



---

# **Universidad de Valladolid**

## **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Grado en DADE**

**Título del Trabajo Fin de Grado:**

**Emprendimiento y  
digitalización**

Presentado por:

***Laura Ganso Gil***

Tutelado por (a cumplimentar voluntariamente):

***Héctor Pérez Fernández***

**Resumen:**

El análisis del emprendimiento necesita ser estudiado con un fenómeno, cada vez más importante, como es la digitalización ya que además se encuentran muy interrelacionados. La preocupación actual por la precariedad laboral es muy relevante, y la introducción de las nuevas tecnologías no ha hecho sino aumentar en muchos casos los problemas, sobre todo debido a la falta de regulación. Además, el impacto de la digitalización es muy amplio, y requiere un estudio extenso junto con algunos de los fenómenos como son el teletrabajo y el crowdfunding. De esta manera, este trabajo se centra en cuestiones que están afectando a todos los ámbitos de la vida de las personas, y que continúan en expansión, modificando las condiciones laborales, académicas y financieras del futuro.

**Palabras clave:** Digitalización, emprendimiento, crowdfunding, teletrabajo, negocio, productos, servicios.

## **Abstract**

The analysis of entrepreneurship needs to be studied with an increasingly important phenomenon, such as digitization, since they are also very interrelated. The current concern for job insecurity is very relevant, and the introduction of new technologies has only increased the problems in many cases, especially due to the lack of regulation. In addition, the impact of digitization is very broad, and requires extensive study along with some of the phenomena such as teleworking and crowdfunding. In this way, this study is focused on issues that are affecting all areas of people's lives, and that continue to expand, modifying the working, academic, and financial conditions of the future.

**Keywords:** digitalization, entrepreneurship, crowdfunding, teleworking, business, products, services.

## Índice

<b>1. Introducción.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Marco teórico: Emprendimiento y digitalización .....</b>	<b>7</b>
2.1 Emprendimiento y digitalización.....	7
2.2 Nuevos modelos de producto y servicios.....	12
<b>3. Nuevos modelos de trabajo consecuencia de la digitalización: Teletrabajo.....</b>	<b>13</b>
<b>4. Cambios en la forma de financiación a consecuencia de la digitalización: Crowdfunding.....</b>	<b>19</b>
<b>5. Papel de la digitalización, teletrabajo y crowdfunding. Relaciones y posibles variables relacionadas.....</b>	<b>24</b>
<b>6. Líneas de investigación futuras.....</b>	<b>27</b>
<b>7. Aplicaciones prácticas .....</b>	<b>29</b>
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>30</b>
<b>9. Bibliografía y webgrafía.....</b>	<b>31</b>

## Índice de figuras, gráficos y tablas

**Figura 1.** Peso de los ocupados que trabajan en su domicilio particular en porcentaje sobre el total de ocupados(EPA) .....16

**Figura 2.** Gráfico circular de los establecimientos por sectores más afectados por el teletrabajo tras el estado de alarma. ....17

## 1. Introducción

El emprendimiento fue definido en 1732 por Richard Cantillón como “la voluntad total de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa”. En este sentido cabe destacar que este fenómeno se ha hecho cada vez más presente, de forma que, aprovechando los avances, ha sido adoptado como fundamento para los Estados en la búsqueda del fomento del empleo y el crecimiento de los mismos.

La digitalización es un fenómeno que ya se da por hecho en la vida de las personas por lo que se hace necesario que se estudie en profundidad su interacción con distintos puntos de vista. La digitalización para las empresas supone tanto un reto como una vía de escape, una alternativa real de diferenciación, pero también tienen que ser conscientes de la inversión y los riesgos que entraña para las mismas. Esta digitalización ha tenido y está teniendo numerosas consecuencias y, entre ellas, nos centraremos en el estudio de la forma de trabajar, dando lugar al teletrabajo, y de la forma de financiar el emprendimiento, dando lugar al crowdfunding.

La aparición en 2019 de la pandemia mundial provocada por el COVID-19 supuso importantes consecuencias a nivel económico y humano. Entre ellas, el teletrabajo es un fenómeno que se ha incluido de forma permanente en la mayoría de las empresas, y que, gracias a las conexiones digitales y los avances en telecomunicaciones, entre otros factores, permiten que esta sea una realidad que se mantenga y desarrolle en el tiempo. Por tanto, el teletrabajo está en auge tras el Covid-19 y se hace necesario el estudio del impacto real en la vida laboral que ha tenido el mismo, así como los elementos que han permitido su desarrollo.

Y, por otro lado, el crowdfunding, que es el fenómeno más desconocido de los tres, consiste en una forma de búsqueda de financiación para desarrollar ideas y proyectos para emprender, de ahí la relación con el emprendimiento digital. La financiación es base para llevar a cabo cualquier empresa y en este caso las tecnologías permiten mayores facilidades y un cambio en la consecución de los

fondos necesarios. En este caso, la tramitación es online en todos sus pasos, de forma que se aportan ciertas garantías y hay diversas modalidades, dependiendo de las páginas web utilizadas.

El objetivo que persigue este trabajo es por tanto acercarse a estas realidades con cierta profundidad, estudiando datos y definiendo conceptos que en la vida cotidiana pueden no ser tan claros, y además ver cómo la interrelación es fundamental en la forma de actuación. También, a raíz de estos fenómenos, observar ventajas e inconvenientes de cara a la implementación, dónde pueden estar las líneas de actuación reales. Finalmente, se plantean líneas de investigación futuras y limitaciones relacionadas con los temas tratados.

## **2. Marco teórico**

### **2.1 Emprendimiento y digitalización**

El emprendimiento es el proceso de diseño, lanzamiento y ejecución de un nuevo negocio (Hsieh & Wu, 2018). Lo esencial de este proceso de creación de un nuevo negocio es que durante el proceso se consiga crear valor (Hull et al., 2007). Surge de la interacción de las instituciones, las partes interesadas y los empresarios. Por otro lado, la digitalización de las empresas es la traslación y realización de las acciones, operaciones, procesos de forma digital; previamente estas acciones y procesos se llevaban a cabo de forma física, pero en la actualidad todas las empresas cuentan con algún tipo de aplicación o introducen algún elemento digital.

El emprendimiento digital se basa en el uso de activos tecnológicos como internet o las TIC. También se puede definir como como la conciliación del emprendimiento tradicional con la nueva forma de crear y hacer negocios en la era digital. Asimismo, la Comisión Europea dice que “el emprendimiento digital abarca todas las nuevas empresas y la transformación de las empresas existentes que impulsan el valor económico y/o social mediante la creación y el uso de tecnologías digitales novedosas”. En la investigación previa sobre este tema se pueden diferenciar dos categorías de emprendimiento digital:

- Descubrimiento de la influencia digital en el espíritu empresarial y nueva empresa
- Oportunidades empresariales derivadas de la digitalización y la creación de nuevas empresas

También se puede decir que esta digitalización permite observar el emprendimiento no tanto como un fenómeno individual sino como interrelaciones o interconexiones. La información digital afecta a la innovación digital, la creación de nuevas empresas y proceso. Nambisan (2017) defiende que debe estudiarse la implementación de las tecnologías por el impacto cruzado de las mismas en las relaciones sociales y las organizaciones.

Es importante diferenciar entre dos conceptos básicos: por un lado, la digitalización, que consiste en realizar digitalmente los procesos que antes se realizan físicamente, como se ha mencionado. Y, por otro, la transformación digital, que supone un cambio mucho más profundo, que incluye la cultura empresarial, ámbitos, procesos, herramientas y filosofía del entorno digital, con el fin de una mayor adaptabilidad a la demanda y una mayor eficiencia.

Los beneficios de la digitalización están relacionados con la mejora de la comunicación con los clientes (cada vez estos están más digitalizados), la consecución de un ahorro costes (aunque en un punto inicial requiera una inversión), la aparición de nuevas oportunidades de negocio a la vista, el logro de una mayor satisfacción de los clientes, el aumento de la productividad (pues permite aumentar el ritmo a un menor esfuerzo) y la disponibilidad continua por un software en la nube. A este respecto, existen distintas formas de digitalización:

- E-learning: formación online, y realización de clases, exámenes, etc de forma online.
- Aplicaciones de delivery: apps para el servicio a domicilio.
- Servicios en streaming: plataformas, servicios de películas y series online.

- Inteligencia artificial: el uso de esta en los procesos productivos y permite una reducción de los tiempos de procesamiento y una gran reducción de costes.
- Venta online: el denominado e-commerce.
- Aplicaciones bancarias: uso de aplicaciones móviles para su gestión.
- Contactless: pago con el móvi., etc

Además, cabe mencionar que hay ayudas gubernamentales de tipo económico para esta digitalización en España, sobre todo para autónomos y PYMES. En el plano europeo, hay que decir que entre 2019 y 2021 se estableció el “European social dialogue”, que tenía como primera prioridad la digitalización, y presentaban la intención firme de celebrar, además de un seminario de investigación conjunto, un acuerdo marco autónomo en la materia, el máximo exponente y el resultado más ambicioso del diálogo social europeo (Aguilar, 2006).

Y además de esta forma, es decir, vía negociación colectiva europea, se ha regulado otros temas de interés como el estrés laboral, los mercados de trabajo inclusivos... El centro es el diálogo a nivel europeo. Este diálogo pretende que la mejora en las tecnologías se convierta en mejoras en los puestos y las circunstancias inherentes a los mismos. Para ello se pretende que la Unión Europea contribuya en forma de fondos y políticas, así como la garantía a derechos como la desconexión, la información, la consulta y la participación. De hecho, ya en 2019 en la cumbre de primavera se buscaba una Europa más fuerte, unida y con visión de futuro, y que el mercado de trabajo se adaptase a esa digitalización y automatización, junto a la robotización.

El ecosistema digital es “un sistema autoorganizado, escalable y sostenible compuesto por entidades digitales heterogéneas y sus interrelaciones que se centran en las interacciones entre entidades para aumentar la utilidad del sistema, obtener beneficios, y promover el intercambio de información, la cooperación interna e interinstitucional y la innovación del sistema” (Sussan and Acs, 2017) . En ellos, los distintos operadores pueden acceder a información,

datos e incluso mano de obra gratuita, de forma que los papeles como proveedores y usuarios se difuminan.

En la creación de los mismos, hay que tener presente factores como el emprendimiento digital, los costes de transacción, la tecnología digital y el capital social en línea. Hu et al., (2016) entienden que el punto esencial es el primero, de forma que estudian los cambios dentro de las empresas. Sussan y Acs (2017) estudian la gobernanza de la infraestructura digital, la ciudadanía del usuario digital, el espíritu empresarial digital y el mercado digital.

Las tecnologías digitales son aquellas que han permitido crear el ecosistema digital de interacciones, permitiendo el emprendimiento. Los ecosistemas fomentan las actividades empresariales, y no dejan de ser un foco de innovación empresarial. Son las interacciones sociales las que permiten o moldean el sistema. La flexibilidad es un punto fundamental en este ámbito.

Desde un punto de vista social, el emprendimiento digital presenta problemas por la existencia de grandes diferencias, la denominada brecha digital. Esta área constituye una nueva oportunidad de cara a las personas de menos ingresos. Se han identificado 3 impulsores en las pequeñas y medianas empresas:

- El móvil como dispositivo
- La web y las redes sociales como canales/plataformas
- El marketing, educación y comercio electrónico como negocios relevantes

Para entender el emprendimiento digital social, Smith et al., (2017) promueven una serie de factores: investigar sobre el perfil del usuario, los puentes de capital social y la vinculación, las relaciones digitales y la transparencia de la red. Se trata en definitiva de estudiar la red para descubrir nuevas oportunidades.

## **2.2 Nuevos modelos de negocio, producto y servicios**

A la hora de estudiar los modelos de negocio, conviene estudiar en primer lugar el entorno cambiante al que se tiene que enfrentar, desde el punto de vista de oportunidades, desafíos y factores de éxito del emprendimiento digital.

En primer lugar, en cuanto a las oportunidades, es evidente que los entornos digitales se caracterizan por la gran cantidad de información disponible, que se puede usar por las empresas en su actividad habitual, descubriendo nuevos productos, clientes, etc. El Big Data y los algoritmos se han implementado en las empresas, identificando nuevas necesidades e incluso influyendo en la conducta del consumidor y en su comportamiento. De hecho, el ecosistema digital, a efectos de contar con una fuerte red de participantes e interacciones, supone una fuente determinante para la empresa. El apoyo social digital es fundamental.

En segundo lugar, en cuánto a los desafíos, hay impedimentos, dificultades añadidas debido a esta digitalización. La incertidumbre y el riesgo está presente en mayor medida en las empresas que dependen o tienen su actividad centrada en este ámbito digital, y además hay regulación a la que hay que hacer frente, sobre todo teniendo en cuenta que su ámbito geográfico es habitualmente global (dado que es precisamente esto lo que permite la digitalización, la eliminación de barreras geográficas), es una dificultad aún mayor poder adaptarse y superar las barreras legales desiguales de los distintos. Otro problema relevante es la dificultad de encontrar inversores, financiación. Además, en muchos casos se vincula el éxito de las empresas al éxito de una determinada plataforma, y los emprendedores necesitan de continua diferenciación e innovación. Y cabe añadir otro inconveniente derivado de la digitalización, que es la confianza porque la digitalización favorece la despersonalización al reducir el contacto personal, presencial, eliminando o modificando la forma de interrelación, la retroalimentación.

Por último, en cuánto a los factores de éxito, el posicionamiento de la plataforma es fundamental, la reputación, el capital relacional (es decir, las relaciones personales y comerciales así como los distintos tipos de interacciones), teniendo todos ellos una influencia en la legitimidad (Srinivasan and Venkatraman, 2018). Como se ha mencionado, una de las ventajas de las nuevas tecnologías es el detectar la demanda, los cambios en los gustos, las preferencias, las normas.

Por último, cabe resaltar otra característica fundamental de la digitalización, que es la flexibilidad, la capacidad para adaptarse al entorno.

Todo lo explicado en el apartado anterior, tiene un efecto evidente en los procesos de desarrollo de nuevos productos y servicios. Afecta de forma clara a los tiempos de procesos de emprendimiento, acelerando el desarrollo. Desde un punto de vista negativo, siempre existe cierto riesgo de que las innovaciones acaben con el sistema o modelo comercial.

Las plataformas no dejan de ser una forma de conexión. Hsieh y Wu (2018) sugieren una clasificación de las estrategias de plataforma en función de las capacidades de comercialización y la tendencia hacia el desarrollo de nuevos productos y/o servicios. Por un lado, las que sería de innovación, en las que se desarrollan productos y servicios complementarios dentro de esta digitalización. En general, se usan estas plataformas de cara a los desarrolladores de aplicaciones. Permite especialización en un determinado ámbito de la tecnología sin tener que llevar ese producto a otros lugares de igual manera. Por otro lado, las plataformas de transacciones, que se refieren a actividades comerciales. Y, en tercer lugar, las plataformas de integración, mezcla de las anteriores pues permiten innovar en las tecnologías y al mismo tiempo, que los consumidores disfruten de las mismas.

Una novedad de este emprendimiento digital es la de los blogs en línea, que se usan sobre todo en la promoción de productos propios o de terceros. Hay determinados elementos a tener en cuenta en estos blogs: Srinivasan y Venkatraman (2018) defienden que el posicionamiento de una plataforma digital dentro del ecosistema digital, el diseño de una plataforma en términos de tecnología y arquitectura y las relaciones para generar legitimidad son factores determinantes. Además, estudian el éxito de las plataformas que dependían de la vinculación a actores de gran estatus, así como la creación de redes fuertes entre los participantes.

En realidad, el producto y la forma de competir también tiene diferencias, siendo el diseño de los mismos un punto central. Las relaciones en la plataforma vienen

determinadas por los derechos de decisión, la apertura y los derechos de acceso. En definitiva, las posibilidades de interacción son el centro. Además, Sussan y Acs (2017) se centran en tres modelos comerciales emergentes: el intensivo en usuarios, que es aquel en el que estos acceden a los contenidos sin pagar; los modelos de intercambio de activos tangibles no utilizados; y los modelos intensivos en usuarios que incluye tanto situaciones pagadas como no. No son solo modelos de negocios sino plataformas de innovación pues permiten realizar pruebas.

En definitiva, los modelos de negocio digitales funcionan de forma distinta a los tradicionales. Sin embargo, desde una perspectiva general, se trata de ver los nuevos desafíos que suponen los nuevos modelos de negocio digitales. La característica principal a la que se tiene que hacer frente es la incertidumbre. Es necesaria una actitud dinámica, y tener equipos ágiles que esté dispuestos a seguir cambiando. Además, es relevante el hecho de que ha permitido el descubrir oportunidades, valorar las ideas y pruebas y diseñar modelos de negocio efectivos. En particular, Huang et al. (2017) identifican tres mecanismos que el emprendimiento digital ha permitido o mejorado a la hora de convertir ideas en nuevos negocios: operación basada en datos; liberación instantánea; y transformación rápida.

### **3. Nuevos modelos de trabajo consecuencia de la digitalización: Teletrabajo**

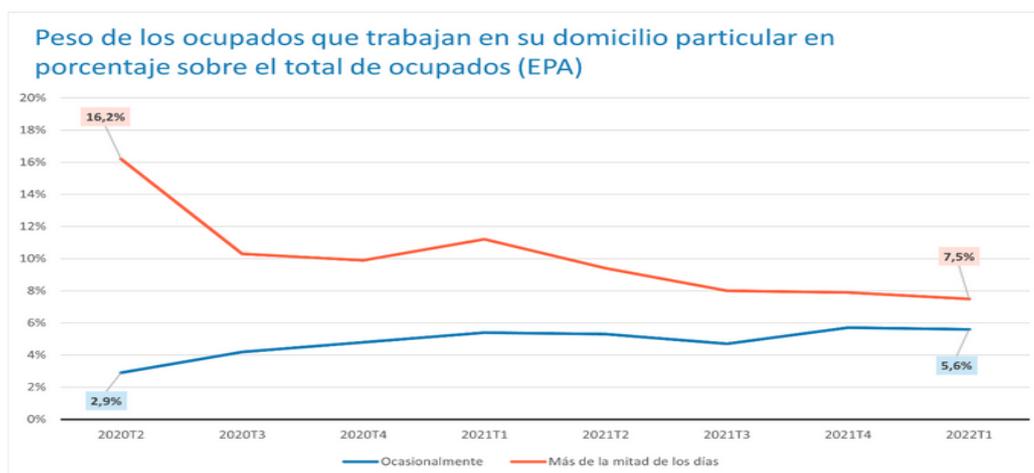
Los avances en las telecomunicaciones han dado lugar a una nueva modalidad que es el trabajo en casa o teletrabajo. Lo determinante es que las actividades propias del trabajo se realizan en un lugar diferente al denominado lugar de trabajo, gracias a la utilización de las nuevas tecnologías y equipos informáticos. La Organización Internacional del Trabajo define al teletrabajo como un nuevo esquema de laborar, en un lugar alejado de una oficina central o instalaciones de producción, comercio, servicios, etc., separando al trabajador del contacto personal con colegas y líderes que estén en esa oficina, planta o área comercial. En definitiva, el teletrabajo integrado con la tecnología, hace posible esta

"separación laboral" facilitando la comunicación en los diferentes niveles de una compañía".

El teletrabajo surge en los años 70 para reducir los gastos derivados de la crisis petrolera. Jack Nilles lo implantó en una aseguradora para reducir el consumo de dicho combustible. Después aparecieron los ordenadores personales e Internet. Hoy en día el mayor progreso son las TIC, las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Así, según la empresa Randstad en el artículo digital "Cómo influye la tecnología en el entorno laboral" (2016), "la tecnología ha permitido llevar a cabo mejoras en las condiciones de trabajo, aumentar la seguridad y favorecer la comunicación y el flujo de intercambio de información".

El teletrabajo ha ido extendiéndose en Europa; en la mayoría de países europeos se ha incrementado el número en la última década. Si se observan los datos referidos a España, se puede ver que la tendencia es hacia un modelo mixto de trabajo, es decir, no se introduce como sustitución del trabajo tradicional sino que se combina con el trabajo en el puesto de trabajo. Según los datos del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (Onsi) de mayo de 2022, solo un tercio de los ocupados cuentan con un empleo que pueda realizarse al menos parcialmente en el hogar. Esto se puede observar también en el gráfico siguiente, realizado por la EPA.

Figura 1: Peso de los ocupados que trabajan en su domicilio particular en porcentaje sobre el total de ocupados(EPA)



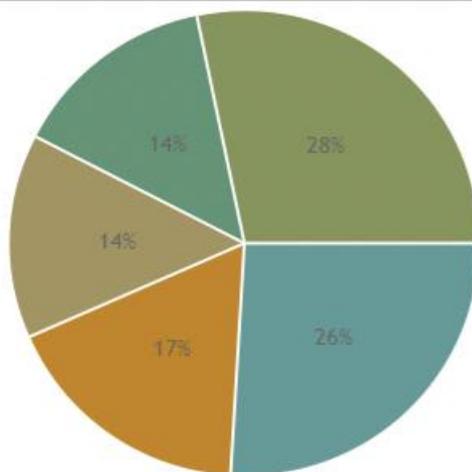
Fuente: EPA

Desde que se declaró esa pandemia, las empresas decidieron introducir el teletrabajo de forma urgente por la pandemia, estudiando los cargos que podrían ser realizados a distancia, y en el caso de que no se pudiera realizar de esta manera, reducción el número de horas y la distancia social así como una serie de normas al respecto.

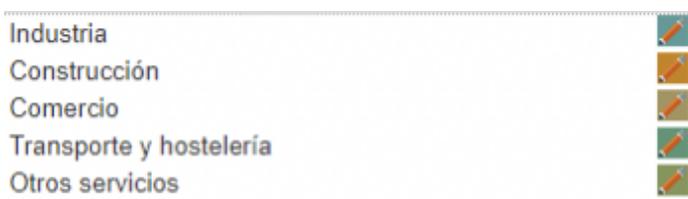
Sin embargo, hay diferencias entre el impacto de los distintos sectores por el efecto de las tecnologías. Hay una serie de características que hacen que algunas tareas sean más proclives a ser introducidas, modificadas y sustituidas por las tecnologías: por ejemplo, el grado de interacción humana, de habilidades sociales, de creatividad, elevada formación necesaria, tareas menos rutinarias... En estos casos lo que se busca no es tanto sustituir sino ayudar a las personas en la introducción de estos avances de forma que el resultado sea lo más eficiente posible. Algunas de las actividades laborales menos afectadas a nivel de peligro de ser sustituidas en el futuro por estos avances que se encuadran en esta idea son la sanidad o la educación. En la posición contraria estarían trabajos como operarios en una cadena de montaje y miembros del sector primario que cada vez tiene una importancia menor en España según los datos del INE.

Si se estudia el efecto sobre el teletrabajo, tras el estado de alarma, el sector que más ha aumentado es el denominado sector de otros servicios mientras que el comercio es el que menos ha recibido un impacto por el teletrabajo. Esto se puede explicar por el tipo de servicio que se ofrece en este sector, en el que el contacto personal es muy relevante.

Figura 2: Gráfico circular de los establecimientos por sectores más afectados por el teletrabajo tras el estado de alarma.



Fuente: INE



De hecho, por ejemplo, según un informe de Taula d'entitats del Tercer Sector Social de Catalunya (realizado a 245 entidades), el 76% de estas entidades ha sido consciente de esta necesidad de digitalización y el 61% señala esta como su estrategia principal, a pesar de que esto no se ha reflejado en la realidad como tal.

En cuanto a la regulación del teletrabajo, en España, la regulación aparece en 2012, con la reforma del Mercado Laboral y también en el artículo 13 del Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, equiparando su situación al trabajo presencial. A continuación, el Real Decreto-ley 28/2020, de 22 de septiembre, sobre el trabajo a distancia, recoge los derechos y deberes de los trabajadores. Y a raíz del Covid surgió la Resolución del Parlamento Europeo de 2021.

El artículo 2 de la Ley 10/2021 define el teletrabajo y además obliga a firmar un acuerdo de trabajo a distancia en las relaciones laborales a las que se aplica el Real Decreto Ley, ya sea al inicio o en un momento posterior. También se cumple que el teletrabajo es voluntario para el trabajador y empleador, y se debe

presentar una copia de todos esos acuerdos a la representación legal de los trabajadores.

Respecto a los tipos de teletrabajo, se pueden clasificar según el lugar en que se desarrolla la actividad, el tipo de comunicación y la organización del trabajo. Si el foco es el lugar, se puede diferenciar entre trabajo a domicilio o a distancia, que es el que se realiza en la vivienda habitual. Además, si se realizan menos de 10 horas semanales se llama ocasional, mientras que habitual es aquel que se produce en más de la mitad de los días trabajados. En segundo lugar, los denominados telecentros, que se basa en que los teletrabajadores tienen su domicilio cerca lo que reduce los costes y facilita el transporte. En tercer lugar, el teletrabajo móvil (o de nómadas digitales) en el que el trabajador está en continuo movimiento y realiza el trabajo a través de medios tecnológicos e informáticos. Y, en último lugar, el transnacional, es decir, en un país distinto al de la empresa matriz.

Si se estudia en función del tipo de comunicación, se puede distinguir entre online, es decir, en el que el trabajador se relaciona a través de las comunicaciones por medios electrónicos y de forma continua; y off-line, en el que prima la autonomía, ya que no existe una continuidad en la comunicación. Respecto a la organización, se distingue entre trabajo individual, colectivo y cooperativo, en el que se centra en ayudar a la empresa; también puede ser por cuenta propia o ajena según la relación contractual.

En cuanto a los nómadas digitales, este es un concepto relevante pues incluye a las personas que pueden realizar su trabajo, sus funciones para las que está contratado o trabaja por cuenta propia, en cualquier parte del mundo gracias a las tecnologías, a través de estas. Esto es una muestra más de flexibilidad pero también en muchos casos acentúa el problema del aislamiento social, y crea una gran dependencia de las tecnologías, lo cual incluso puede suponer un peligro si los datos son de carácter reservado o secreto.

Las ventajas del teletrabajo son diversas:

- Permite una gran flexibilidad en la forma de realizar las funciones, logrando mejorar los tiempos, una gran eficiencia y gestión.
- Facilita la conciliación familiar derivado de lo anterior.
- Consigue una reducción de costes de desplazamiento, lo que puede ser importante sobre todo para determinados colectivos o grupos necesitados de especial protección, y además se reduce la contaminación, accidentes, etc.
- Permite una reducción de los costes de infraestructura pues el mobiliario necesario es menor.
- El uso de las tecnologías amplía las posibilidades de contratación.
- Se consigue una mayor productividad, mayor rentabilidad.
- Un menor número de problemas y conflictos laborales.
- Facilita la interrelación entre los individuos y partes de la empresa.
- Eliminación de control horario.
- Mejora de los plazos de cumplimiento y entrega.
- Eliminación del absentismo laboral.
- Implementación de nuevas plataformas de tecnología o digitales.
- Expansión geográfica.
- Plan de carrera distinto al original.
- Mayor tolerancia y autonomía.
- Más oportunidades de empleo.
- Más especialización en los ámbitos tecnológicos.
- El teletrabajo, sin embargo, aunque requiera formación, puede permitir encontrar nuevos nichos, pues parece que es una modalidad que se mantendrá en el futuro.

Entre las desventajas del teletrabajo podemos encontrar:

- La comunicación online dificulta las soluciones inmediatas, personales, la ayuda en determinadas circunstancias.
- Puede conducir a horarios ilimitados.

- Aunque los costes se reducen en el ámbito empresarial hay costes derivados del propio trabajo que debe hacer frente el propio trabajador, salvo que se regule en sentido contrario.
- El principal problema del teletrabajo es psicológico pues en muchos casos produce sensación de soledad, derivada de la falta de interacción. La motivación y la energía se reduce y puede sobrevenir una sensación de falta de mejora o de autorrealización. Aparte, se pueden producir problemas de salud derivados de un exceso de sedentarismo.
- En la empresa se puede generar falta de confidencialidad, de seguridad, y de desconfianza sobre la labor realmente realizada por el trabajador.
- Puede dificultar la estructura de liderazgo dentro de la empresa.
- Requiere inversiones en capacitación para el uso de las tecnologías.
- El uso muchas veces no es opcional sino obligatorio para determinadas empresas, y además es desigual porque en muchas ocasiones requiere grandes inversiones tecnológicas para la adaptación y eso no está al alcance de todas.
- En este teletrabajo no existe una vigilancia directa e inmediata del empresario en el ejercicio del trabajo, sino que se ejercita al principio y al final de la actividad, diferida en el tiempo.

#### **4. Cambios en la forma de financiación a consecuencia de la digitalización: Crowdfunding.**

La introducción de las nuevas tecnologías en la financiación de las empresas ha dado lugar al denominado crowdfunding, que es una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa, que se caracteriza porque se trata de un grupo de personas, que buscan financiación y utilizan las nuevas tecnologías para conseguirla. En inglés, significa financiación colectiva; se busca financiar una idea. Se ha utilizado incluso por instituciones públicas para lograr recursos.

Este concepto está relacionado con otros conceptos como son la micro financiación (Morduch 1999) o el crowdsourcing (Poetz and Schreier 2012). Es una expresión de la economía colaborativa que se basan en estructuras horizontales y comunidades. Refleja la externalización de la función de

financiación al hacer una llamada abierta a un indefinido y generalmente gran grupo de personas interesadas en colaborar (Howe, 2008).

En el contexto empresarial, son los esfuerzos de individuos y empresas en la búsqueda de la financiación de las ideas de negocio, generalmente con pequeñas contribuciones de un gran número de personas que utilizan internet, sin intermediarios financieros convencionales (Mollick, 2014). Las partes son por tanto el emprendedor que busca financiación, los financiadores que son los que aportan fondos y la plataforma que hace de intermediaria. En cuanto a los elementos del crowdfunding se puede mencionar el objetivo del proyecto, el nivel de financiación, los financiadores o inversores denominados backers y la aportación del inversor (pledge o backer). El objetivo del proyecto es la cantidad que se trata de recaudar. El denominado all or nothing (todo o nada), es lo más habitual en la actualidad. Se trata de que sea un objetivo realista para evitar que afecte negativamente a la opinión de los inversores. La aportación por inversor (pledge/backer) es la cantidad de dinero que se ha obtenido dividido entre el número de participantes. Es decir, se podría decir que es la inversión media.

Los puntos positivos o ventajas del crowdfunding:

- La reducción de tiempo y dinero.
- La posibilidad de organizarse sobre un proyecto o idea, la transparencia (se debe mostrar que se usa para el fin requerido) y la falta de trámites.
- Permite comercializar un plan o idea, obteniendo financiación rápidamente y poniendo en contacto a unos y otros.
- Sirve como publicidad, y facilita el acceso a la información que facilita la labor a los patrocinadores.
- Genera redes de apoyo al proyecto.
- Cualquier iniciativa es válida, en general.
- Es rápido, eficiente y efectivo.
- Permite financiación para ideas innovadoras y creativas que suelen ser más difíciles de financiar en los cauces tradicionales.

En cambio, como inconvenientes:

- Es más fácil que se produzca un plagio o no se respeten los derechos de autor dado que se publicita el plan de negocios.
- No es un sistema extendido y conocido en todo el mundo de igual manera, de forma que en muchos casos se requiere de personas con especialización en la materia.
- Hay diferencias entre las plataformas según el interés que existe.

En cualquier caso, se pueden distinguir 4 modelos de crowdfunding:

- Modelo de donaciones: en estos los aportantes no reciben nada a cambio, y por ello suelen ser proyectos sanitarios en los que se buscan fondos para un determinado problema médico que necesita de una operación, tratamiento, etc. Es bastante usual.
- Modelo de recompensas: a diferencia del anterior, sí que se obtiene algo a cambio por esa aportación, un beneficio que puede consistir en servicios del propio proyecto. Es una forma de colaboración colectiva que se usa por los emprendedores.
- Modelo de préstamos o crowdlending: en estos proyectos se solicita un préstamo, y consecuentemente, se obliga a devolver el mismo en un tiempo determinado y con unos tipos de interés determinados. Suelen ser personas que buscan obtener beneficios de forma rápida, y se evitan los trámites de entidades que se dedican precisamente a la concesión de préstamos. Se fijan las condiciones del préstamo a través de estas plataformas, en definitiva. También se conoce como peer-to-peer lending o P2P lending.
- Modelo de regalías: se basa en una inversión en un proyecto del que se espera obtener algo pasado un tiempo determinado (el denominado win-win), atrayendo a los posibles inversores de esta manera.

También se pueden mencionar otros tipos como el crowfactoring, que es un modelo intermedio entre el crowdfunding y el factoring tradicional, para descontar pagarés, es decir, reciben una contrapartida con unos intereses. Y también hay que mencionar un uso muy habitual, el crowdfunding inmobiliario, que supone

que se invierte en dicho sector inmobiliario pero sin gastar dinero, de forma conjunta con otros inversores. Las principales diferencias entre las plataformas se encuentran en cómo se obtienen esos recursos, siendo usual la especialización en una determinada forma de financiación.

Existe muchos ejemplos de campañas de crowdfunding exitosas. Por un lado, Oculus Rift marcó la realidad virtual en los videojuegos, superando el objetivo determinado inicialmente de unos 2,4 millones. De hecho, Facebook se hizo con la compañía. En segundo lugar, Pebble desarrolló un proyecto de reloj inteligente, y consiguió 10 millones al finalizar la campaña, logrando la cantidad deseada ya en dos horas. Uno de los ejemplos más exitosos que incluso se ha llevado a la pantalla es el de Veronica Mars, en el que fueron los fans los que consiguieron los fondos para la película a pesar de que los promotores no confiaban en el proyecto. Consiguió 5,7 millones de dólares.

En cualquier caso, podemos distinguir un gran número de las plataformas de crowdfunding que han tenido éxito a nivel internacional y nacional. En primer lugar, las dos webs más importantes del mundo son Kickstarter e Indiegogo, que no están ubicadas en España. Kickstarter es una plataforma en la que participan millones de personas, con una recaudación mayor que todas las demás. Su compromiso va no solo en la obtención de financiación, sino que se plantea más a largo plazo también. Los productos que se ofrecen deben ser de una de las categorías que se establece: Arte, Comics, Danza, Diseño, Moda, Cine, Gastronomía, Juegos, Música, Fotografía, Publicaciones, Tecnología y Teatro. Son productos nuevos, originales, siempre que no sean de caridad ni personales, y debe ser real para que sea fiable al consumidor. Se trata de establecer una financiación y un plazo (aproximadamente 30 días aunque el máximo es 60), y la web se queda con un 5% de esa financiación si es que se consigue. Se puede reintentar una segunda vez. En segundo lugar, Indiegogo, que también es de EEUU pero que se distingue en que te ingresan lo que se aporte aunque no logres lo que se pretendía en el momento inicial; sin embargo, por el contrario se exige cumplir con las recompensas, lo que puede suponer un gran problema si no se consigue la financiación debida. También se admiten las causas sociales y particulares y hay una categoría especial para emprendedores.

A nivel europeo, destaca Ulule, que tiene una filial en Barcelona. Funciona del mismo modo que Kickstarter en el sentido de que necesita llegar al objetivo de financiación para poder obtener el dinero y exigirse las recompensas. La empresa se queda con un 6,69%, que supone un 8% si se incluye el IVA, en el caso de los pagos mediante tarjeta de crédito o débito. En el caso de los cheques, es más reducido, supone un 4,18% sin IVA. Funciona por una serie de categorías también y está en crecimiento. La siguiente sería Verkami, que es la plataforma más relevante de España. Surge en 2010 en Mataró, y básicamente es utilizado por creadores, artistas, diseñadores y colectivos. Su porcentaje de éxito es alto, un 70%. Y también funciona como la anterior, con el todo o nada para poder obtener el dinero y hacer frente a las recompensas. El porcentaje que retiene es de un 5% más gastos de transferencias. El plazo es de 40 días.

Lánzanos es una plataforma que tiene diferencias respecto a las anteriores pues es necesario que un proyecto llegue los 100 votos para después poder solicitar fondos para el mismo. Uno de los puntos destacados de la web es que se puede obtener recaudación del mundo offline, es decir, a través de vales se representa una recompensa y tiene un código de autenticación. Y, por último, Goteo es una plataforma que destaca que la recompensa es el denominado retorno colectivo, es decir, un conocimiento liberado que es abierto a todo el mundo, de forma que esta información sirva a todo el mundo. Los proyectos son emprendidos por entidades sin ánimo de lucro, de ahí que se definan como una plataforma de colaboración distributiva. Se establece un plazo de 40 días para conseguir la financiación, pudiéndose alargar otros 40 si no se consigue la cantidad mínima que se establezca y que marca la necesidad de pago de las recompensas. Y además existe en la misma el Capital Riesgo, que son inversiones de instituciones públicas y empresas. Se doblan las aportaciones, pero debe cumplir con las características requeridas en la convocatoria. También la diferencia es que permite obtener elementos no monetarios.

## **5. Papel de la digitalización, teletrabajo y crowdfunding. Relaciones y posibles variables relacionadas**

Las tecnologías han modificado la forma tradicional, como se ha mencionado, y ha llegado a alterar las relaciones en sí mismas. En nuestro caso, hemos centrado este trabajo en tres partes de las mismas: la digitalización y dos de sus consecuencias, el teletrabajo y el crowdfunding.

En el caso de los clientes, la digitalización permite un contacto más rápido, aunque a veces impersonal, lo que puede dificultar las relaciones estrechas, de confianza, pero también crea un canal de retroalimentación sencillo y útil. Esto ha permitido a las empresas cambiar el ámbito geográfico al que extienden sus productos: en una época anterior, la internacionalización se reservaba para momentos más avanzados en las fases de la empresa, como forma de diversificación y en grandes empresas exitosas. Sin embargo, en la actualidad, gracias a la digitalización y sus consecuencias como Internet y las redes sociales, es posible hacer llegar el producto o servicio fácilmente a una zona geográfica más amplia que antes.

En la estructura de las empresas hay que mencionar que la necesidad de un departamento de I+D+i, sobre todo en aquellas donde el producto o prototipo necesita ser modificado, actualizado, mejorado de forma continua, y no solo de aquellas que usan las tecnologías en su proceso de fabricación.

Un ejemplo básico del impacto de la digitalización en el trabajo son las caídas de internet o de redes como WhatsApp. Un problema en cualquiera de los elementos anteriormente mencionados tiene un impacto tal que se paraliza o dificulta la actividad habitual de la mayor parte de las empresas, de forma que constituyen un foco o base para el trabajo diario. En cuanto a Internet, se relaciona con la capacidad de los programas informáticos o máquinas de comunicarse entre sí, transmitiendo, almacenando y procesando información.

Por otro lado, ha cambiado el perfil de muchos puestos de trabajo. Es habitual la búsqueda del llamado perfil knowmad, es decir, innovador, flexible, interdisciplinar y de continua formación. De esta forma, tanto la digitalización como el teletrabajo hacen necesario que un empleado, cuando busca un empleo, se forme en esta vía e incluso use las redes sociales para hacer llegar su perfil a las empresas. Y este es un arma de doble filo pues las redes sociales, cada vez más numerosas no dejan de ser una fuente de información para las empresas, de cara a estudiar la incorporación de nuevos trabajadores.

También relacionado con digitalización y teletrabajo, una de las mayores revoluciones es el ámbito del Big Data y el análisis de datos. El Big Data se refiere la ingente cantidad de información o datos disponibles para, entre otros, las empresas, que pueden usar estos datos y de hecho han dado lugar a nuevos puestos de trabajo. Este tipo de nuevos trabajos, como los analistas de datos, son una oportunidad para realizar a distancia por los ya mencionados nómadas digitales.

Además, los avances en Inteligencia Artificial han conllevado la informatización y robotización de ciertos puestos de trabajo, que pueden traducirse en una sustitución de las personas por robots en un futuro no muy lejano. Esto ha permitido una mayor eficiencia, logrando una mayor productividad. De hecho, estos robots cumplen funciones que permiten que las personas no estén en el lugar de trabajo, o todas al mismo momento, en definitiva, podrían facilitar el teletrabajo. Incluso hay estudios en los que se recoge la preferencia de los trabajadores respecto a tener un jefe robot frente a los humanos, una muestra más del influjo y la importancia de las tecnologías en el mundo laboral.

Otro cambio derivado de las TIC es que se han externalizado actividades propias de la cadena de valor de las empresas como por ejemplo la atención al cliente o la fabricación, de forma que se permite que se realicen en lugares dónde es más conveniente para la empresa, ya sea por costes, por mayor cercanía con la demanda, o por otras razones relacionadas con el entorno. De hecho, es uno de los factores para determinar dónde se localizan las empresas. Las empresas ya no necesitan localizarse cerca de los clientes si se puede llegar a ellos de forma

telemática, sin ser totalmente impersonal, desde las propias casas, con videollamadas, lo cual, aparte de aportar comodidad a ambas partes, permite una ayuda instantánea que es fundamental en aspectos como el de la atención al cliente, en el que uno de los mayores problemas es el tiempo de espera.

En cuanto a los perfiles laborales, según los datos recogidos en las tablas de Torrecilla et al.(2019, pp. 42-43), los trabajos más demandados en el futuro serán los tecnológicos o digitales cualificados tales como los analistas de *big data*, y científicos, especialistas en inteligencia artificial y robótica, desarrolladores de *software* y aplicaciones; los especialistas en el trato con personas o *coaches*, psicólogos, y gestores de nuevas formas de trabajo; profesionales de ventas y *marketing*, que provocan el desarrollo de negocios; especialistas en desarrollo organizacional, y servicios de tecnología de la información. Muy importante es también el papel de las tecnologías en el marketing, lo que se aprecia incluso en el crowdfunding, pues la publicidad casi viene inherente en la propia forma de obtención de la financiación, de forma rápida y efectiva, a escala global, lo que aumenta mucho las posibilidades.

Si bien es cierto esto, hay otros puestos de trabajo que se pueden ver perjudicados con las nuevas formas comentadas. Por ejemplo, un caso sería el de los bancos con el crowdfunding: las posibilidades para la financiación en esta última son mucho mayores dado que se trata una forma más rápida, flexible, eficiente y global, que cada vez tiene mayor seguridad, gracias al desarrollo de las páginas web dedicadas a ello. Además, el crowdfunding permite obtener financiación a empresas no lucrativas, es decir, a proyectos que, a través de otros medios convencionales como los bancos, no saldrían nunca adelante. El único problema puede provenir por la necesidad de unos fondos elevados ya que, en estos casos, dado el corto plazo que suele tener el crowdfunding, puede ser más complicado.

Por último, el crowdfunding ha dado lugar a la necesidad de una mayor legislación porque, aunque supone una alternativa, la existencia de fraudes hacen necesaria una normativa que asegure las condiciones y la información, que, si no puede ser perfecta, asegure al menos que dicha financiación se aporte

efectivamente a dicho proyecto, suponiendo una oportunidad para hacer un seguimiento efectivo del proyecto financiado a través de las propias plataformas.

De hecho, hay páginas web de crowdfunding que permiten otras utilidades como incluso forma de bote, de forma que facilita cuestiones como compras de regalos o pagos conjuntos, sin que una de las personas deba hacer frente al gasto de forma única. Y esto tiene gran utilidad sobre todo cuando se realizan planes o gastos conjuntos con personas con las que no se comparte gran confianza.

Ante la falta de regulación, se puede producir un problema similar a lo que ha ocurrido con Uber y los taxis, pues los bancos como centros que ofrecen financiación deben cumplir una normativa estricta, responder, y esto limita el número de casos o de operaciones que pueden aceptar financiar. El crowdfunding no deja de ser un ejemplo de economía colaborativa que se han introducido en España en diversos ámbitos como el caso de los alojamientos turísticos.

Por tanto, es necesario adaptar el mercado laboral a esa digitalización, al teletrabajo y el crowdfunding, e impulsar la formación en temas relacionados con lo que demanda el mercado y que va a facilitar los trabajos y aumentar la productividad, la eficacia y la eficiencia. Se buscan habilidades como la disposición al aprendizaje continuo y el trabajo en equipo a la vez que se exige el dominio de las tecnologías, pero desde distintos alcances, empezando por el simple uso de las redes sociales pasando al dominio de programas de gestión informáticos.

## **6. Líneas de investigación futuras.**

En el ámbito de las nuevas tecnologías los avances marcan un ritmo que en muchos casos es difícil de mantener para las empresas. Requieren de continuas adaptaciones que hacen que las empresas deban ser lo más flexibles posibles y estén invirtiendo continuamente en I+D+i de cara a adaptarse al emprendimiento digital. La introducción de las tecnologías no conlleva solo el poner en peligro ciertos empleos, sino que constituye una fuente de nuevos tipos de

emprendimiento y, como consecuencia, diferentes trabajos asociados a éstos. Además, es central la mejora en cuánto a productividad y eficiencia de los trabajadores, lo que permite que estos cuenten con mayores ingresos y poder adquisitivo (Skidelsky, 2017). Se buscan nuevos perfiles caracterizados por la alta formación y cualificación, los conocimientos informáticos y tecnológicos, la flexibilidad o capacidad de adaptación, las habilidades sociales. De hecho, se estima que el 85% de los trabajos en 2030 serán nuevos, de forma que es necesaria una continua adaptación y renovación humana, en base a nuevas competencias y estudios. Sería interesante un estudio futuro de cómo han ido cambiando los puestos de trabajo en relación a las diferentes décadas y cómo se espera que esto sea en el futuro.

Un aspecto que es determinante en la digitalización es la necesidad de fondos. De hecho, como se ha mencionado a lo largo del trabajo, aunque las empresas presentan como objetivo su implantación, ésta no fue tan rápida y efectiva al principio debido a que requiere de gran inversión y constituye uno de las mayores dificultades esa falta de recursos económicos. Y en esto el crowdfunding se presenta como alternativa para precisamente financiar los cambios en las nuevas empresas que ya desde este punto partan de forma digital, pues además puede verse favorecido porque las personas que aporten dicha financiación online precisamente vean esta digitalización como algo más positivo o relevante en las empresas. De esta manera, aunque no es sencillo, podría tratarse de investigar los aspectos más positivos o negativos del citado crowdfunding.

Otro elemento acerca del cuál es interesante seguir profundizando en su estudio es la influencia en la vida personal y familiar al respecto de la conexión debido a que en muchos casos la ventaja que presenta el teletrabajo es la comodidad, al no ser necesario el desplazamiento gracias a las nuevas tecnologías. Sin embargo, esto también ha supuesto en muchos casos un horario casi ilimitado, que obliga a los trabajadores a estar pendientes siempre del trabajo y tener que responder incluso fuera del horario laboral. Y también el efecto que puede producir en los compañeros de trabajo el que un trabajador opte por dicha modalidad de teletrabajo, pues estos, sobre todo si no optan por esta modalidad, pueden cargar con determinadas consecuencias en su propio día a día.

## **7. Aplicaciones prácticas**

Una cuestión que no siempre se tiene en cuenta es el cambio en la formación requerida. Como consecuencia de la digitalización, actualmente cada vez se demandan más profesionales con formación en las tecnologías, sea cual sea ámbito laboral, como ocurre con el caso de los idiomas.

Aunque todavía no se ha producido, es probable que se extiendan las certificaciones básicas en el uso de determinadas herramientas (que ahora existen, pero no tienen tanto éxito en el mercado), y que, a nivel universitario, aparte de los grados específicos, se introduzcan asignaturas de este tipo. Habilidades como la flexibilidad, la capacidad de adaptación, la formación continua y la resiliencia serán muy valoradas en el futuro. De hecho, el teletrabajo es una realidad asimilable al ámbito universitario o escolar en el sentido que ya ocurrió con el Covid, de forma que se vio necesario el desarrollo de unas mayores herramientas y ventajas como la disponibilidad de clases o el uso de las aplicaciones tales como Webex o Microsoft Teams para la realización de exámenes y de trabajos colaborativos.

El teletrabajo puede llegar a tener una relevancia tal que se elija un puesto de trabajo u otro en función de que ofrezca estas facilidades para poder conciliar ya no solo con una vida más familiar sino con una vida más nómada (esos nómadas digitales ya mencionados). Por el contrario, uno de los mayores conflictos o aspectos negativos es el aislamiento. Y solo a través de los estudios y las estadísticas se puede ver la influencia. De hecho, una alternativa a estudiar es usar técnicas como el mentoring para intentar estar en contacto con los trabajadores y evitar o reducir esta percepción de aislamiento por parte de los mismos. También, otro punto de vista sobre este mismo tema es la cuestión del clima o de la cultura de la organización, pues para poder desempeñar esta modalidad las empresas deben tener una gran confianza en sus trabajadores (porque en muchos casos, supone una mayor libertad en el desempeño del

propio trabajo). Uno de los mayores desafíos por tanto es intentar conciliar tradición con estas nuevas formas, sin que afecte a la vida privada.

En relación con las posibilidades que ofrece el crowdfunding, uno de los problemas es el conflicto que puede constituir en relación con el sistema bancario, pero también puede existir la oportunidad de introducir este sistema en los propios bancos de forma que permitiera incluso hacer frente a proyectos de mayor entidad, una de las limitaciones que presenta el crowdfunding actual. Por otro lado, se puede ver un impacto en otro ámbito como es el de las aplicaciones informáticas, que se pueden convertir en una gran fuente de ingresos, tanto en el ámbito del teletrabajo e incluso el desarrollo respecto al crowdfunding.

Por último, otra vía que se abre es la introducción de las cadenas de blockchain o los bitcoins en el caso del crowdfunding, dado su carácter tecnológico, que se introduzcan estas formas. El Blockchain no constituye solo un conjunto de datos sino también las tecnologías que favorecen esa transmisión de activos sin intermediarios, que usa los denominados nodos para crear un sistema de seguridad propio y único. Lo característico del Blockchain es que la información se valida por estos nodos independientes, y existe un gran cifrado. En segundo lugar, en cuanto a las criptomonedas o bitcoin, se desarrolla a partir del anteriormente mencionado blockchain, que es un tipo de moneda virtual. Por tanto, ambas pueden ser alternativas que se introduzcan con el desarrollo de esta forma de financiación.

## **8. Conclusiones**

En este trabajo se han estudiado tres fenómenos fundamentales: la digitalización, el crowdfunding y el teletrabajo. Estos tres fenómenos se han hecho una parte esencial para el actual emprendimiento, fenómeno presente desde hace siglos pero que goza de auge en la actualidad pues cada vez se ha tenido mayor constancia de la relevancia del mismo para el crecimiento de los países y el desarrollo. De ahí que la inversión de los países se vea limitado por el emprendimiento presente en estos.

La digitalización es el fenómeno principal y ha tenido como consecuencia los otros dos fenómenos. En cualquier caso, los tres se encuentran interrelacionados y están en clara expansión. La digitalización en cierto sentido permite un mejor acceso de todos, una mayor eficiencia y da lugar a múltiples fenómenos, tanto de la vida familiar como profesional, y que ha permitido el desarrollo del teletrabajo.

El teletrabajo es una forma de trabajo que ha venido para quedarse. A pesar de que con la pandemia parecía que iba a ser el sustituto del trabajo tradicional, parece que la forma que se ha asentado es mixta, que permite ciertas comodidades y que se adapta mejor a empleos dónde hay funciones o ciertas actividades esenciales que deben realizarse de forma presencial.

Por último, el crowdfunding se presenta como una alternativa real a la financiación tradicional, que presenta tanto ventajas como inconvenientes a esta. Permite un rápido acceso a fondos, incluso para proyectos no lucrativos, pero como todo lo relacionado con las tecnologías, es necesario que se produzca un avance en materia de regulación para aportar seguridad jurídica a todos los procesos, de forma que el acceso sea más equitativo, sencillo y seguro y pueda resultar una alternativa real.

## 9. Bibliografía y webgrafía

- Aguilar González, M.a C. (2006). *La negociación colectiva en el sistema normativo comunitario*. Valladolid: Lex Nova.
- Aguilar, M.C, “Digitalización o la oportunidad de creación de más y mejores empleos”; *Revista de Trabajo y Seguridad Social*. CEF, 445 (abril 2020), pp. 93-120
- 
- Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. *Harvard Business Review*, 91(5), 63–72.
- Botín, R. (3 de mayo de 2022); *Digitalización de empresas: cómo afrontarla en 2022*. <https://www.shopify.com/es/blog/digitalizacion-de-empresas>

- Economía3(15 de septiembre de 2022); *El impacto de las nuevas tecnologías en las empresas*; <https://economia3.com/el-impacto-de-las-nuevas-tecnologias-en-las-empresas/>
- Emprendedores(12 de marzo de 2018); *Las 6 mejores plataformas de crowdfunding*.<https://rincondeemprendedor.es/6-mejores-plataformas-de-crowdfunding/>
- Equipos y talento;(26 de mayo de 2022); *El teletrabajo registra cifras récord en España*;<https://www.equiposytalento.com/noticias/2022/05/26/el-teletrabajo-registra-cifras-record-en-espana>
- Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business*, Random House Business.
- Hsieh, Y.-J. and Wu, Y. (2018), “*Entrepreneurship through the platform strategythe digital era: insights and research opportunities*”, *Computers in Human Behavior*, pp. 1
- Hu, H., Huang, T., Zeng, Q. and Zhang, S. (2016), “The role of institutional entrepreneurship in building digital ecosystem: a case study of Red Collar Group (RCG)”, *International Journal of Information Management*, Vol. 36 No. 3, pp. 496-499, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2015.12.004.
- Huang, J. C., Henfridsson, O., Liu, M., & Newell, S. (2017). *Growing on steroids: rapidly scaling the user base of digital ventures through digital innovation*. *MIS Quarterly*, 41(1), 301–314.
- Hull, C. E., Hung, Y.-T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, 4(3), p. 293
- Lean Finance;(sf);<https://leanfinance.es/que-es-plataformas-de-crowdfunding-5-ejemplos-de-exito/>
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). “Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process”. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1),, p. 1).
- Maiolini, R., Marra, A., Baldassarri, C. and Carlei, V. (2016), “Digital technologies for social innovation: an empirical recognition on the new enablers”, *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol. 11 No. 4, pp. 22-28.

- Mollick, E. (2014). «*The dynamics of crowdfunding: An exploratory study*». *Journal of Business Venturing*, vol. 29, no 1, pp. 1- 16.
- Nambisan, S. (2017), “Digital entrepreneurship: toward a digital technology perspective of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 41 No. 6, pp. 1029-1055.
- Pecino Medina, V.; *El teletrabajo en la Universidad de Almería: Una experiencia piloto en el Servicio de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones*(2010) <https://core.ac.uk/download/pdf/143455931.pdf>
- 
- Sahut, J. M., Hikkeorva, L., & Moez, K. (2013). Business model and performance of firms. *International Business Research*, 6(2), 64–76. <https://doi.org/10.5539/ibr.v6n2p64>.
- Santaella, J. (7 de marzo de 2023) *Qué es el crowdfunding, el micromecenazgo para los emprendedores*. <https://economia3.com/crowdfunding-que-es>
- Santos Rafecas, P.; *El impacto de las nuevas tecnologías en el empleo en España: sustitución tecnológica y necesidad de adaptación*(Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Comillas),2021.
- Smith, C., Smith, J.B. and Shaw, E. (2017), “Embracing digital networks: entrepreneurs’ social capital online”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 32 No. 1, pp. 18-34.
- Srinivasan, A., & Venkatraman, N. (2018). *Entrepreneurship indigital platforms: a network centric view*. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 54–71. <https://doi.org/10.1002/sej.1272>.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). *The digital entrepreneurial eco- system*. *Small Business Economics*, 49(1).
- Torrecilla, J. A., Pardo, C. y Rubio, J. C. (2019). Industria 4.0 y transformación digital: nuevas formas de organización del trabajo. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF, número extraordinario 2019*, 27-54.
- Traseop (8 marzo de 2023) *Qué es el crowdfunding*; <https://www.transeop.com/blog/crowdfunding-que-es/555/#tipos-crowdfunding>