil propio.

### **Perfil del consumidor.**

El tipo de perfiles más común que utilizan la economía colaborativa va asociado a jóvenes, urbanizadas con igualdad entre hombres y mujeres, en la línea de lo que sería la difusión digital, en los últimos años este perfil ha cambiado, ya que lo empiezan a utilizar un público mucho más global, en base a que cada día más personas son capaces de utilizar las economías colaborativas. Según informes recogidos por el Flash Eurobarometer 438 (TNS Political & Social, 2016) indica que entre el 60-80% de las personas se ofrecerían como proveedores de los servicios de economías colaborativas, el 90% indican que en un futuro no les importaría hacer uso de estos servicios, en cuanto al tipo de perfiles, los hombres en mayor media de entre 25 y 39 años son los que más declaran haber usado este tipo de plataformas de economía colaborativa, las edades comprendidas entre 40-54 afirman que lo han utilizado de manera regular, pero realmente los que se formaron académicamente hasta los 20 años son los que más declaran haber utilizado estas plataformas.

## 4. La economía colaborativa en el transporte. El caso de BlaBlaCar.

### Origen de BlaBlaCar

BlaBlaCar surge de una idea en las navidades del 2003 donde a raíz de una necesidad su fundador Frédéric Mazzella tenía que volver a casa y no quedaban billetes de tren libres, finalmente logró que su hermana lo recogiera de camino en coche y durante el trayecto de vuelta a casa se dio cuenta de que la mayoría de los coches que viajaban eran conductores que iban solos con un montón de plazas libres, de esto modo surgió la idea de crear una red social que pusiese en contacto a conductores con asientos libres con pasajeros que necesitases hacer ese mismo trayecto.

La compañía empezó a funcionar como tal en el año 2003 y actualmente ya funciona en 22 países tales como Francia, España, Italia, Reino Unido, Portugal, Polonia, Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), Alemania, Ucrania y Rusia, Turquía, India, Hungría, Rumanía, Croacia, Serbia, México, Brasil, República Checa y Eslovaquia, convirtiéndose así en la mayor red social mundial de viajes en coche compartido. Además, cuenta con más de 500 empleados en sus ocho oficinas. ([www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)).

En España desde enero de 2010 ([www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)), BlaBlaCar es la mayor red social de viajes de larga distancia en coche compartido con más de 70 millones de usuarios en 22 países (5 millones en España). La red social pone en contacto a personas que quieren realizar un trayecto común y coinciden para hacerlo el mismo día.

Los usuarios comparten los gastos del viaje sin obtener beneficio. Para ello, BlaBlaCar recomienda en la plataforma una aportación por usuario y viaje de 0,06 euros por kilómetro apropiada para la compartición de gastos inherentes a la conducción (gasolina, peaje, mantenimiento, seguros, impuestos, etc.) y limita la aportación máxima que pueden solicitar los conductores de tal manera que no se superen estos gastos.

BlaBlaCar prioriza la opinión de sus usuarios es por eso por lo que intenta estar en constante actualización, es uno de sus valores principales, tratan de anticiparse a las necesidades de sus clientes, es por eso por lo que aprenden y crecen como un único equipo, construyen nuevos conocimientos y los comparten esto ayuda a poder innovar día a día.

Figura 2: Países en los que existe BlaBlaCar



Fuente: [www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)

### Funcionamiento de la plataforma

Es importante saber el funcionamiento de esta plataforma, ya que no es necesario registrarse para utilizarla, únicamente en el caso de que se quiere reservar una plaza será necesario registrarse, para ello hay dos opciones, mediante Facebook o por otro lado mediante un correo electrónico.

Cada conductor es el responsable de publicar su viaje en esta plataforma ([www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)), normalmente BlaBlaCar aconseja que haya un máximo de 4 personas en el coche, pero se deja a opción del conductor, por otro lado se debe de indicar el lugar de recogida, junto con la hora y el tamaño de equipaje que éste podría llevar, si se puede fumar en el coche, la posibilidad de elección de música, si acepta mascotas, si es hablador o prefiere un viaje silencioso, en los últimos meses BlaBlaCar ha dado la opción también a los conductores de indicar si se podrían desplazar a otras zonas o no a buscar a sus pasajeros, esta plataforma a su vez ayuda a fijar un precio adecuado al trayecto, no nos olvidemos que se trata de economías colaborativas, no de un viaje al que se le pueda sacar un beneficio extraordinario.

Cuando un pasajero solicita una plaza existen dos opciones, una es la aceptación automática en la cual el conductor no debe de hacer nada, y por otro lado existe la

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

aceptación manual, en la cual el conductor puede aceptar a esa persona para que viaje con él o no, al hacer la reserva de un viaje el pasajero debe de solicitar un lugar de salida y otro de llegada, como por ejemplo Madrid-Barcelona y el día en que le gustaría realizar ese trayecto, en ese momento aparecerán todos los viajes que se hayan publicado para ese día, si no existiese ninguno hay una opción en la cual se puede poner una alerta, para que en el caso de que surgieran viajes se le notificaría al pasajero, cuando se publiquen todos los viajes, el pasajero deberá de elegir a su conductor, las preferencias pueden variar, entre la hora, el precio del trayecto, o incluso la propia fotografía que se tenga puesta, en ese momento se realizaría la reserva, en la cual es necesario añadir un número de tarjeta junto con tus datos, para más fiabilidad del conductor, BlaBlaCar obtiene una parte del precio que se ha impuesto, los denominados gastos de gestión, en el momento en el que el conductor ambos reciben un SMS o un email con los datos del otro para poder contactar y ultimar los detalles antes del viaje. ([www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)),

Es importante tener en cuenta el hecho de que si surgiera algún problema con el viaje y el pasajero lo tuviera que cancelar dependiendo las fechas en que se cancele se podría devolver parte del dinero, así pues si se trata de más de 24h se devolvería íntegramente menos los gastos de gestión, si se cancela 12h antes únicamente se daría el 50% del precio, y si se cancela después de que el viaje ocurra no se recuperaría el dinero, por otro lado si el conductor es quien lo cancela se devolvería totalmente el importe y si fuera en el mismo día del trayecto BlaBlaCar se encargaría de buscar otro vehículo que te llevara tu destino, corriendo el con los gastos.

Existen conflictos abiertos sobre si BlaBlaCar es realmente un tipo de economía colaborativa o en realidad es una plataforma ilegal, según Otto, (2015) se trata de una red social cuyo objetivo es conectar a personas particulares permitiéndoles compartir gastos de un viaje en coche, su objetivo no es obtener un beneficio económico, sino compartir los gastos asociados ante un trayecto común, en el cual muchas veces se utiliza también para conocer gente nueva, las conductores no se dedican exclusivamente a realizar este tipo de trayectos, sino que pretenden compartir su coche ante un viaje que tienen que hacer, si es cierto que el precio lo pone el conductor, pero por supuesto BlaBlaCar no permite excederse de unos límites ya que como hemos comentado anteriormente no se trata de obtener beneficios, sino de reducir gastos.

### Niveles de BlaBlaCar

BlaBlaCar premia a sus usuarios ofreciéndoles subidas de nivel, es decir, una persona que lleva mucho tiempo utilizando la plataforma tiene mejor nivel que una que se acaba de registrar, para ello es necesario realizar viajes, tanto como conductor como pasajero, lo que realiza esta distribución de niveles es generar más o menos confianza entre los usuarios, como hemos comentado anteriormente, todo es importante a la hora de seleccionar un viaje u otro, el conductor, el horario, el precio, la experiencia, es aquí donde se puede hacer un análisis más crítico, pues a muchos usuarios de esta plataforma les parece mucho más seguro viajar con una persona que utiliza BlaBlaCar de forma continuada a una que s principiante, en total podemos observar cinco niveles de experiencia.

**Figura 3: Niveles de experiencia en la plataforma BlaBlaCar**

	Principiante	Intermedio	Avanzado	Experto	Embajador
E-mail y Móvil certificados	¡Bienvenid@!	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Perfil Completo		> 60%	> 70%	> 80%	> 90%
Nº de opiniones positivas recibidas		1 opinión	3 opiniones	6 opiniones	12 opiniones
% de las opiniones positivas recibidas		>60%	>70%	>80%	>90%
Antigüedad		1 mes	3 meses	6 meses	12 meses

Fuente: [www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)

Lo que podemos observar en esta tabla es que el tiempo que lleves usando BlaBlaCar, los comentarios que te dejen junto con las estrellas que te dejes (de 1 a 5) y lo completo que esté tu perfil va a influir para así subir o no de niveles, un usuario a la hora de elegir conductor puede acceder a toda esta información antes de reservar la plaza, tanto si es conductor, como si es pasajero, por ejemplo si una persona tiene muchos candidatos para realizar un viaje, lo primero que hará será analizar los distintos perfiles que se pueden elegir, según las puntuaciones y comentarios que tenga ese usuario te ayudará a elegir o no, preferiblemente se suele elegir las personas con mejor

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

puntuaciones, ya que casi se pretende realizar un viaje tranquilo sin armar escándalos, estos comentarios y valoraciones ayudan a evitar coincidir con gente que es poco agradable a la hora de viajar con ellos, además de ser un método que están utilizando varias plataformas, ya que es lo que más confianza transmite a los usuarios, las valoraciones no se pueden realizar hasta que el viaje no ha terminado, es decir, no existe ninguna posibilidad de mentiras o fraude en este aspecto, ya que solo las personas que hayan viajado pueden realizar estas valoraciones, BlaBlaCar también invita a sus usuarios a crear una pequeña biografía, junto con una fotografía, esto ayuda a que la gente se haga una idea de tu personalidad y de tu físico ([www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)). A la hora de dejar una opinión, primero hay que seleccionar como fue la experiencia, para ello hay 5 niveles: genial, muy bien, bien, regula y mal. Y a continuación escribir brevemente como fue, si el conductor fue puntual, si lo recomendases... Además, si se está escribiendo sobre el conductor, se puede evaluar su conducción de manera anónima, si fue seguro o no el viajar con él, tienes un máximo de 14 días para dejar la opinión.

## **5. Análisis empírico de los condicionantes del consumidor de BlaBlaCar.**

Con el fin de analizar un tipo de plataforma de economía colaborativa, en este caso BlaBlaCar y hacerlo de una forma más profunda en la que un público objetivo pueda dar su opinión he realizado una encuesta, se ha realizado vía online, principalmente a ciudadanos de la provincia de Valladolid y alrededores, pero contando con la ventaja de ser una usuaria de este tipo de plataforma y contar con varios contactos que realizan viajes de forma habitual Valladolid-Asturias podemos contar también con ese público, contamos con que la encuesta online tiene una alta posibilidad de respuesta, ya que es mucho más sencilla que una encuesta postal o por el contrario mediante llamada telefónica, tenemos la posibilidad de incluir imágenes, sonidos, videos que puede ayudar a una fácil comprensión. Existe algún factor negativo como el poder controlar exactamente los perfiles que la realizan ya que es anónima, por otro lado, sería obligatoria la conexión a internet. La encuesta tiene como primeras preguntas algunas de tipo demográfico, pues queremos saber cuál es el tipo de población que ha decidido realizarla, de qué edad, sexo, condición social, etc. Por último, las preguntas tienen relación más concreta con la plataforma y con las economías colaborativas.

## Metodología

Con el fin de analizar los usuarios y la toma de sus decisiones respecto a la plataforma BlaBlaCar se ha utilizado una metodología basada en un cuestionario, que permita obtener datos para analizar las distintas decisiones que toman nuestros usuarios y por consiguiente si todo el mundo es usuario, etc.

Las tres primeras cuestiones son de tipo demográfico, ya que nos interesa saber a qué tipo de público vamos a llegar, tanto si es hombre o mujer, una aproximación de la edad que tienen e incluso la ocupación que desempeñan en la sociedad, tanto si son estudiantes, empleados jubilados, etc. La facilidad en este tipo de preguntas es que únicamente se puede seleccionar una respuesta, lo que es lógico ya que son cuestiones básicas.

Las siguientes tres cuestiones van dirigidas al tema del viaje, es decir, aproximadamente la cantidad que una persona suele salir de viaje un mes, cual es el medio de transporte utilizado cada vez que se quiere viajar e incluso cual es el motivo de tus viajes, por trabajo, ocio, etc. En este tipo de cuestiones se da pie a poder responder con varias respuestas, esto nos dificultaría un poco el estudio a la hora de exponerlo, pero da la libertad también de poder responder con respuestas libres.

Las cuestiones 7-8-9-10-11 son dedicadas al conocimiento de la plataforma BlaBlaCar, sin la conocen, donde comenzaron a hablar de ella, mediante que medios de comunicación, si en algún momento la han utilizado, que puntuaciones le darían a esta plataforma, si en caso de poder utilizarla en el extranjero lo harían o no. En este tipo de cuestiones conoceremos hasta que alcance llega esta plataforma. En este tipo de encuestas es posible seleccionar de 1 a 5 la cantidad de veces que has viajado a través de BlaBlaCar, siendo 1 nada y 5 bastante, por otro lado, de 1 a 5 también se pretende que se valore esta plataforma, siendo 1 la puntuación más baja y 5 la más alta.

Las preguntas 12-13 son preguntas más concretas dirigidas a las personas que suelen utilizar BlaBlaCar de forma más usual, es decir, personas que tienen una gran experiencia en el tema y que nos pueden indicar cuales son los factores que más les influyen a la hora de elegir un viaje, tanto el horario como el precio como los distintos elementos que nos expone la plataforma, es posible seleccionar más de un factor importante, ya que todos ellos son buenos condicionantes a la hora de elegir un viaje, se da pie a una pregunta personal en la que el encuestado nos puede exponer sus malas experiencias en la plataforma.

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

Las cuestiones 14-15-16-17 nos van a exponer que nivel de objetividad tienen las personas en esta plataforma, ya que son preguntas que se pueden extrapolar fuera de la plataforma, es decir, si una persona recomendaría o no este tipo de plataformas a amigos o familiares, por otro lado saber si debido a este tipo de plataformas se pueden encontrar nuevas amistades, ya que muchas veces los ofertantes de este tipo de recorridos lo realizan por el hecho de no tener que viajar solos, cuestiones como por ejemplo si una vez utilizada esta plataforma existe la posibilidad de volver a contactar con el conductor de manera externa, para finalizar este módulo de preguntas se da la posibilidad a los encuestados de aconsejar mejoras dentro de esta plataforma. Todas las preguntas son cerradas, es decir, no se da pie a mucha más alternativa que la de un sí o un no, exceptuando la última cuestión que permite dejar un largo comentario

Por último, las preguntas 18-19-20-21 son más relacionadas con las economías colaborativas, que son la base principal de este proyecto, es por eso por lo que son de gran importancia, ya que queremos saber si a las personas les influye la gran cantidad de mejoras que utilizar este tipo de economías conlleva, por qué razón utilizan este tipo de economías, si tienen alguna condicionante, ya sea ideológico, económico, etc. La última pregunta va dedicada a todos aquellos encuestados que tengan un poco de imaginación y puedan exponer nuevas ideas a la hora de utilizar este tipo de economías, ya sea en el ámbito servicios, como en el de los transportes, cualquier idea es bien recibida. Ambas cuestiones dan libertad de opinión a todos los encuestados para que añadan su razón oportuna, o por otro lado expongan sus ideas.

En total el cuestionario se compone de 21 preguntas diseñadas con el propósito de dar respuesta a los objetivos generales y específicos del trabajo.

La encuesta se ha realizado mediante Google drive, ya que se trata de una fuente fiable a la hora de ver y realizar la cuestiones, la encuesta se puede realizar a partir de los 18 años ya que sería la edad mínima que la plataforma exige para poder utilizarla, los encuestados fueron gente cercana, familiares, amigos, etc. La forma principal en la que esta encuesta se ha hecho llegar ha sido WhatsApp, de esta forma ha sido mucho más sencillo poder pasar el enlace, las fechas en las que esta encuesta se ha realizado han sido entre el 2 de mayo de 2019 y el 9 de mayo de 2019, el total de respuestas fueron de 152, sin ninguna selección previa en cuanto a género, edad, así como tampoco sin saber si eran o no eran usuarios de BlaBlaCar.

Figura 4. Encuesta realizada.



The image shows a screenshot of a Google Forms survey. At the top, there are two tabs: 'PREGUNTAS' and 'RESPUESTAS' with a count of '152'. The title of the survey is 'Economías Colaborativas. BlaBlaCar'. Below the title, there is a paragraph of text: 'Soy estudiante de la Universidad de Valladolid y estoy realizando mi trabajo de fin de grado sobre las economías colaborativas, en concreto el caso de BlaBlaCar, me ayudaría mucho si colaboraran conmigo a la hora de responder esta pequeña encuesta. Las respuestas se utilizarán para este fin, son confidenciales y anónimas. Es importante que responda con sinceridad. Gracias por su colaboración.' Below this text, there are two sections of questions. The first is 'Sexo \*' with two radio button options: 'Hombre' and 'Mujer'. The second is 'Edad \*' with two radio button options: '18-25' and '26-35'.

Fuente: Elaboración propia. Encuesta vía Google drive.

## Resultados

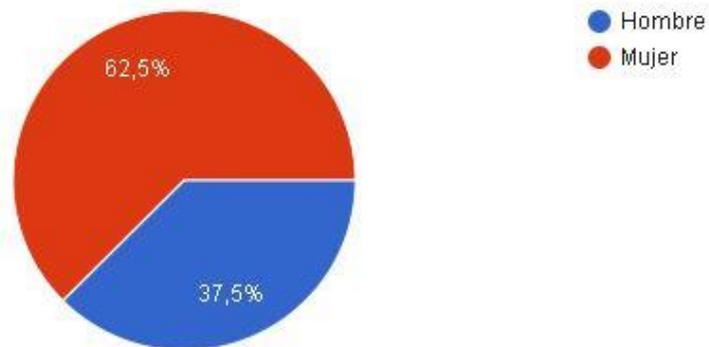
### Características demográficas

En este apartado se presentan las principales características socio demográfica de la muestra recogida, así como su género, su edad y su ocupación.

Figura 5. Sexo de la muestra.

### Sexo

152 respuestas



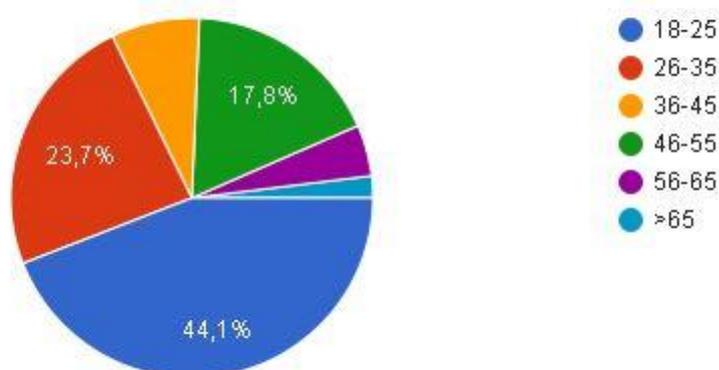
Fuente: Elaboración propia.

- El género predominante en esta encuesta ha sido el femenino, posiblemente debido al entorno donde se ha distribuido el cuestionario, las mujeres predominan ya que serían el 62,5% de las encuestadas, mientras que, por otro lado, el género masculino nos quedaría reducido a un 37,5%.

Figura 6. Edad de la muestra.

## Edad

152 respuestas



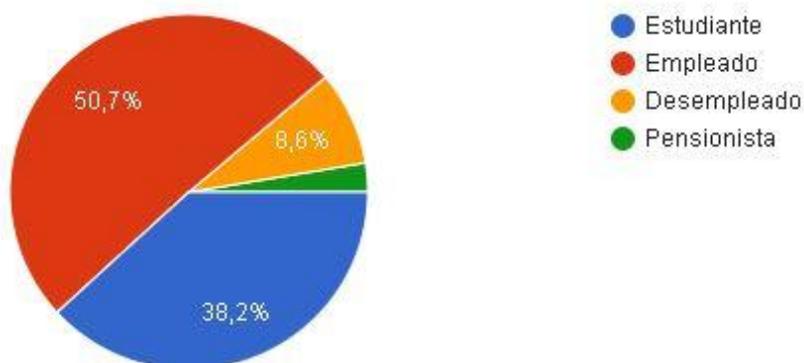
Fuente: Elaboración propia.

- En cuanto al análisis de la edad de los encuestados, el grupo dominante es de los jóvenes entre 18-25 años de edad que ocuparían el 44,1% de los encuestados, a continuación sería el grupo de entre 26-35 años, el cual correspondería a un 23,7% de todas las respuestas adquiridas, seguido de un grupo de edad más elevada que sería el correspondiente a los 46-55 años de edad, cuyo porcentaje en respuestas sería de 17,8%, a continuación le seguiría el grupo de edad entre 36-45 años que correspondería al 7,9 % solo 12 de los encuestados corresponderían a este grupo, seguidos de 7 encuestados que tendrían una edad entre 56-65 años, lo que correspondería al 4,6%, para finalizar 3 fueron las personas mayores de 65 años que contestaron a esta encuesta.

Figura 7. Ocupación de la muestra

### Ocupación

152 respuestas



Fuente: Elaboración propia

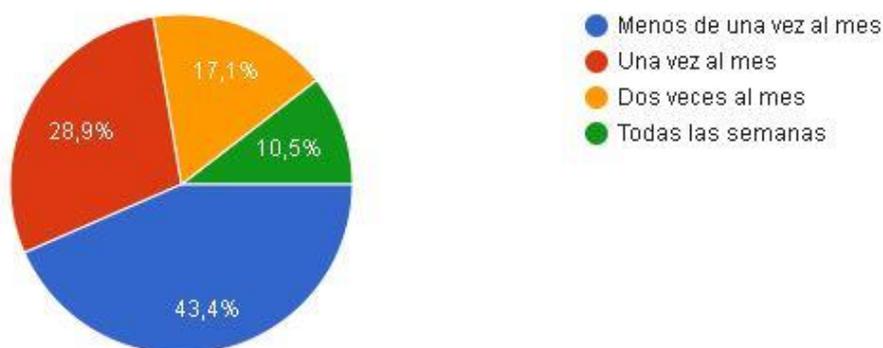
- En la distribución de los encuestados por ocupación resaltan los empleados ya que son más de la mitad, con un 50,7%, en segundo lugar destaca el grupo de estudiantes los cuales aportan el 38,2% de las respuestas, a continuación el grupo desempleado en este caso han sido 13 personas las que nos han respondido y correspondería al 8,6%, para finalizar el grupo minoritario es el de los pensionistas con 4 respuestas lo que correspondería a 2,6%. De nuevo hay que añadir que estos resultados son debidos al entorno en el que ha sido distribuida esta encuesta.

## Afluencia de viajes

Figura 8. Frecuencia de viajes.

¿Con qué frecuencia sueles salir de viaje?

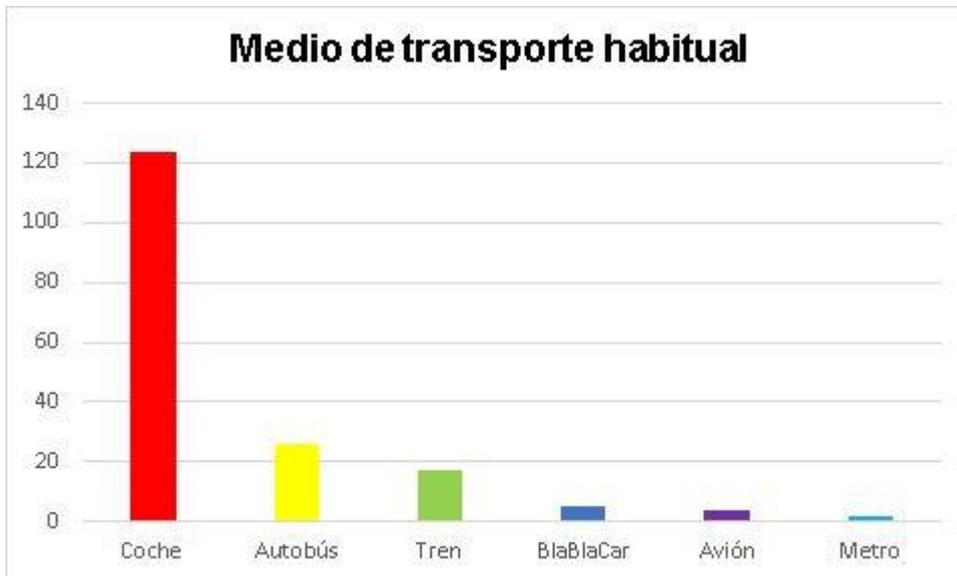
152 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

- En cuanto a la afluencia en la que nuestros encuestados salen de viaje, nos encontramos con que la mayoría de ellos se van de viaje menos de una vez al mes, correspondería al 43,4% lo que serían unos 66 encuestados, en segundo lugar se posicionarían las personas que viajan una vez al mes con el 28,9% del total lo equivalente a 44 personas encuestadas, en tercer lugar podemos observar que el 17,1% viaja fuera más de dos veces al mes, es decir 26 personas, por último la minoría correspondería a 16 personas que son las cuales viajan todas las semanas, posteriormente podemos observar cual es el motivo de los viajes de la gran mayoría de los encuestados, este grupo correspondería al 10,5%.

**Figura 9. Medio de transporte que más utiliza la muestra**



*Fuente: Elaboración propia.*

En esta cuestión hemos recibido 152 respuestas en la cual predomina el uso del coche en mayor medida 124 de los encuestados utilizan el coche como principal medio de transporte, lo que sería equivalente a un 81,6%, en segundo lugar, predomina el autobús, posiblemente porque tiene unos precios muy reducidos en los últimos años en comparación con otros medios de transporte, 26 personas son las que usan en mayor medida el autobús, lo que correspondería a un 17,1%, en tercer lugar, podemos observar que el segundo medio de transporte más utilizado es el tren con 17 personas que votan a favor de él, lo que corresponde al 11,2% en esta cuestión existía la posibilidad de votar a más de un vehículo ya que no siempre viajamos con el mismo medio de transporte. Por otro lado, BlaBlaCar no es el medio de transporte más utilizado por la población encuestada, posiblemente por el grupo de personas al que ha llegado la encuesta, únicamente 5 de ellas utilizan BlaBlaCar con medio de transporte más habitual, algo que podría cambiar si compartiéramos coche de forma más asidua, correspondería a un 3,5 % de los encuestados, por último, mencionar el avión y el metro el cual lo utilizan como transporte habitual 4 y 2 personas respectivamente.

**Figura 10. Motivo**



*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto al motivo por el cual las personas realizan sus viajes son bastante variados, 130 personas contestaron que su principal motivo de viaje es el ocio/ turismo, en la actualidad es por lo que la gente más suele viajar, estos valores corresponderían a un 85% de los encuestados, en segundo lugar el 15% es decir 22 personas viajan por trabajo, debemos de ser conscientes que actualmente hay muchas personas que se tienen que desplazar varios kilómetros a la hora de trabajar, sobre todo en zonas donde sigue predominando vivir en los pueblos y trabajar en las ciudades, a continuación, le siguen las personas que viajan por estudios, que serían un total de 12, un 7,8% de las personas encuestadas son estudiantes que por determinadas circunstancias tienen que desplazarse para poder realizar sus estudios, posiblemente porque en la zona que viven no tengan disponibilidad de realizarlos. Posteriormente otro de las medidas que más se ha observado en la encuesta es la familia, ya que muchas personas viajan para volver a su hogar y disfrutar de su familia, un total de 8 encuestados indicó esta opción, por último, destacar que dos personas indicaron que viajaban por deporte, posiblemente porque pertenezcan a algún tipo de club que realice competiciones de forma nacional.

## Conocimiento de BlaBlaCar

Figura 11. Conocimiento de BlaBlaCar

¿Conoces BlaBlaCar?

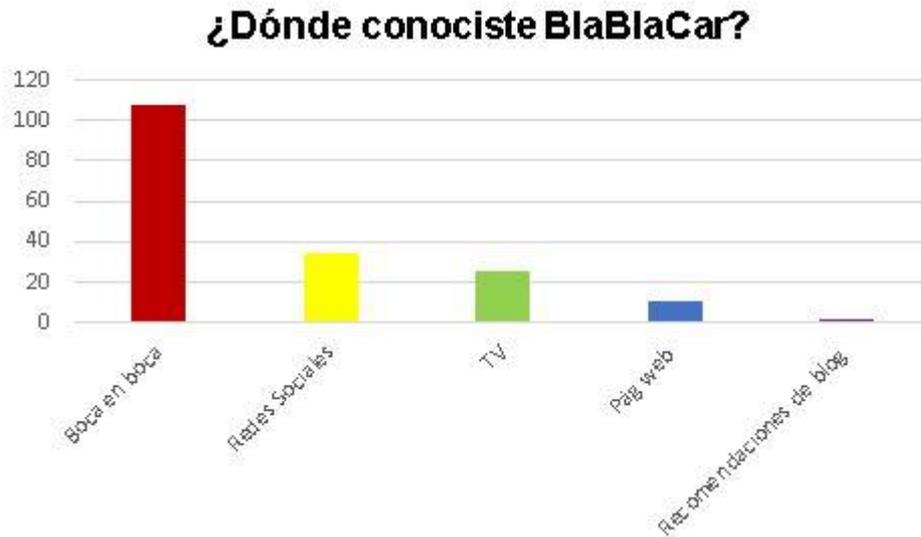
158 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el gráfico, la mayoría de la población encuestada conoce BlaBlaCar 148 personas conocen esta plataforma, mientras que 5 personas, el 3,3% restantes no han oído hablar de ella y, por lo tanto, a partir de esta respuesta muchas de las siguientes preguntas no han podido ser contestadas.

Figura 12. ¿Dónde conociste BlaBlaCar?



Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta hemos tenido un total de 149 respuestas, las cuales han variado bastante, en primer lugar la mayoría de la población encuestada conoce la plataforma BlaBlaCar debido a que ha oído hablar de ella entre sus familiares y amigos, 108 personas son las cuales nos han indicado este medio de comunicación, en segundo lugar, BlaBlaCar ha tenido gran influencia en las redes sociales, ya que 34 personas lo han visto promocionado mediante este medio de comunicación, lo que correspondería a un 22,8%, en tercer lugar podemos observar que la televisión ha tenido también gran influencia en esta plataforma, sobre todo por los anuncios que tuvo años atrás, 25 personas son las que conocen esta plataforma a través del medio televisivo, añadir que los encuestados pueden elegir más de una opción en la cual han conocido esta plataforma, ya que este tipo de pregunta daba pie a ello, por último nos quedan votaciones en las páginas web y las recomendaciones de blog, ya que han recibido 11 y 2 votos respectivamente, podemos concluir que el mejor medio de comunicación para esta plataforma ha sido el boca en boca, como en muchas otras empresas o compañías.

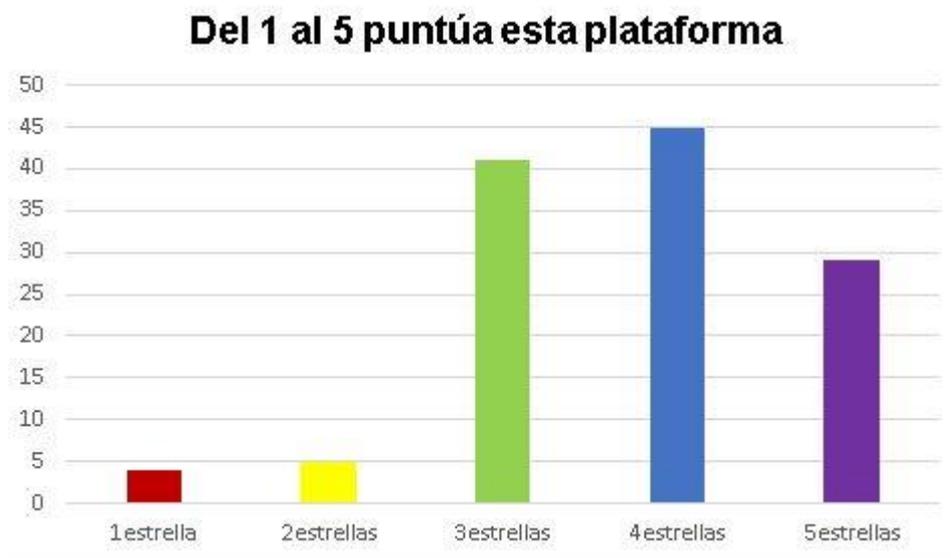
Figura 13. Usos en la plataforma



Fuente: Elaboración propia

De los 152 encuestados el 57,9% nunca ha utilizado esta plataforma, es posible que estos datos varíen si la muestra tomada fuera otra, sin embargo el 48,1% lo ha utilizado al menos una vez en su vida, en la gráfica podemos observar la cantidad de veces que ha utilizado la plataforma el resto de la muestra, 9 personas lo han utilizado muy pocas veces, lo equivalente a un 5,9% de nuestra muestra, 15 personas lo utilizan alguna vez, aproximadamente un 9,9%, podemos observar como las personas que lo utilizan una vez suelen repetir ya que está claramente diferenciado como aumenta del uso de pocas veces al uso de bastantes veces, posiblemente sea porque el trayecto que han realizado ha sido de condiciones favorables, seguido del uso de muchas personas respecto a la plataforma el porcentaje es de 10,5% lo que resulta de 16 personas, y por último de las personas que han utilizado esta plataforma el mayor número que la ha utilizado lo ha hecho bastantes veces, en este caso 28 personas, aunque debemos de saber que la mayoría de la población sigue sin utilizar esta plataforma.

Figura 14. Puntuación de la plataforma



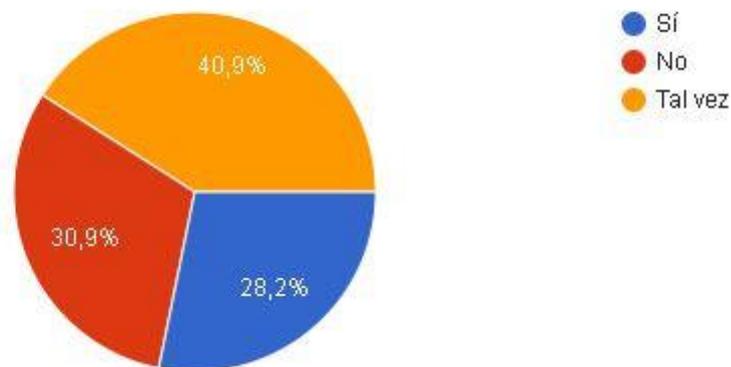
Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta hemos recibido 124 respuestas, a medida que transcurre la encuesta vemos como se reducen las respuestas ya que mucha gente que no ha utilizado la plataforma no sería capaz de contestarlas debido a su desconocimiento. La mayoría de las personas que han contestado le dan buena puntuación a BlaBlaCar, recordando que la mayoría de nuestra muestra no ha utilizado esta plataforma podemos asegurar que el boca en boca hace efecto a la hora de tener buenas opiniones de esta plataforma, lo que es algo positivo ya que a través de esta encuesta es probable poder encontrar nuevos usuarios, como refleja el gráfico la mayoría de las puntuaciones serían entorno a las 3-4 estrellas, y podemos ver que apenas se aprecian votos negativos, únicamente 9 personas votaron menos de 3 estrellas, posiblemente esto se deba a experiencias que hayan vivido, sin embargo haciendo una valoración general, BlaBlaCar nos aporta más cosas positivas que negativas.

Figura 15. Uso de la plataforma en el extranjero.

¿Utilizarías esta plataforma en el extranjero?

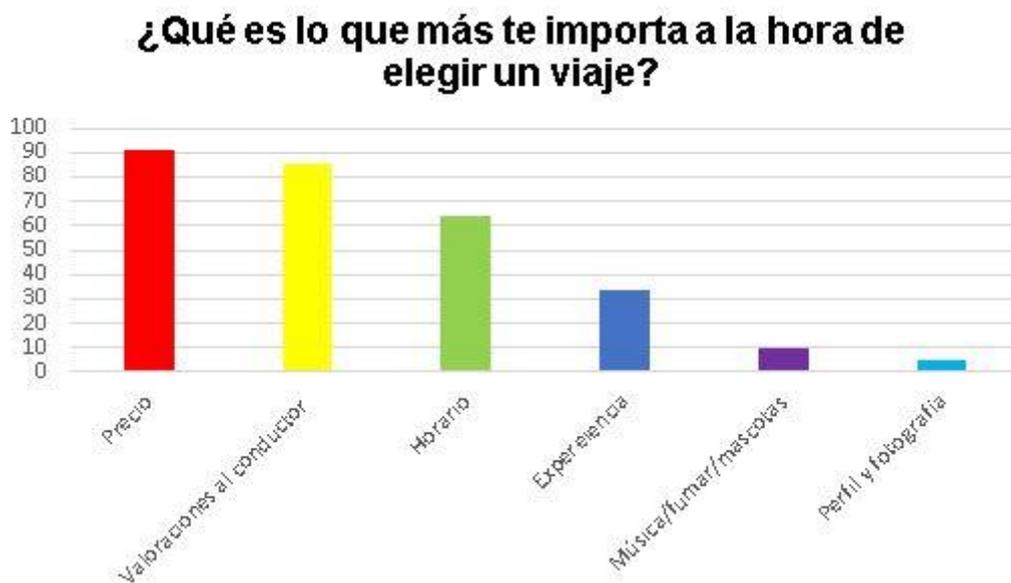
149 respuestas



Fuente: Elaboración propia

De las 149 respuestas que hemos recibido acerca de esta pregunta, la mayoría como podemos observar no sabríamos si utilizaría esta plataforma en el extranjero, esto se debe a los temas legales que se rijan en ese país, la complejidad del idioma, las distintas costumbres, una persona que ya haya viajado por ejemplo a Irlanda y conozca el funcionamiento de ese país no tendría problema en poder utilizarlo, ya que en caso de tener algún problema no tendría dificultades para solucionarlo. Por otro lado, podemos observar que mucha más gente decidiría no utilizar este tipo de plataformas, exactamente 46 personas, a diferencia de las 42 que sí que lo utilizaría en el extranjero.

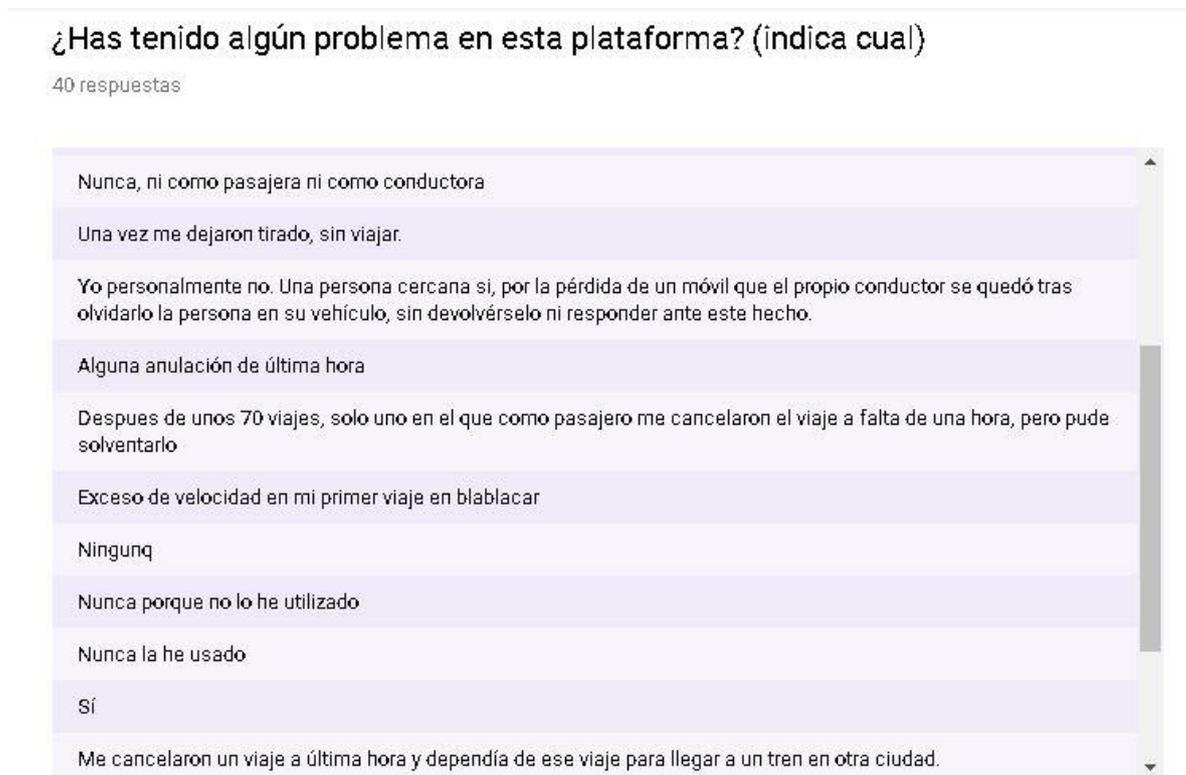
Figura 16. Factores que influyen a la hora de elegir un viaje



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta nos permitía la opción de poder seleccionar varias opciones, ya que las personas que utilizan BlaBlaCar no se rigen por un único factor. A la hora de elegir un viaje lo más importante para la muestra que hemos elegido es el precio del viaje 91 personas lo consideran vital, realmente un viaje por esta plataforma suele tener un precio más reducido que por ejemplo el del autobús, de hecho, BlaBlaCar te propone un precio aproximado para llevando a 4 personas en tu coche, te salga un viaje rentable. El segundo factor más importante para nuestros encuestados con 85 votos son las valoraciones hacia el conductor, es muy importante ya que estos comentarios se realizan en el momento después al haber realizado el viaje y debe ser la personas que haya reservado las plazas, por lo que nos causa más confianza a la hora de utilizar la plataforma. El tercer factor más importante es el horario, la mayoría de las personas comparan el horario con el de cualquier otro transporte como el tren o el autobús, es por eso por lo que la gente busca una flexibilidad en esta plataforma, por último los factores que menos interesan a nuestra muestra son la experiencia que tenga el conductor en la plataforma según el 23,3%, y la elección de la música, la posibilidad de fumar o llevar mascotas que les parecería importante al 7%, es decir, a 10 encuestados. Para finalizar el elemento que menos relevante se considera es el perfil del conductor y la fotografía, ya que solo el 3,4% de nuestra muestra lo considera un condicionante a la hora de elegir viaje.

**Figura 17. Problemas en la plataforma**



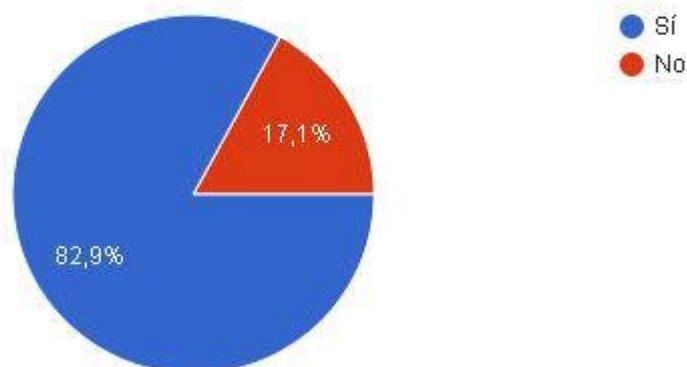
*Fuente: Elaboración propia.*

En esta pregunta únicamente hemos recibido 40 respuestas, posiblemente porque la mayoría de la gente no ha utilizado la plataforma y las personas que lo han hecho no han tenido ningún problema a utilizarla, entre las respuestas podemos observar como la mayoría de las personas responden que nunca han tenido problemas, y las que lo han tenido en su gran mayoría es porque el conductor se olvidó de ellas, o se tuvo que cancelar el viaje, por cualquiera de los dos motivos BlaBlaCar proponer un seguro que te cubre y te busca de forma inmediata un transporte. Entre otros podemos observar exceso de velocidad, o algún robo indebido.

Figura 18. Recomendación de BlaBlaCar

¿Recomendarías BlaBlaCar?

129 respuestas



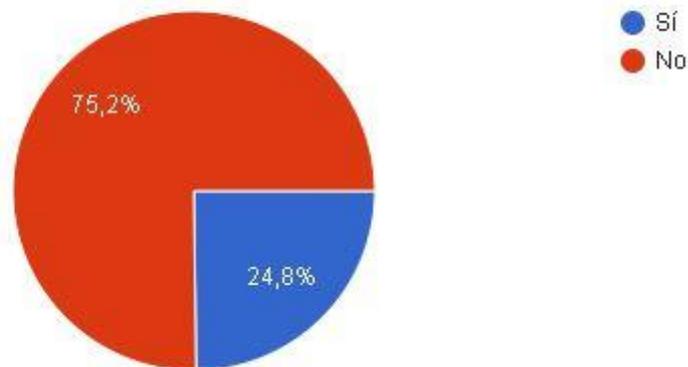
Fuente: Elaboración propia.

El 82,9% de nuestra muestra recomendaría BlaBlaCar a sus amigos o conocidos, esto es posiblemente por las buenas opiniones que van difundiendo los usuarios sobre él, a pesar de observar en preguntas anteriores que la mayoría de nuestros encuestados nunca han usado BlaBlaCar es curioso como la mayoría de ellos serían capaces de recomendarlo, por otro lado el 17,1% no lo recomendaría, posiblemente por los usuarios que no han tenido buenas experiencias, personas que nunca lo han utilizado, o personas que no lo hayan utilizado y han llegado a oír críticas negativas al respecto de esta plataforma, haciendo un cómputo global los comentarios al respecto de esta plataforma son positivos, ya que la mayoría si lo recomienda.

Figura 19. Nuevos amigos a través de esta plataforma.

¿Te ha ayudado BlaBlaCar a crear nuevas amistades?

121 respuestas



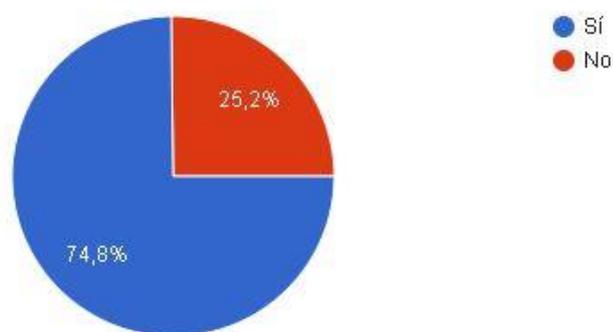
Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar hemos obtenido 121 respuestas de nuestros encuestados, ya que no era una pregunta obligatoria no era necesaria la participación de todos los participantes. Como podemos observar la mayoría de nuestra muestra no ha obtenido amistades a raíz de usar la plataforma BlaBlaCar, únicamente un 24,8% habría encontrado amigos a través de la plataforma mientras que el 75,2% posiblemente habrá tenido un trato cordial y únicamente se ha quedado en eso. Como veremos en la próxima pregunta, a través de un viaje podemos observar si la gente repetiría o no con el mismo conductor fuera de BlaBlaCar.

Figura 20. Repetir viaje fuera de BlaBlaCar.

A raíz de conocer a un conductor en esta plataforma, si tuvieras que realizar el mismo viaje rutinariamente, ¿contactarías con el fuera de la plataforma?

131 respuestas



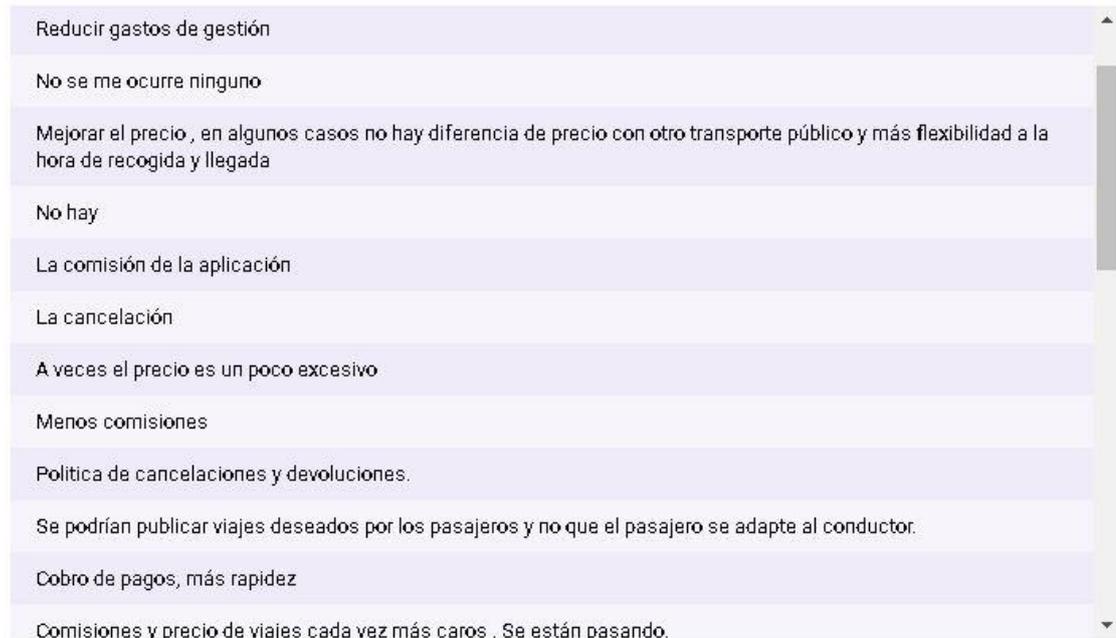
Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que la mayoría de nuestras respuestas nos indican que de forma continuada sí que contactaría con la misma persona para realizar ese viaje. Esto es un punto positivo hacia la plataforma, ya que transmite confianza de los usuarios hacia las personas que realizan el viaje, nos permite asegurar que la mayoría de las personas viajan a gusto con alguno de los conductores y que repetirían sin necesidad de contar con el seguro (correspondiente a los cargos de gestión) que obliga a pagar esta plataforma. Solo el 25,2% ha indicado que no lo realizaría, como ya hemos comentado anteriormente posiblemente fuera por el tipo de muestra que hemos elegido, posiblemente no lo hayan utilizado ni lo harán jamás, o puede ser una muestra que solo hay tenido experiencias negativas.

**Figura 21. Aspectos a mejorar en la plataforma.**

**Aspectos a mejorar de BlaBlaCar**

37 respuestas



*Fuente: Elaboración propia.*

Esta pregunta en cuestión era de libre respuesta, en la cual hemos recibido 37 respuestas en total, la respuesta que más se repite es la comisión que está ofreciendo BlaBlaCar, ya que en los últimos años está teniendo un precio bastante elevado. BlaBlaCar se está convirtiendo en una plataforma de la que la gente depende mucho a la hora de viajar, es por eso que, al tener unos clientes fijos, sabe que pagarán cualquier comisión, a raíz de esto están apareciendo grupos de WhatsApp en los cuales hay conductores y viajeros que de forma rutinaria viajan al mismo lugar para así ahorrarse los gastos de gestión. Por otro lado, las cancelaciones se repiten mucho en las respuestas, ya que antes de las 12h del viaje solo se te devuelve la mitad del precio pagado, o si por ejemplo el conductor te cancela 12h antes se te devuelve todo el dinero, pero no tienes medio de transporte para volver. Una opción interesante que ha sido expuesta es la de enviar objetos sin tener que ir el propio viajero, sería interesante examinar esta opción ya que podríamos estar ante un nuevo fenómeno de economía colaborativa. La opción también de que el conductor se adapte al viaje tiene una variante, ya que la persona que viaja puede exigir un aviso cuando se realice un viaje en el que él está interesado.

**Figura 22. Otras plataformas similares a BlaBlaCar.**

¿Conoces otras plataformas que sean parecidas a BlaBlaCar? Indica cuales

57 respuestas

No
Amovens
Amovens
Amovens, Carpooling
No
Sí, Amovens y grupos de redes sociales.
Cabify Uber
Uber
Amovens, Socialcar
Ninguna
Ni guna
Si.

*Fuente: Elaboración propia.*

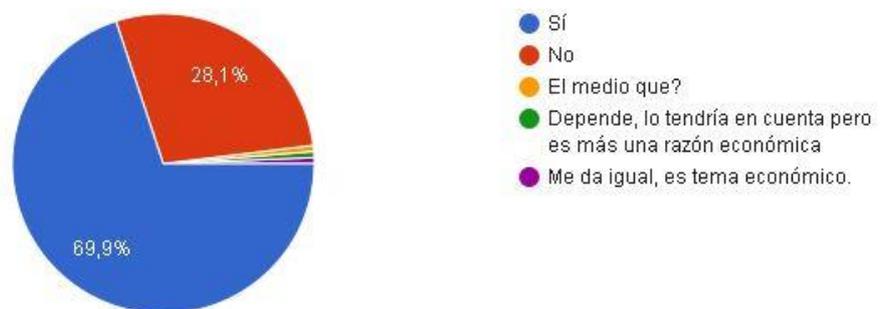
Las respuestas más sonadas en esta pregunta son Amovens, socialcar, drivy, Podemos observar que muchas personas consideran Uber o Cabify como una plataforma parecida a BlaBlaCar, creo que es importante recalcar que Uber no es una plataforma de economía colaborativa, es un negocio como por ejemplo el del taxista, sin embargo, si es verdad que tiene unos precios más reducidos y tiende a despistarnos. Por otro lado, se pude observar que muchas plataformas de las que se mencionan son grupos de WhatsApp o Facebook que es lo que más suele funcionar en otros países, no estaría bien denominarlos plataformas, pero si entra dentro de las economías colaborativas.

## Economías colaborativas

**Figura 23. Concienciación el medioambiente.**

Al utilizar este tipo de economías colaborativas, ¿tienes en cuenta la influencia que esto tiene en el medio ambiente y la reducción de contaminación que esto conlleva?

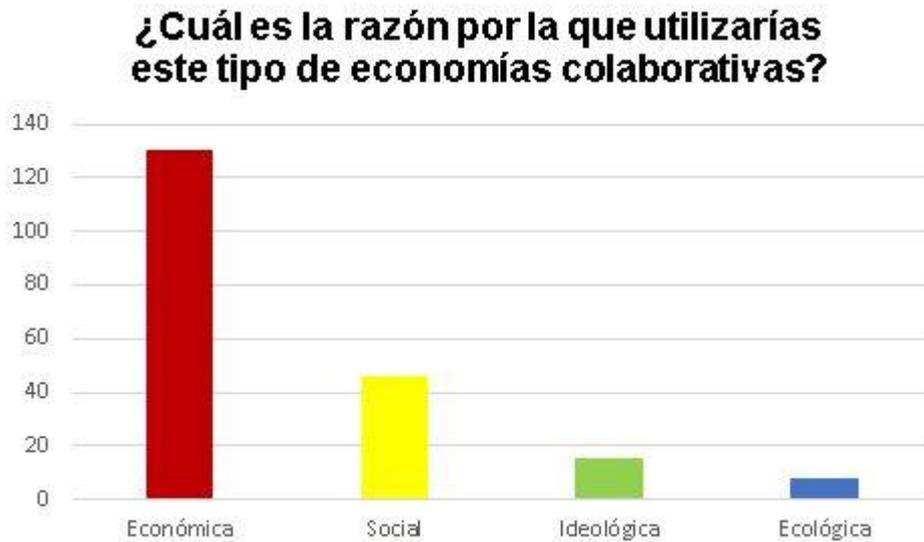
153 respuestas



*Fuente: Elaboración propia.*

Esta pregunta era de respuesta obligatoria ya que es importante para el proyecto saber si nuestra muestra tiene en cuenta el cuidado de nuestro planeta, ya que es uno de los principales fines de la economía colaborativa. La mayoría de los entrevistados comunican que es un factor importante a la hora de elegir un viaje, por lo tanto, es algo favorable que las personas piensen un poco en cómo está afectando al mundo en el que vivimos.

Figura 24. Razón principal para el uso de estas economías.



Fuente: *Elaboración propia*

La principal razón por la que nuestra muestra utiliza las economías colaborativas es económica, es decir en función de elegir este tipo de plataformas o un transporte normal lo que les es decisivo para decidirse es el precio. En segundo lugar, lo más importante para ellos es tener un gesto con la sociedad, intentar reducir gastos, de tal forma que piensan más en el mundo en el que viven. En tercer lugar, no resulta ser factor excesivamente determinante o relevante a la hora de utilizar o no economías colaborativas. Por último, destacar que algunas personas de las encuestadas nos han mencionado que utilizan este servicio por factores ecológicos, actualmente están muy a la orden del día, ya que nuestro planeta sufre de problemas que serían perjudiciales para un futuro.

### Figura 25. Otros servicios aplicados a las economías colaborativas.

¿Se te ocurre algún otro servicio en el que podría aplicarse este tipo de modelo de economía colaborativa?

39 respuestas

Libros de estudios
Vivienda, Garajes
Trueque en general
Compartir piso
Industria rural, podría ser útil para que, por ejemplo, un agricultor reciba un precio justo por el trigo que cultiva, en lugar de recibir el intermediario un margen TAN amplio de beneficio.
Viajes por trabajo
Transporte de mercancías ligeras
Desgrabar
Coches compartidos
Recoger y repartir compras al por mayor de algún producto entre varios compradores. Éstos compradores ya se habrán comunicado, hecho y pagado su pedido.
Comida al trabajo, trayecto al trabajo, alquiler autobus

*Fuente: Elaboración propia*

En la última pregunta se daba pie a la imaginación de la muestra, aquí podemos observar una serie de pequeñas respuestas obtenidas, las cuales pueden darnos ideas al respecto de nuevas plataformas de economía colaborativa. Por un lado, una plataforma para el alquiler de garajes que pueda guiarse según la ubicación de los usuarios. Observamos ideas acerca de la agricultura y todo el esfuerzo que ésta conlleva a la hora de recoger el propio trigo, cebada, etc. Ideas como por ejemplo las de comida al trabajo pueden ser parecidas a lo que está surgiendo ahora por ejemplo con Glovo, así como esta plataforma es capaz de llevarte cualquier objeto a su lugar de destino por un módico precio, en conclusión, podemos recoger un montón de ideas relacionadas con las economías colaborativas que pueden ser muy útiles en nuestro día a día.

### Análisis inferencial.

Para poder observar de forma más clara los resultados de la encuesta se ha decidió crear un análisis estadístico inferencial, el cual se ha realizado con el programa SPSS, en él hemos comparado las variables más significativas como son la edad y el sexo, con otras que son de nuestro interés, tales como si nuestra muestra recomendase o no BlaBlaCar, cuáles serían los motivos, aproximadamente cuantas veces han usado esta aplicación y qué puntuación le dan.

**Figura 26. Tabla cruzada Edad de los entrevistados\*Recomendaría usar BlaBlaCar**

Edad de los entrevistados	18-25	Recuento	47	12	59
		%	79,7%	20,3%	100,0%
	26-35	Recuento	29	5	34
		%	85,3%	14,7%	100,0%
	36-45	Recuento	8	0	8
		%	100,0%	0,0%	100,0%
	46-55	Recuento	18	4	22
		%	81,8%	18,2%	100,0%
	56-65	Recuento	3	0	3
		%	100,0%	0,0%	100,0%
	>65	Recuento	2	1	3
		%	66,7%	33,3%	100,0%
<b>TOTAL</b>		Recuento	107	22	129
		%	82,9%	17,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Según podemos observar no es significativa la edad de nuestra muestra con si recomendaran o no BlaBlaCar. La significación asintótica nos da un resultado de 0,635 por lo que sabemos que no influye la edad de nuestra con si recomendarían o no la aplicación.

**Figura 27. Tabla cruzada Edad de los entrevistados\*Motivos por usar BlaBlaCar.**

			Únicamente motivo económico para utilizar BlaBlaCar	Otros motivos para utilizar BlaBlaCar (sociales, ideológicos, etc)	TOTAL
Edad de los entrevistados	18-25	Recuento	41	26	67
		%	61,2%	38,8%	100,0%
	26-35	Recuento	23	14	37
		%	62,2%	37,8%	100,0%
	36-45	Recuento	7	5	12
		%	58,3%	41,7%	100,0%
	46-55	Recuento	15	12	27
		%	55,6%	44,4%	100,0%
	56-65	Recuento	4	3	7
		%	57,1%	42,9%	100,0%
	>65	Recuento	2	1	3
		%	66,7%	33,3%	100,0%
TOTAL	Recuento	92	61	153	
	%	60,1%	39,9%	100,0%	

*Fuente: Elaboración propia.*

Podemos observar claramente que no tiene nada que ver la edad de nuestros encuestados con sus motivos por los cuales utilizan esta plataforma, por lo que no sería una muestra significativa, nuestro análisis estadístico nos confirma que no lo es, ya que nuestra chi-cuadrado o lo que es lo mismo nuestra significación asintótica nos da un resultado de 0,995 que es bastante alejado de 0 lo que nos indicaría que si sería significativa. Esto nos refleja que en la muestra que se ha tomado no tiene ninguna ideología determinada a cada edad, ya que cada uno elige lo que le viene bien en cada momento, unos lo utilizan por la economía mientras que otros para ayudar al medio ambiente sin tener en cuenta su edad.

**Figura 28. Relación entre la edad y las veces que utiliza BlaBlaCar.**

Informe			
Ha usado blablacar (siendo 1 la menor frecuencia y 5 la mayor)			
Edad de los entrevistados	Media	N	Desviación estándar
18-25	2,24	67	1,577
26-35	2,86	37	1,669
36-45	2,45	11	1,753
46-55	1,33	27	,961
56-65	1,57	7	1,512
Mayores de 65	1,67	3	1,155
Total	2,20	152	1,579

*Fuente: Elaboración propia.*

En este caso debemos de fijarnos no chi-cuadrado, sino en la meda de nuestra muestra, para averiguar cuál sería el rango de edad que más lo utiliza. Como podemos observar el grupo que utiliza con mayor frecuencia BlaBlaCar es el de 26-35 años, esto puede ser porque tengan un trabajo estable pero que no les permita ganar demasiado dinero y se sientan cómodos al viajar mediante este medio de transporte. En muchos casos puede utilizarse este tipo de plataforma como medio para conocer gente nueva y entablar nuevas amistades.

**Figura 29. Relación entre la edad de nuestra muestra y la puntuación que le dan a la plataforma.**

Informe			
Puntúa blablacar (siendo 1 lo menor y 5 la puntuación mayor)			
Edad de los entrevistados	Media	N	Desviación estándar
18-25	3,47	58	,883
26-35	4,03	34	1,141
36-45	4,00	8	,926
46-55	3,74	19	,806
56-65	4,67	3	,577
Mayores de 65	3,50	2	,707
Total	3,73	124	,974

*Fuente: Elaboración propia.*

En este caso, podemos observar la relación que tiene nuestra muestra entre la edad de los encuestados y como puntúan la plataforma, es decir que grupo es el que le dan mejor nota, como podemos observar, el grupo que mejor puntúa esta aplicación es el de 56-65 años de edad, a pesar de que no sea uno de los grupos que más lo utiliza podemos deducir que se trata del método de boca en boca, si les han hablado bien de la plataforma y no han viajado mucho en ella, lo puntúan de la mejor manera.

**Figura 30. Tabla cruzada Sexo de los entrevistados\*Recomendaría usar BlaBlaCar.**

		Recomendaría usar BlaBlaCar		
		Sí	No	
Sexo de los entrevistados	Mujer	Recuento	69	12
		% dentro de Sexo de los entrevistados	85,2%	14,8%
	Hombre	Recuento	38	10
		% dentro de Sexo de los entrevistados	79,2%	20,8%
Total	Recuento	107	22	
	% dentro de Sexo de los entrevistados	82,9%	17,1%	

*Fuente: Elaboración propia*

En este gráfico podemos ver reflejados el sexo de los encuestados en relación si recomendaría o no la plataforma BlaBlaCar, podemos observar que las mujeres tienden a recomendarlo más que los hombres, nuestra chi-cuadrado nos da un resultado de 0,380, lo que podemos decir es que la muestra es significativa. Por lo tanto, estos resultados los podemos relacionar con que a pesar de que nuestra sociedad sigue siendo machista son más las mujeres que recomendaría BlaBlaCar que los hombres, por lo que se supone que no han tenido tan malas experiencias.

**Figura 31. Tabla cruzada Sexo de los entrevistados\*Motivos por usar BlaBlaCar.**

		Motivos por usar BlaBlaCar		
		Exclusivamente económicas	Sociales y otras variables de carácter ideológicos	
Sexo de los entrevistados	Mujer	Recuento	62	34
		% dentro de Sexo de los entrevistados	64,6%	35,4%
	Hombre	Recuento	30	27
		% dentro de Sexo de los entrevistados	52,6%	47,4%
Total	Recuento	92	61	
	% dentro de Sexo de los entrevistados	60,1%	39,9%	

*Fuente: Elaboración propia.*

Este gráfico nos muestra la relación entre el sexo de nuestros encuestados y los motivos por los cuales utilizan esta plataforma, nuestra significación asintótica nos muestra un resultado de 0,144, lo cual nos hace ver que tiene un nivel de significación muy elevado, posiblemente porque haya más mujeres que hombres en paro y es por eso que existe la posibilidad de que piensen más en un sentido económico. Todo lo comentado es basado en una hipótesis, no sabemos si es real.

**Figura 32. Relación entre el sexo de los encuestados y las veces que ha usado la plataforma.**

**Informe**

Ha usado BlaBlaCar (siendo 1 la menor frecuencia y 5 la mayor)

Sexo de los entrevistados	Media	N	Desviación estándar
Mujer	2,07	96	1,503
Hombre	2,43	56	1,693
Total	2,20	152	1,579

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla se puede observar que los hombres son los que más utilizan la plataforma en relación con las mujeres, lo que nos puede dar a entender que posiblemente sea su mayor medio de transporte, posiblemente porque vivan fuera de sus raíces o porque la sociedad esté basada aún en una mentalidad machista en la cual sean ellos los que más viajen por trabajo.

**Figura 33. Relación entre el sexo de los encuestados y la puntuación que le dan.**

**Informe**

Puntúa BlaBlaCar (siendo 1 lo menor y 5 la puntuación mayor)

Sexo de los entrevistados	Media	N	Desviación estándar
Mujer	3,66	79	,799
Hombre	3,84	45	1,224
Total	3,73	124	,974

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla al igual que la anterior podemos observar la que la media más alta es la de los hombres, por lo tanto, es esta muestra la que nos indica que son los hombres los que valoran más positivamente esta plataforma, esto tiene relación con lo que hemos comentado anteriormente ya que son los hombres los que más utilizan esta plataforma, aunque no sería obligatorio que lo valoraran mejor.

## **6. Esbozo de una idea de proyecto innovador de consumo colaborativo: “LEROY MERLIN”**

Como meta personal ya que he estado realizando las prácticas en la empresa Leroy Merlín y como punto a favor para fomentar las economías colaborativas he tratado de elaborar un proyecto por el cual grandes multinacionales como puede ser esta lo pongan en práctica, como hemos venido comentando y con la oportunidad de haber realizado mis prácticas en la sección de herramientas he llegado a la conclusión que la mayoría de las personas no compra un atornillador o un taladro de buenas características, sino que si necesita realizar algún tipo de actividad compra lo más barato que posiblemente no vuelva a utilizar y se acabe estropeando debido a las baterías de litio que este aparato utiliza. Por eso mi proyecto se trata de crear un departamento dentro de la propia sección donde se puedan alquilar este tipo de herramientas, así nos aseguramos de que estas herramientas son las adecuadas para realizar nuestro trabajo a diferencia de comprar lo más barato que muchas veces no nos acaba por cubrir las dimensiones de lo que queremos realizar y, además podemos reutilizar la herramienta tantas veces como su vida sea útil, todo esto por supuesto debe de tener un beneficio económico para la empresa ya que sino no sería rentable proponer este proyecto, para ello he preparado un listado de los precios de compra de los principales atornilladores y taladros de marca propia que tiene la empresa Leroy Merlín, con el fin de a su vez ni promocionar marcas externas, sino las propias marcas propias que tiene la empresa.

- **Herramienta A:** Se trata de un taladro percutor marca Dexter, la correspondiente a la casa de Leroy Merlín, este taladro tiene 18V lo que sería una energía suficiente para realizar bricolaje de principiante a la hora de poder montar un mueble, como de atornillar unos tirafondos para colgar unas baldas, esta potencia sería suficiente, cuando una persona necesita hacer este tipo de trabajos tiende a comprar un atornillador básico de unos 40€, este aparte de atornillar nos permite más funciones como el taladrado de pequeñas superficies, en este caso el precio del taladro para la venta al

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

público es de 149€ , el cual hemos venido observando que únicamente ha tenido dos ventas en los últimos 12 meses, por lo que a la hora de poder alquilarlo sería más económico, esta herramienta tiene un precio de compra para esta multinacional de 87€ a lo que si le sumamos el IVA serían unos 105,27€ es por ello que esta herramienta la podríamos prestar a los clientes que fueran socios de esta empresa por un precio de 15€ diarios, que en un total de 10 días sacaríamos el mismo beneficio que si vendiéramos el propio taladro, y con la ventaja de seguir teniendo la propia herramienta, para ello los socios deberán de dejar un depósito de 50€ como fianza para que de esa forma haya un proceso de confianza entre ambas partes. Este tipo de taladro es lo que denominaríamos un top 1, lo que quiere decir que sería un producto que siempre estaría en la tienda, contando ahora mismo con un stock de 3 taladros podríamos reducir mucho más la contaminación ya que se preferiría alquilar esta herramienta de calidad en vez de comprar una de peores garantías, además competiríamos con otras marcas que no son propias, lo que beneficiaría nuestros márgenes, ya que cada vez que vendemos un producto de estas características solemos obtener un margen de un 18.5%.

- **Herramienta B:** En este caso he decidido optar por un taladro con más potencia, que a la vez de ser atornillador y taladro, también es percutor, este tipo de herramientas las utilizaría un público mucho más especializado, que quiera realizar agujeros en zonas muy rígidas y que necesite una gran potencia, de todas las herramientas expuestas esta sería una cuyas características son más óptimas para realizar este tipo de trabajos, es de marca propia, como hemos comentado antes para incentivar el consumo de productos de la casa y tendría 1100W con dos velocidades que ayudan a una mejor eficacia si nos encontramos con distintos materiales a la hora de trabajar, tiene un precio de venta al público de 109€ y en los últimos doce meses tenemos unos registros de ventas de 4 taladros, al igual que el mencionado anteriormente estaría dentro del Top 1, por lo que es una herramienta que siempre tendríamos en la tienda, el precio de compra a nuestro proveedor es de 50,07€ que sumándole el IVA serían unos 60,58€ con esta herramienta se procedería del mismo modo que con la anterior, para poder realizar el alquiler necesitaría pertenecer al club de socios de Leroy Merlin, lo que es se realiza de forma sencilla metiéndonos en nuestra página web, y por otro

lado el precio de alquiler de este producto sería de 10€ al día, un precio muy asequible ya que no todas las personas suelen realizar ese tipo de obras de forma continuada en su casa y no sería necesario adquirir la herramienta para tenerla de forma continuada si no se va a utilizar y como hemos mencionado anteriormente, ayudamos a reducir el consumo y la contaminación que estas maquinarias nos provocan.

## 7. Conclusión

Principalmente hablamos de lo que es economía colaborativa, un concepto ya existente de forma de negocio, que permite obtener determinados bienes por un tiempo limitado. Todo esto puede hacerse de diferentes formas, pues no siempre se hace de la misma manera. Podemos hablar del intercambio de bienes mediante un alquiler (consumo colaborativo), el obtener informaciones sin ánimo de lucro (gobierno colaborativo), intentar crear beneficios comunes para un grupo determinado de personas (producción colaborativa), así como otros tipos de modalidades de intercambio. Como hemos podido observar, no todas ellas derivan es una utilización monetaria.

Por otro lado, tenemos que mencionar que la economía colaborativa ha tenido una gran evolución a lo largo de los años. En la antigüedad lo podíamos denominar trueque, pero es ahora cuando, por los sistemas de comunicación surge el denominado concepto economía colaborativa. Lo que se pretende en un futuro es llegar a un término procomún colaborativo, el cual permita obtener muchos más bienes con costes casi marginales. Para ello debemos de favorecer unos tipos de tendencias, como son la tecnología, la sostenibilidad o la confianza. Factores que hacen lleguemos a un número más elevado de personas debido a la tecnología, que el planeta reduzca su contaminación ya que este tipo de economía es mucho más sostenible, ayuda también a conocer mucho mejor a las personas, ya que mediante las redes sociales es más fácil conocer el perfil.

A la hora de hablar de economía colaborativa contamos con varios términos que se pueden ajustar a la familia, como por ejemplo el de consumo colaborativo en el cual las personas comparten sus bienes para evitar un consumismo masivo, por otro lado, podemos observar otros términos como pueden ser economía compartida, atribuido a pequeñas acciones que realmente sean de bienes compartidos, economía social que se basa principalmente en el sector público o por mencionar algún otro tipo la economía circular, ligada a la sostenibilidad, ya que se trata de minimizar las materias primas.

Observando las cifras de los usuarios de la economía colaborativa se puede observar que son bastante reducidas, ya que aproximadamente el 5% de la población

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

utilizaría este tipo de economías colaborativas, a pesar de que el 35% tiene conocimiento sobre ellas. Contando con el favor de que Suiza es uno de los países que está más activo con este tipo de economías. En España los sectores que tienen más influencia de mayor a menor media son: la compraventa de productos, el uso de transporte colaborativo y el uso del alojamiento.

En el momento en el que empiezan a surgir economías colaborativas en las grandes ciudades o zonas turísticas es momento de implantar cambios, algunos de ellos como por ejemplo evitan la masiva concentración de turistas en el centro de la ciudad ya que en muchos casos crean un gran escándalo y es mejor acondicionar nuevas zonas en el extrarradio que puedan ser de uso exclusivo para este tipo de turistas, en otras ciudades por ejemplo vemos que está muy pronunciado el uso de Airbnb en el centro, ya que se aprovechan de poder adjudicar un precio muy excesivo ya que los turistas lo van a pagar. Debemos tener en cuenta que la ley está presente en este tipo de economías colaborativas, ya que no siempre se pueden alquilar pisos como en el caso de Airbnb las veces que se quiera, ya que hay que dejar a los hoteles poder tener su pico de beneficio.

En cuanto al transporte debemos de mencionar las llamadas que han sido las huelgas por las plataformas Uber y Cabify en los últimos años y son problemas que del mismo modo surgen en hoteles, es por ellos que es recomendable que surjan programas de fidelización, zonas comunes, servicios al cliente, etc.

Debemos de ser consciente que la economía colaborativa nos aporta dos beneficios clave a nuestra sociedad, uno de ellos es el poder reducir la producción de bienes de consumo, ya que muchos de ellos se alquilan o se comparten, por otro lado, la reducción de transportes, como se está viendo en Madrid, ya que muchas personas no necesitan poseer de coche propio debido a las facilidades de transporte que nos podemos encontrar allí. Como propósito futuro se pretende que las economías colaborativas lleguen a mucho más de nuestra población y se puedan alcanzar mayores logros.

Para la mejora de nuestra sociedad cada día contamos con más plataformas de economía colaborativa, tanto de segunda mano, como de transporte, como de alquiler de habitaciones. Se pretende que este nuevo método de consumo se vaya normalizando, ya que se puede mejorar el beneficio común de nuestra sociedad. Con esto se nos abre un abanico de posibilidades, el cual nos permite vivir más con menos cosas, ya que no se piensa en comprar algo que te dure para toda la vida, sino que ahora te lo piensas dos veces, ya que es posible que te salga más rentable alquilarlo.

## ECONOMÍAS COLABORATIVAS: EL CASO DE BLABLACAR Ana Sánchez Paredes

---

Se trata de no comprar nada, sino de comprar las cosas justas para que a medida que las podamos intercambiar o bien alquilar lleguemos al punto de no tener ninguna necesidad de comprar todo. Esto lo podemos ver reflejado en muchas aplicaciones que están surgiendo, ya que, algunas como vinted, chicfy se dedican a vender productos de segunda mano.

Como cualquier plataforma o estilo nuevo de economía tiene sus ventajas y desventajas, entre ellas, por ejemplo, promueve el valor social, se trata de un uso responsable del consumo, esto nos deriva en mayor medida a mejoras medioambientales, por otro lado, los aspectos negativos que nos aportan este tipo de economías colaborativas o plataformas son la subida de precios en gestión cuando ya consideran que tienen un número elevado de usuarios, para así sacar rentabilidad, así como denominar economía colaborativa a ciertos tipos de negocios que realmente no lo son como es el caso de Uber o Cabify, ya que sus conductores obtienen un sueldo creando esos viajes.

En cuanto al consumidor en este tipo de plataformas tiene un papel fundamental, lo que más le preocupa al consumidor es la confianza mediante este tipo de plataformas, ya que siempre cuentas con posibles fraudes, ya que son personas que no conoces, a medida que avanza el tema de las redes sociales estamos más informados y en mayor medida gracias a los posibles comentarios que se pueden ofrecer en estas plataformas. Actualmente contamos con grandes mecanismos de seguridad como los que ya hemos comentado con anterioridad.

Podemos decir que la principal razón por la cual los clientes utilizan economías colaborativas es porque les causa confianza y tiene como fin reducir sus gastos y ahorrar, por otro lado, los usuarios tienen un interés social, de reducir el consumo, que viene de antes, pero se junta con este tipo de plataformas ya que lo favorecen en mayor medida. Se trata también de un nuevo método de conocer gente, reducir tiempo, etc.

Principalmente este tipo de economías colaborativas han sido usadas por jóvenes, pero actualmente estamos observando que el uso es bastante global en cuanto a la población, ya que las economías colaborativas las puede utilizar cualquier tipo de persona. Entre la edad de 25-39 años podemos decir que es el público que más utiliza este tipo de economías colaborativas.

Un punto clave en este trabajo es la plataforma BlaBlaCar ya que también hemos aprovechado para hacer una encuesta sobre ella, es una plataforma de economía colaborativa, que surge en Francia y principalmente se encarga de ofrecer viajes a

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

personas que vayan al mismo destino, el conductor gana una parte del dinero, sin obtener beneficio alguno, ya que lo que obtiene es para gasolina y la plataforma se queda con un porcentaje reducido. Es una compañía que se ha ido expandiendo por Europa hasta llegar a 22 países, a medida que se usa esta aplicación vas subiendo de nivel, lo que hace que la gente confíe más en ti para viajar contigo, fuera de la aplicación se puede seguir manteniendo contacto con los usuarios que ya has viajado, lo que hace que en muchos casos se reduzcan los costes.

Para finalizar el trabajo hemos realizado una encuesta de carácter cuantitativo para aproximarnos en la medida de lo posible a un público y de ese modo saber qué es lo que opinar de la plataforma, cuanta es la cantidad de personas que la suele utilizar, cuáles son los principales motivos por los que se la utiliza y a pesar de que nuestra muestra no se puede considerar fiable 100% hemos sacado conclusiones bastante curiosas aunque también esperadas, ya que la mayoría de las personas utilizan este tipo de plataformas con fines económicos, por otro lado existen los implicados en el medio ambiente, donde también podemos ver reflejados cuáles son sus ideales.

Para finalizar el proyecto de forma personal he intentado que en mis prácticas de final de empresa se pusiera en práctica un esbozo de economías colaborativas en la empresa del Leroy Merlín, en el cual se intenta reducir el consumo de taladros y diversas maquinarias, por una novedosa forma de uso que sería el alquiler, para ello también aplicaríamos un 10% de descuento en los accesorios que se necesiten para realizar las tareas lo que supondría tener un buen margen de beneficio en la empresa. Reitero que ha sido imposible poner en práctica esta idea, aunque la empresa lo ha valorado muy positivamente y lo podría tener en cuenta para un futuro.

## 8. Bibliografía.

**BULCHAND, J. y MELIÁN, S. (2017).** *What do customers complain about in the sharing economy? A comparison between Airbnb and traditional accommodation options.* 4TH International workshop on the sharing Economy. Lund. Suecia. 15-16 June 2017.

**BULCHAND, J. y MELIÁN, S. (2017b).** *La revolución de la economía colaborativa,* Acción Empresarial, Madrid.

**CAÑIGUERAL, A. (2014).** *Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa.* Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U. Barcelona:

**CHENG, M. (2016).** "Sharing economy: A review and agenda for future research. International", Journal of Hospitality Management, 57 60-70.

**CÓCOLA GANT, A. (2016).** *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población. Informe para el debate sobre el nuevo Plan Especial Urbanístico de Regulación de los Alojamientos Turísticos.* Licencia Creative Commons. Disponible en [www.agustincocolagant.net](http://www.agustincocolagant.net)

**CODAGNONE, C., ABADIE, F. y BIAGI F. (2016).** *The future of work in the sharing Economy. Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation?* Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report EUR 27913 EN.

**DOMENECH-PASCUAL, G. (2017).** *La regularización de la economía colaborativa Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas,* Tirant Lo Blanch, Valencia.

**ECKHARDT, G, M. y BARDHI, F (2015)."** *The sharing Economy Isn't about sharing at all.* Harvard Business Review. Jan 28, Disponible <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>.

**EUROPEAN COMMISSION (2016).** *"The use of collaborative platforms".* Flash Eurobarometer 438 (Survey conducted by TNS Political & Social at the request of the European Commission), Bruselas.

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

**FRIEDMAN, T. (2006).** *La tierra es plana: breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Martínez roca, Madrid.

**GALLARDO, F. (2016).** *Airbnb es una fuente extra de ingresos para la tercera edad*, entrada en el blog de difusión de economía alternativa titulado Foro de la Ruina Habitada, junio 2016. Disponible: <https://laruinahabitada.org/2016/06/>

**GOUDIN, P. (2016).** *The Cost of Non-Europe in the sharing Economy. Economic, social and Legal Challenges and Opportunities*. European Parliamentary Research Service, Brussels. Disponible en [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS\\_STU\(2016\)558777\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf)

**HAMARI, J., SJÖKLINT, M y UKKONEN, A. (2015).** “*The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption*”. Journal of the Association for Information Science and Technology. Doi: 10.1002/así.23552

**IAB (2016).** *Estudio Anual de eCommerce 2016*, IAB, Madrid. Disponible on line en <http://www.informeticplus.com/?s=iab+spain+ecommerce>

**JOHN, N. A. (2016).** *The age of sharing*. John Wiley & Sons. Hoboken, EUA.

**MAZZELLA, F y SUNDARAJAN, A. (2016).** “*Entering the trust age. How Digital Trust Powers the Sharing Economy*”, IESEinsight, ISSUE 30, Disponible en <https://www.blablacar.com/trust>.

**OCU (2015).** *Colaboración o negocio. Consumo colaborativo: del valor para el usuario a una sociedad con valores*, OCU, Madrid.

**OTTO, C (2015).** *BlaBlaCar, a los tribunales: piden al juez que la cierre el 1 de octubre*. <https://www.elconfidencial.com/>

**PAR, C y KIM, Y. (2003).** “*Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. International*”, Journal of Retail & Distribution Management 31, (1), 16-29.

**PWC (2015).** *Los límites de la economía colaborativa*, Price Waterhouse Cooper, Madrid.

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

**RIFKIN, J. (2014).** *La sociedad de coste marginal cero. El internet de las cosas. El procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo.* Paidós. Barcelona.

**SHAHEEN, S. A., CHAN, N. D., y GAYNOT, T. (2016).** *Casual carpooling in the San Francisco Bay Area: Understanding user characteristics, behaviors and motivations.* Transport Policy, en prensa.

**TELLES, R. J. (2016).** *Digital Matching Firms: A new definition in the “sharing economy” space.* Disponible en <http://www.esa.gov/sites/default/files/digital-matching-firms-new-definitions-sharing-economy-space.pdf>.

**ZERBAS, G., PROSPERPIO, D, y BYERS, J. (2016).** “*The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry*”. Boston U. School of Management Research Paper. Disponible en <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?Abstract=2366898>

**WEBGRAFÍA:**

[www.blablacar.es](http://www.blablacar.es)

<https://laruinahabitada.org/2016/06/>

<https://www.redalyc.org/html/174/17449696008/>

## 9. Anexos.

# Economías Colaborativas. BlaBlaCar

Soy estudiante de la Universidad de Valladolid y estoy realizando mi trabajo de fin de grado sobre las economías colaborativas, en concreto el caso de BlaBlaCar, me ayudaría mucho si colaboraran conmigo a la hora de responder esta pequeña encuesta. Las respuestas se utilizarán para este fin, son confidenciales y anónimas. Es importante que responda con sinceridad. Gracias por su colaboración.

---

⋮

**Sexo** ● Selección múltiple ▾

Hombre ✕

Mujer ✕

Añadir opción o [AÑADIR RESPUESTA "OTRO"](#)

---

  **Obligatorio**  ⋮

---

---

⋮

**Edad** \*

18-25

26-35

36-45

46-55

56-65

>65

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

**Ocupación** \*

- Estudiante
- Empleado
- Desempleado
- Pensionista

**¿Con qué frecuencia sueles salir de viaje?** \*

- Menos de una vez al mes
  - Una vez al mes
  - Dos veces al mes
  - Todas las semanas
- 

**¿Conoces BlaBlaCar?** \*

- Sí
- No

**¿Cómo lo conociste?**

- TV
- Redes Sociales
- Recomendaciones de Blogs
- Páginas web
- Boca en boca

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

⋮  
¿Has usado alguna vez esta plataforma?

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

Del 1 al 5 puntúa esta plataforma

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

¿Utilizarías esta plataforma en el extranjero?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Qué es lo que más te importa a la hora de elegir un viaje?

- Horario
- Precio
- Valoraciones/comentarios al conductor
- Experiencia del conductor
- Perfil y fotografía
- Música/fumar/mascotas

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

¿Has tenido algún problema en esta plataforma? (indica cual)

Texto de respuesta larga

---

¿Recomendarías BlaBlaCar?

Sí

No

¿Te ha ayudado BlaBlaCar a crear nuevas amistades?

Sí

No

A raíz de conocer a un conductor en esta plataforma, si tuvieras que realizar el mismo viaje rutinariamente, ¿contactarías con el fuera de la plataforma?

Sí

No

⋮

Aspectos a mejorar de BlaBlaCar

Texto de respuesta larga

---

¿Conoces otras plataformas que sean parecidas a BlaBlaCar? Indica cuales

Texto de respuesta larga

---

**ECONOMÍAS COLABORATIVAS:  
EL CASO DE BLABLACAR**  
Ana Sánchez Paredes

---

Al utilizar este tipo de economías colaborativas, ¿tienes en cuenta la influencia que esto tiene en el medio ambiente y la reducción de contaminación que esto conlleva? \*

- Sí
- No
- Otra...

¿Cuál es la razón por la que utilizarías este tipo de economías colaborativas? \*

- Económica
- Bien Social
- Ideológica
- Otra...

¿Se te ocurre algún otro servicio en el que podría aplicarse este tipo de modelo de economía colaborativa?

Texto de respuesta larga

---

## Imágenes de la idea de proyecto para Leroy Merlin.

### ¿EN QUÉ CONSISTE?

- Alquiler de herramientas.
- Precio /día.
- Necesario depositar una fianza (se mantendrá retenida en la cuenta del cliente)
- Descuento del 10% en todos los accesorios necesarios para la herramienta (DEXTER).
- Mediante un código 48 para su entrada y salida de tienda.
- Prestación y recogida del producto en la zona de devoluciones.
- Espacio demostración de Dexter en sección.
- Posibilidad de reserva mediante App [Leroy Merlin](#).



### PRODUCTOS CON LOS QUE VAMOS A TRABAJAR

**Fomentando  
la marca de  
la casa**

