

Economía de la Participación

José Manuel Noguera Vivo, Jesús Tomás Martínez Sánchez, Miguel Ángel Nicolás Ojeda, Marta Pérez Escolar, Ariana Gómez Company, María del Mar Grandío Pérez, Francisco Hernández Gómez y Paloma del Henar Sánchez Cobarro
Fundación EOI (Escuela de Organización Industrial)
Madrid, 2014. 205 páginas.

Gracias a la innovación tecnológica, a las nuevas redes ciudadanas y al consumo colaborativo, la sociedad cuenta con nuevos canales que le permiten compartir su información, recursos y necesidades. Todo ello repercute en el avance hacia la creación de valor a través de la creatividad, las nuevas tecnologías y la confianza, de forma abierta y transparente. En este contexto, el libro «Economía de la Participación» tiene como objetivo principal presentar 20 experiencias empresariales de éxito en este campo. La obra ha sido planteada y diseñada por la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Universidad Católica de Murcia (UCAM), y analizada desde el grupo de investigación «Comunicación, Política e Imagen» (CPI).

La EOI, en su búsqueda de nuevas formas de gestión empresarial dentro de su Plan Estratégico eoi2020, plantea el proyecto Sectores de la Nueva Economía 20+20. Dicho proyecto muestra experiencias empresariales de éxito en la Nueva Economía. Esta nueva forma de gestión empresarial cuenta con metodologías de organización innovadoras y modelos de negocio basados en la creatividad y el talento. Su objetivo es fomentar el empleo y el desarrollo del tejido productivo en España, y la Economía de la Participación se enmarca en la última fase de este proyecto, siendo uno de los 20 sectores que se han analizado, y dónde participa un equipo investigador compuesto por nueve personas. En este libro, Economía de la Participación se define como aquella estrategia en la que la participación activa de los públicos es esencial para la mejora del producto o de la propia existencia de la organización.

En cuanto a la estructura, el libro cuenta con un primera parte dónde se define el concepto de Economía de la Participación, dentro del proyecto sectores de la Nueva Economía. Además, se abordan temáticas como el consumo colaborativo, la gestión de la participación o la experiencia social del consumidor ante algunos contenidos. En la segunda parte se identifican y describen las 20 experiencias empresariales de éxito citadas en el primer párrafo. En el análisis de cada empresa, realizado a través de entrevistas semiestructuradas, se realiza una descripción del proyecto empresarial, de las características del modelo de negocio, del papel de la innovación en la empresa, de la cultura corporativa, de la configuración organizativa y de la red de valor de la empresa. Por último, se resaltan 20 claves de éxito en el sector.

Entre la muestra seleccionada de 20 empresas encontramos organizaciones que pertenecen a los sectores del transporte y comunicación como BlaBlaCar, de la que entrevistan al cofundador y Country Manager para España y Portugal, Vicent Rosso, y Guifi.net, de la que entrevistan a Lluís Dalmau, secretario de la Fundación Guifi.net. En el sector de la telecomunicación se encuentra Soup, con

entrevista a Antonio Pareja, cofundador de la organización. Y en el del comercio, Moodyo, con entrevista a su CEO Javier Padilla, Etece, con entrevista a su CEO Ramón Blanco, Mis Recetas, con entrevista a la consejera delegada de Cookpad Spain, Rebecca Rippin, y Fab Lab, con entrevista a Tomás Díez, director del área de Barcelona.

Por lo que se refiere al turismo, se incluyen entrevistas a Chema González CEO de Alterkeys, a Gloria Molins fundadora de Trip4real y a Marta Gimeno cofundadora de Uolala. Del campo de la educación está Outliers School, con entrevista a Hugo Pardo Kukliski, y Tutellus, con entrevista a su CEO Miguel Caballero. En economía se refieren a Lánzanos, con entrevista a Gregorio López, socio fundador y actual CEO.

Las entrevistas del sector de la cultura, el ocio y el deporte se centran en Roger Casas-Alatriste, socio y fundador de El Cañonazo Transmedia, Roberto Carerras de Muwom, Antonio Romero, CEO y cofundador de miLeyenda y David Macías, CEO y fundador de Videolan. Del ámbito de los medios está Tuitele, con entrevista a su cofundador Héctor Linares y del de la sanidad, Doctoralia, con entrevistas a la doctora Aurelia Bustos de MedBravo y a Frederic Llordachs.

En definitiva, esta publicación constituye un documento de gran valor para investigadores, estudiantes y profesionales de la comunicación, el marketing, la administración y dirección de empresas e interesados en los problemas de esta importante esfera de conocimiento. Está concebido y recomendado para todos aquellos que desempeñan alguna actividad dentro de la denominada Nueva Economía, y más concretamente, en la Economía de la participación.

David Sánchez Hervás
Universidad Católica de Murcia