

Emprendimiento colaborativo juvenil: El ecosistema de las Startups

En los últimos años el modelo de la economía colaborativa se ha extendido por el tejido empresarial de forma global, tanto en la UE como en España. Un enfoque interesante es analizar el ecosistema de la propia creación de startups desde el entorno colaborativo que conforman las aceleradoras, incubadoras, viveros y asociaciones con actividades profesionales como el *coworking*, *coaching*, *mentoring* y el *networking*.

Palabras clave: Emprendimiento, economía colaborativa, ecosistema, startups, aceleradoras, incubadoras, viveros, *mentoring*, *networking*, *coworking*, *coaching*.

Introducción

El fenómeno económico que ha transformado el sistema en la última década ha sido la denominada economía colaborativa. Dicho modelo opera a través de las denominadas plataformas virtuales.

Las investigaciones sobre el tema han alcanzado un consenso sobre tres factores determinante⁽¹⁾. El primero sería el tecnológico debido al auge de las telecomunicaciones y la expansión de la tecnología móvil se ha ido desarrollando los sistemas de reputación. El segundo serían los factores económicos como la necesidad de emprender a causa de la crisis económica y la aparición de canales alternativos a nivel financiero. Por último, estarían los factores socioeconómicos donde se aprecia la tendencia hacia un cambio de consumo asociado al acceso a los servicios, ya la concesión de una mayor importancia a la sostenibilidad económica y medioambiental.

También se aprecia un consenso a establecer el concepto economía colaborativa para aceptar otros modelos similares, es decir se incluyen también la economía bajo demanda y la economía de acceso (Rodríguez, S., 2016).

Economía colaborativa: son modelos de producción, consumo o financiación que se centran en la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales (particulares o profesionales) o de particular a profesional a través de plataformas digitales.

Economía bajo demanda: son modelos de consumo y provisión de servicios que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada habitualmente de profesional a consumidor a través de plataformas digitales. La principal diferencia con lo anterior es que existe una relación comercial, es decir, hay una prestación de un servicio ya sea por parte de profesionales o por parte de particulares.

⁽¹⁾ Consultar el estudio de la CNMC 2016.

Economía de acceso: son modelos de consumo en los cuales una empresa pone a disposición de un conjunto de usuarios unos bienes para su uso temporal, con fines comerciales, se adapta al tiempo de uso que requieren los usuarios y flexibiliza la localización espacial de los mismos.

1. Beneficios y necesidades de mejora de la economía colaborativa

Este modelo de la *sharing economy* o economía colaborativa genera una serie de beneficios a la economía global y que es necesario poner en valor (García, J.M., Navío, J., Santaella, J., Portilla, J.A., Martín, J., 2016):

- Fomenta una mayor interacción entre la oferta y la demanda a través de las plataformas virtuales en expansión.
- Mejora la competitividad y mayor especialización de sectores novedosos para la economía.
- Reduce el problema de la información asimétrica ya que se cambia el modelo tradicional por uno basado en la reputación controlada por los clientes.
- Genera un importante ahorro ya que la mayoría de bienes y servicios tienen unos precios más asequibles.
- Supone una apuesta por un desarrollo sostenible ya que estimula un segundo uso de los productos y a la vez el consumo moderado de los recursos.
- Gestión de recursos reduciendo duplicidades para conseguir los mismos fines lo que lleva a los servicios compartidos.
- Mayor oferta y al mismo tiempo se genera un beneficio medioambiental .

Del mismo modo que suponía una serie de beneficios la novedad del fenómeno sumado a la escasa regulación ha provocado una serie de conflictos en los últimos años. Estos serían los puntos que mejorar:

- Hay una escasa protección del consumidor como consecuencia de la carencia de seguros empresariales, la propia falta de exigencia de las plataformas y la indefinición de las responsabilidades de cada una de las partes en la prestación del servicio.
- Existe una problemática a nivel de la seguridad social y los riesgos laborales ya que no se tienen en cuenta la gestión de problemas asociados a los accidentes laborales y a sus responsabilidades.
- Este modelo tiene a favorecer la predominancia de microtrabajos temporales frente a la estabilidad de los trabajos indefinidos de calidad.
- La dudosa fiabilidad de los sistemas de reputación determinados en exclusiva por las opiniones de los clientes, sin ninguna revisión o control externo.
- La competencia desleal en el propio sector ya que sortean las regulaciones lo que provoca conflictos laborales con sus competidores debido a la reducción de sus costes y la transformación en tarifas más económicas (conocidos son los casos de Uber y Cabify).

- Es necesario regular en el campo de la exclusividad de los datos y evitar el tráfico de los mismos sin ningún tipo de control.
- A nivel fiscal es necesario una nueva regulación ya que la escasa cuantía de cada una de las transacciones se hace de espaldas a la Hacienda Pública.

1.1 La unidad básica del sistema. Startup

Una vez clarificado el nuevo modelo económico global, es importante destacar que las startups no solo son una parte fundamental de la economía colaborativa, sino que también su propia creación depende del mismo. Por lo tanto, es fundamental dar una definición (Montoya, D.M., 2016) y la más precisa proviene de Steve Blank y Bob Dorf:

“Una organización temporal en busca de un modelo de negocio rentable, repetible y escalable”.

Se reconoce como organización temporal ya que no tiene todavía su modelo de negocio validado y aún aspira a ser una empresa real. Estaría en plena búsqueda de un modelo de negocio, ya que la gran diferencia entre una *startup* y una empresa consolidada es que la primera debe convalidar el tipo de problema o necesidad que resuelve para determinado tipo de cliente, qué es lo que tecnológicamente puede desarrollar y cuál es su viabilidad económica. Se habla de modelo escalable, porque puede lograr que los ingresos crezcan a un ritmo muy superior al que crece la suma de costos fijos y variables.

Este artículo tiene la intención de poner el foco sobre los agentes que participan en la gestación de las startups, en sus diferentes fases, y cuyas actividades económicas forman parte de la economía colaborativa. Entre estas se encuentran los viveros, con sus diferentes variantes, las incubadoras y las aceleradoras, las tres se valen de programas de *mentoring* y *coaching*, de ofrecer espacios laborales como el *coworking* y de generar redes entre emprendedores como el *networking*.

2. El ecosistema metacolaborativo

Una breve revisión de las investigaciones sobre este fenómeno tiende a presentar a los diferentes actores del ecosistema. Lo novedoso del artículo es poner el foco de análisis en las propias actividades de estos agentes y como se pueden relacionar con el modelo de la economía colaborativa. La pregunta sería si es posible denominar a estos agentes como “metacolaborativos” ya que facilitan que startups de la economía colaborativa se desarrolle gracias actividades propias de dicho modelo.

Tabla 1. **Tabla sobre los agentes del ecosistema startups (Fuente: Rueda, C., 2016)**

	Agentes de desarrollo y apoyo		Agentes de Financiación	
	Incubadoras/ Viveros	Aceleradoras	Business Angels	VCs
Duración	1-5 años	3-6 meses	Permanente	Permanente
Modelo de negocio	No	Si	No	No
Selección	No competitivo	Competitivo cíclico	Competitivo permanente	Competitivo permanente
Etapa de la startup	Embrionaria o evolucionada	Embrionaria	Embrionaria	Embrionaria o evolucionada
Formación	Ad hoc, en recursos humanos, legal	Seminarios	Ninguna	Ninguna
Servicios de Mentoring o Coaching	Mínimos tácticos	Intensivos por el personal de la aceleradora y externos	Según las necesidades	Según las necesidades
Ubicación de la empresa	In situ	In situ	A distancia	A distancia

Como se observa en esta tabla los dos agentes del ecosistema de las startups que interesa analizar son los que promueven el desarrollo y el apoyo y obviar otros, los relacionados con la financiación. El artículo quiere concretar el papel que juegan en cada fase y ver como sus actividades se podrían incluir en un grupo denominadas *metacolaborativas*.

2.1. Viveros de empresas

La falta de un consenso en las investigaciones sumado a lo reciente del fenómeno provoca como consecuencia una gran disparidad en las definiciones y una problemática falta de concreción. Por ello no es recomendable saturar al lector con una lista de definiciones, lo más lógico es reducirlo en los cuatro factores que permiten reconocer a un vivero (Blanco, F.J., Polo, C., Fernández, M.A., de Vicente, M.A., Manera, J., Ackerman, B., 2016):

1. Espacio de oficinas compartido, alquilado a un precio favorable (Coworking).
2. Conjunto de recursos y servicios que permite una reducción de costes generales.
3. Servicios específicos de asesoramiento empresarial (Coaching).
4. Acceso a una red de contactos interna y/o externa (Networking).

Como se aprecia ya en este agente tres de las cuatro actividades claves giran en torno al fenómeno *metacolaborativo*. Además, en el siguiente punto del artículo se desarrollarán. Pero es fundamental señalar la gran variedad tipológica de los viveros de empresas atendiendo a diversos criterios, sin embargo, para los fines de este artículo solo interesa el que se centra en la gestión de la incubación (Muñiz, N., Morales-Gutierrez, A., Ariza-Montes, J.A., 2013). Se puede distinguir entre las corporativas y las en red, estas últimas son fundamentales para entender la evolución del modelo del paradigma colaborativo en la economía.

Tiene diferentes fases de actuación con respecto a las startups:

1. Difusión del espíritu emprendedor (Mediante acciones de comunicación, jornadas y un plan de patrocinio con el fin de fomentar caldo de cultivo que propicie la aparición de ideas de negocio).
2. Asesoramiento inicial (Los viveros cuentan con servicios de asesoramiento para resolver las dudas de inicio).
3. Pre incubación (punto de arranque de la startup, se percibe una oportunidad de negocio y surge una idea empresarial. El vivero realiza actividades de formación, networking y sesiones de asesoramientos técnico con el fin de elaborar un Plan de negocio).
4. Creación de la Empresa (Fase en la que se aglutinan todas las acciones de apoyo y asesoramiento que el vivero ofrece para constituir la empresa y empezar a operar).
5. Incubación-Consolidación (Prestación de una serie de servicios cuyo objetivo principal es el apoyo a las startups para lograr su supervivencia).
6. Graduación (Fase final y externa donde los servicios que ofrece el vivero se centran en apoyar la consolidación de la empresa y la creación de networking, es decir, conectar a la empresa graduada con las empresas nuevas que llegan al programa de incubación para así consolidar un cinturón productivo en su entorno).

2.2. Aceleradoras

Las investigaciones sobre las aceleradoras son recientes y también hay una gran diversidad de definiciones, pero la más sintética es de Florence Heinemann (Blanco, F.J., de Vicente, M.A., Manera, J., Polo, C., 2017), para él son programas que ayudan a startups en fase semilla a través de diversos medios como pueden ser el mentoring y el networking. Además, fijan objetivos de gestión habitualmente de tipo financiero. La duración de su apoyo dura alrededor de los 12 meses. Para poder acceder a ella la organización realiza un exhaustivo proceso de selección. Por último, señala dos cosas: que normalmente proporcionan remuneración a los participantes y suelen tomar un porcentaje de capital de la startup.

Tiene diferentes fases de actuación con respecto a las startups:

1. Enfoque estratégico (los objetivos estratégicos de las aceleradoras serán diferentes atendiendo al criterio del gestor, al criterio geográfico y también, si es generalista o sectorial).
2. Paquete de programas (consiste en estandarizar un paquete de formación y de mentoring).

Programas de formación (finanzas, ventas, marketing, legal, etc.).

Programa de eventos (talleres, ponencias o charlas inspiradoras).

Asesoramientos periódicos (generar confianza, proporcionar asesoramiento y revisión de progreso).

Demo-day (eventos de graduación donde se invitan a inversores para evaluar).

Co-localización (compartir el mismo espacio de trabajo estimula el aprendizaje cruzado y la colaboración).

Mentoring (Los mentores tienen como objetivo, ayudar a las empresas a definir su modelo de negocio, aconsejar en aquellas áreas en donde detecten carencias y poner en contacto a los equipos con clientes potenciales e inversores).

3. Financiación (la propia aceleradora se financia mediante inversores, grandes empresas o el sector público. Pero a la vez las aceleradoras dotan de una inversión inicial que reciben los proyectos, a cambio de un porcentaje de participación de las empresas, que suele variar entre 5-8% entre aceleradoras siendo la media de un 6%).
4. Proceso de selección (La mayoría de los procesos de selección adopta las siguientes etapas).

Solicitud/aplicación on-line (Solo suelen aceptar el 3% con lo que elevan la competitividad).

Evaluación del proyecto y del equipo (Evalúan los proyectos agentes externos y/o grupos de interés relacionados con la aceleradora, además priorizan los equipos sólidos).

Entrevista con los finalistas (Buscan equipos donde haya como mínimo un integrante con perfil técnico capaz de desarrollar un producto mínimo viable).

Entrevista final "cara a cara".

5. Servicios post-graduación (Se pretende mantener una relación estrecha con los graduados para conseguir aumentar su red de contactos y mentores. El mentoring es uno de los elementos más importantes de los programas de aceleración pues son en gran medida los mentores quienes se encargan de poner en contacto a los equipos con clientes potenciales e inversores).

Diferencias entre viveros y aceleradoras

1. Duración: Los programas de las aceleradoras tienen una duración breve ya que su objetivo es acelerar el proceso natural del ciclo de vida de una empresa hacia un rápido crecimiento o hacia el fracaso. Por el contrario, los programas de incubación son más a largo plazo, de entre 1 y 5 años o incluso puede no tener un límite de tiempo definido.
2. Promotores: en el caso de las aceleradoras son creada por capital privado e influyen económicamente en la empresa mediante un porcentaje de participación de las empresas que se incorporan o la aportación de capital para su inicio. Por el contrario, las incubadoras, son promovidas en su mayoría por el sector público.
3. Experiencia en grupo: Los programas de las aceleradoras tienen una fecha establecida por lo que todas las empresas aceptadas entran y abandonan el proceso a la vez favoreciendo el networking. Sin embargo, las incubadoras tienen mucha rotación de proyectos, por lo que la aparición de sinergias es más complicada.
4. Tipos de proyectos: las aceleradoras se centran en proyectos tecnológicos mientras que los viveros amplían bastante su selección.

- Ingresos y sostenibilidad financiera: Los viveros obtienen sus ingresos del alquiler de las oficinas y servicios del mismo. Las aceleradoras, en cambio, dependen de los aportes de las entidades promotoras, de la venta de sus participaciones o de los dividendos futuros que generen las diferentes empresas aceleradas.

2.3. Otros agentes del ecosistema

El tejido asociativo es muy rico en este campo y de entre todos destacan la Asociación Española de Startups⁽²⁾ que integra una serie de asociaciones regionales y aceleradoras, cuya función principal es de órgano de apoyo para organizar eventos conjuntos. Sin embargo, su otra misión es actuar de lobby en dos ámbitos territoriales España y Europa.

En España pretende alcanzar:

- Regulación de la economía colaborativa: participar en mesas y subcomités parlamentarios con el objetivo de que revisen y reformulen los marcos legales obsoletos de ciertos sectores económicos.
- Situar a las startups en la agenda política: pretenden por su realidad diferenciada, un proyecto legal propio, la Ley de Startups.
- En Europa pretende alcanzar:
 - Sobrerregulación: Evitar que la regulación europea sobre copyright y economía de los datos impidan la innovación y permitan explorar el potencial de los datos de forma segura.
 - Garantizar la neutralidad en la red: Con el fin de alcanzar un mercado y una economía digital europea competitiva a nivel mundial.
 - Definición y regulación de las plataformas y de su papel en Internet.

Tabla 2. **Tabla sobre organizaciones que componen la AES (Elaboración Propia)**

Nombre	Tipo de agente
Asociación Valenciana	Aceleradora
Astur Valley	Aceleradora
Bellota Valley	Aceleradora
Charrosfera	Aceleradora
Euskal Valley	Asociación
Startup Galicia	Asociación
Tetuan Valley	Aceleradora

Como se observa existen otros agentes de apoyo que se constituyen mediante la agrupación de las ya mencionadas aceleradoras y otras asociaciones regionales. Lo que los diferencia son sus objetivos ya que tienen la misión de realizar una función de grupo de presión, con lo cual, no conformarían un bloque dentro de los agentes metacolaborativos.

⁽²⁾ Vease Asociación Nacional de Startups: <http://www.asociacionstartups.es/temas/>

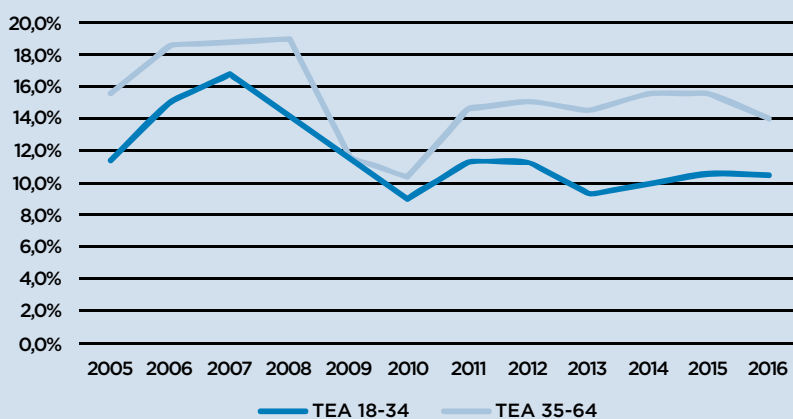
3. Juventud emprendedora y programas *metacolaborativos*

La parte más complicada es restringir el fenómeno de los actores y actividades metacolaborativos de la *sharing economy* centrándose exclusivamente en el ámbito joven.

Lo primero a señalar es que se ha ampliado el rango de edad en este trabajo de lo que se considera tradicionalmente jóvenes (18-29) y se ha situado hasta a los 34 años, ya que muchos estudios de emprendimiento lo realizan.

El informe GEM España de 2016⁽³⁾ nos permite conocer la Tasa sobre la Actividad Emprendedora Total, es decir se puede observar que porcentaje entre los dos grupos de edad es o no emprendedora. Además, es un dato muy interesante, ya la tasa se calcula con la suma de las personas que tienen empresas nacientes y empresas nuevas.

Gráfico 1. **Gráfico de barra sobre la Tasa de Emprendimiento Activo (Elaboración Propia a partir Informe GEM 2016)**



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TEA 18-34	11,4%	15,0%	16,8%	14,4%	11,5%	9,0%	11,3%	11,3%	9,4%	10,1%	10,5%	10,4%
TEA 15-64	15,6%	18,5%	18,8%	18,9%	11,5%	10,4%	14,6%	15,0%	14,5%	15,6%	15,6%	14,0%

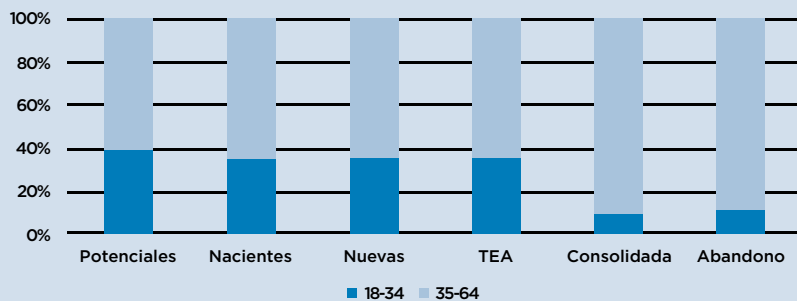
Se aprecia una evolución acorde con la dinámica económica actual, Entre 2005-2007 hay un aumento considerable ya que se pasa del 11,4% a un 16,8%. Posteriormente, viene la crisis de 2008-2010 en los que se aprecia una caída de 7 puntos porcentuales, también destacar que las diferencias con la población emprendedora no joven se reducen. Por último, la fase de recuperación 2011-2016 ha vuelto a aumentar la proporción diferencial entorno a una media de cinco puntos porcentuales. Por lo que se puede concluir la importancia que tiene la población joven a la hora de crear startups en España.

En el año 2016 el Informe GEM 2016 ofrece una imagen fija y permite situar la proporción de empresas creadas en ese año por jóvenes, por lo tanto, podemos afirmar que aproximadamente un 35% de la empresas nuevas y

⁽³⁾ Ver el Informe GEM 2016.

nacientes de 2016 fueron creadas por u jóvenes de entre 18 y 34 años. Donde más se aprecia las diferencias son en las empresas consolidadas y en proceso de abandono. En la primera solo se alcanza una proporción de menos del 10% y en la segunda un 11,4.

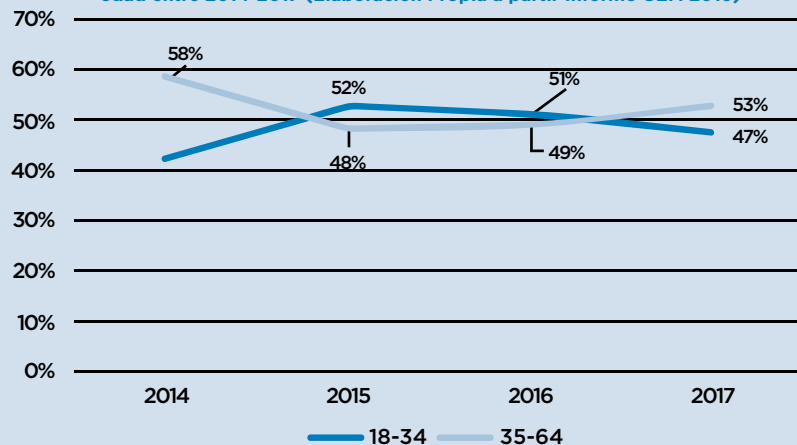
Gráfico 2. **Proporción por grupo de edad de la situación de las empresas en el año 2016 (Elaboración Propia a partir Informe GEM 2016)**



	Potenciales	Nacientes	Nuevas	TEA	Consolidada	Abandono
18-34	39,4%	35%	35,5%	35,4%	9,6%	11,4%
15-64	60,6%	65,0%	64,5%	64,6%	90,4%	88,6%

El mapa del emprendimiento del South Summit del 2017⁽⁴⁾ ofrece una imagen de la evolución de la proporción de startups creadas en los últimos cuatro años atendiendo a la edad.

Gráfico 3. **Proporción de la creación de nuevas startups atendiendo a los grupos de edad entre 2014-2017 (Elaboración Propia a partir Informe GEM 2016)**



(4)
Vease: Mapa del
Emprendimiento Startup
Competition. Spain Startup
South Summit (2017)

Los resultados que arroja permiten afirmar que apenas hay diferencia entre los emprendedores jóvenes y los que no lo son en los 4 últimos años. Es cierto que la diferencia en el 2014 era mucho más grande que en los últimos 3, ya que se pasó de un 16% de diferencial a un 4%, un 3% y un 6%.

El perfil de emprendedor en España es un hombre de 36 años con estudios universitarios (36% en Ingeniería y un 35% en ciencias Sociales) y que emprende de forma recurrente ya que el 48% ha creado más de una. Curiosamente, La startup española mejor posicionada a nivel mundial este año es *Freepik*, creada por un joven malagueño en 2010. Por lo tanto, se aproxima bastante al perfil propuesto por el South Summit del 2017.

Tabla 3. **Tabla sobre el Rankin mundial de Startups españolas**

Rankin España	Startup	Puntuación por Importancia y Relevancia en la Red	Rankin Global
1	Freepik	89,835	25
2	Menéame	89,246	38
3	Minube	87,154	74
4	Busuu	85,621	123
5	Up to Down	85,411	138
6	Escapada Rural	85,171	147
7	Typeform	85,140	148
8	Fon	84,017	195
9	Trovit	83,963	197
10	HTCMania	83,695	216

Fuente: Elaboración propia de los datos obtenidos de StartupRanking.

3.1. Organizaciones que más se centran en los jóvenes. Casos de aceleradoras

Tras ofrecer una imagen clara del emprendimiento juvenil es necesario centrarse en el objetivo del artículo, los agentes metacolaborativos y sus actividades, y a fin de simplificar se ha propuesto ver las diferencias entre dos programas de aceleración un exclusivamente destinado a la población joven y otro más abierto a cualquier franja de edad. Ambos programas son muy conocidos en España: SeedRocket y YUZZ.

	SeedRocket	Santander YUZZ
Limitación de edad	No hay límite	18-31 años
Programa de <i>Mentoring</i>	Sí	Sí
Espacio de <i>coworking</i>	Sí	Sí
Apuesta por el <i>networking</i>	Sí	Solo a los que ganan el premio
Servicio de <i>coaching</i>	No como tal	Sí
Requerimientos previos	Sí	No

Programa Santander YUZZ “Jóvenes con Ideas”(5)

Programa de aceleración	Criterios de selección
<p>Centros YUZZ (<i>Coworking</i>). Espacio de trabajo en instalaciones de entidades colaboradoras con la infraestructura de comunicaciones y el equipamiento necesarios para el desarrollo de las actividades de formación y de trabajo en colaboración.</p> <p>Programa de tutorías y de asesoría multidisciplinar (<i>Mentoring</i>). Apoyo tutorial para los proyectos participantes en el Programa YUZZ. Los tutores apoyan el aprendizaje y ofrecen atención permanente a los emprendedores contribuyendo al desarrollo de habilidades desde la experiencia y orientando a los jóvenes en la formulación de su plan de negocio.</p> <p>Red de Expertos. Se pone a disposición una amplia red de expertos integrada por profesionales destacados del mundo del emprendimiento, de la empresa y de las tecnologías, y por docentes e investigadores del ámbito académico especializados en la innovación y el emprendimiento.</p> <p>Formación: orientada a materias de creación y gestión de empresas y gestión de la innovación orientada a la adquisición de habilidades y competencias propias del emprendedor.</p> <p>Servicio de <i>coaching</i>: En cada centro se constituirá un comité de apoyo para el seguimiento y monitorización del trabajo realizado por los participantes.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ser jóvenes de 18-31 años• Tener cerca un centro Yuzz <p>PREMIO</p> <ul style="list-style-type: none">• Viajar una semana a Silicon Valley con el fin de conocer el referente internacional en innovación.• El viaje tendrá una duración de una semana. Consistirá en visitar algunas empresas tecnológicas emblemáticas, interactuar con diferentes actores del entorno académico y empresarial y realizar actividades de networking de acuerdo con una agenda de trabajo diseñada por la organización del Programa YUZZ.• Los tres proyectos seleccionados recibirán como premio una dotación económica para el desarrollo de sus proyectos de empresa, de acuerdo con la siguiente distribución:<ul style="list-style-type: none">• Primer premio: 30.000€• Segundo premio: 20.000€• Tercer premio: 10.000€

SeedRocket(6)

Programa de aceleración	Criterios de selección
<p>Centro de <i>coworking</i>: ubicarse en un espacio donde compartes experiencias con emprendedores en tu misma situación</p> <p>Apuesta por el <i>networking</i>: aprovechando muchas sinergias, se hacen contactos que te pueden ayudar a conseguir nuevos clientes</p> <p>Servicio de <i>Mentoring</i>: podrás disponer del contacto de todos nuestros mentores, a los que puedes llamar siempre que necesites consejo.</p> <p>Talleres formativos totalmente organizados en función de las necesidades que tengan los proyectos en ese momento.</p> <p>Desayunos y comidas en los que participan los proyectos y emprendedores de éxito o el mentor del mes a los que invitamos para que cuenten su experiencia mientras comemos.</p> <p>También organizan de forma habitual <i>afterworks</i> con gente del sector.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Tener un proyecto tecnológico innovador que se encuentre en fase inicial.• Tener una primera versión del producto ya desarrollada.• Ser un equipo polivalente.

(5)
Para más información sobre Programa YUZZ consulte: <http://yuzz.org.es/bases-yuzz-espa%C3%B1a-2017.pdf>

(6)
Para más información sobre Programa de aceleración de SeedRocket consulte: <http://www.seedrocket.com/aceleradora/aceleradora-como-funciona/>

El motivo principal para seleccionar los programas de las aceleradoras frente a las incubadoras o vivero ha sido que conjuga mejor todas las principales actividades metacolaborativas: *coaching*, *mentoring*, *coworking* y *networking*.

Además, son las que mejor se orientan a los jóvenes, tal y como demuestra el programa YUZZ del Santander.

4. Conclusiones.

La economía colaborativa es un modelo naciente, y como tal tiene sus ventajas que no se pueden negar, en una sociedad tan conectada por las nuevas tecnologías. Se convertirá junto a la robotización en uno de los pilares fundamentales del futuro de la economía mundial.

Como consecuencia de los cambios que están en marcha en estos momentos, es fundamental, que las autoridades legislativas se mantengan alerta para poder regular de forma consensuada y atajar los conflictos que ya han comenzado a surgir entre profesionales y los mercados de la economía colaborativa.

El tejido económico español está nutriéndose en los últimos años de una gran cantidad de startups, pero lo más relevante para este artículo es su ecosistema que está creciendo de manera exponencial en la última década. Por ello se ha concedido más importancia a los agentes de apoyo para saber con qué actividades fraguan el futuro de dichas microempresas.

Ha quedado muy claro que la diferencia fundamental entre viveros y aceleradoras radica en la motivación de acogida de las startups, lo que a su vez determina el tiempo del programa. Dicha motivación y duración genera la oportunidad de generar redes que beneficien en un futuro a la startup.

Las actividades metacolaborativas son fundamentales para definir el papel que juegan los diferentes agentes del ecosistema de las startups. Es más, por ello se puede establecer que ese nuevo término establecido ha sido sustentado por una base teórica suficiente para que se acepte como tal.

Desde el principio se esperaba una dificultad añadida para encontrar datos específicos de emprendedores jóvenes y de startups creadas por dicho sector poblacional, pero en realidad, si existe bastante información. De todo ello se ha extraído que el perfil medio del emprendedor de startups en el 2017 se aproxima bastante al rango de edad joven establecido para estos estudios que no es el tradicional ya que se sitúa de 18 a 34 años. No solo eso, sino que en estos momentos la startup mejor posicionada de toda España en un Rankin mundial cumple muy bien el famoso perfil ofrecido por el *Spain Startup South Summit* de 2017.

Con respecto a los programas de aceleración se ha concluido que son el mejor ejemplo de conjunción de las actividades metacolaborativas. Sus objetivos y los propios de las actividades adquieren tales sinergias que se deben convertir en un ejemplo más del modelo económico de la economía colaborativa.

Respecto a la población joven y los programas de aceleración destaca frente a los demás la propuesta del Banco Santander y su Programa YUZZ, quizás un inconveniente es que esta anquilosado en su sistema de selección, pero la conjunción de actividades sumado a los premios genera unos emprendedores de muy alto nivel competitivo.

Por último, señalar la importancia del enfoque de este artículo, que ha puesto en valor las características de las actividades de los programas, y no tanto el funcionamiento de los agentes de apoyo a las startups.

Referencias bibliográficas

Blanco, F.J., Polo, C., Fernández, M.A., de Vicente, M.A., Manera, J., Ackerman, B., (2016). *Los servicios que prestan los viveros de empresas en España. Ranking 2015*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), <https://www.funcas.es/publicaciones/Sumario.aspx?ldRef=0-00001>

Blanco, F.J., de Vicente, M.A., Manera, J., Polo, C., (2017). *Los servicios que prestan los viveros de empresas en España. Ranking 2016-2017*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), <http://cincubator.com/wp-content/uploads/2017/05/Viveros2017.pdf>

CNMC (2016). *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), www.bez.es/images/carpeta_gestor/archivos/RESULTADOS_PRELIMINARES.pdf

García, J.M., Navío, J., Santaella, J., Portilla, J.A., Martín, J. (2016). Informe sobre Economía Colaborativa. Colegio Oficial de ingenieros. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017),

Montoya, D.M. (2016) *Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento*. Contexto 5, 141-152. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), <http://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/657>

Muñiz, N., Morales-Gutierrez, A., Ariza-Montes, J.A., (2013) *Los centros de incubación de negocios y la gestión de redes: exploración empírica aplicado el análisis de redes sociales*. Revista internacional de Organizaciones. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4994797.pdf>

Peña, I., Guerrero, M., Gutierrez-Pernía, J.L., (2017) *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2016*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/InformeGEM2016.pdf>

Rodríguez, S., (2016) *Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), <https://www.adigital.org/media/plataformas-colaborativas.pdf>

Rueda, C., (2016). *Aceleradoras Corporativas de Startups y transformación digital*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), http://www.digitalpartners.com/wp-content/uploads/2016/07/inf_dmp_whitepaper_02_spa-1.pdf

Spain Startup South Summit (2017) *Mapa del Emprendimiento Startup Competition*. Disponible en la siguiente dirección (último acceso 19/09/2017), https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/ssassetspro/docs/press/Mapa_Emprendimiento_2017_ES.pdf?timestamp=1504083526