

**EVOLUCION DEL CROWDSOURCING EN LA LITERATURA ACADEMICA**

**(2012-2017)**

**CROWDSOURCING EVOLUTION IN ACADEMIC LITERATURE**

**JERALDYNE ESTEFANY MEJIA ACEVEDO**

**STEFANNY GISEL PULIDO PULIDO**

**FUNDACION UNIVERSITARIA KONRAD LORENZ**

**2018**

**EVOLUCION DEL CROWDSOURCING EN LA LITERATURA ACADEMICA**

**JERALDYNE ESTEFANY MEJIA ACEVEDO**

**STEFANNY GISEL PULIDO PULIDO**

Estudiantes de la Facultad Escuela de Negocios, Fundación Universitaria Konrad Lorenz  
Bogotá, Colombia

---

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación muestra la evolución y descripción que ha tenido el Crowdsourcing desde una revisión literaria en un periodo comprendido entre los años 2012-2017 con un enfoque global.

La mayor parte de esta investigación es elaborada y ejecutada a partir de la base de datos como Scopus, Science direct entre otros que más adelante se verán ilustrados junto con la información obtenida, finalizando con una breve explicación con la ayuda de la búsqueda o software vosviewer donde se muestra los autores más representativos del término y sus grandes aportes, sus principales características y ventajas.

También conoceremos las tendencias que ha tenido su estudio donde no solo motiva la participación de un grupo de personas que comparten su sabiduría, sino que también promueven el término para la ayuda de alcanzar algún tipo de meta o culminar un proyecto.

La investigación se realiza por medio de la metodología cualitativa que reúne los principales conceptos del Crowdsourcing obteniendo la información de diversas fuentes,

donde se analiza como un grupo de personas aportan de forma externa, los beneficios que esto conlleva siendo apoyado con cada uno de los resultados que es luego arrojado por medio de la literatura académica.

---

## **ABSTRACT**

This research paper shows the evolution and description of crowdsourcing since a literary review in a period between the years 2012-2017 with a global approach.

Most of this research is elaborated and executed from the database as Scopus, Science direct among others that will later be illustrated along with the information obtained, ending with a brief explanation with the help of the search or Vosviewer software showing the most representative authors of the term and its great contributions, its main characteristics and advantages.

We will also know the tendencies that has had its study where not only motivates the participation of a group of people who share their wisdom, but also promote the term for the help of reaching some type of goal or culminating a project.

The research is carried out through the qualitative methodology that brings together the main concepts of crowdsourcing by obtaining information from various sources, where it is analyzed as a group of people contribute externally, the benefits that this It entails being supported with each one of the results that is then thrown by means of the academic literature.

---

## **PALABRAS CLAVES**

Innovación, crowdsourcing, evolución, consumidor y creatividad.

## **JEL**

O35: Innovación Social

O57: Estudios comparativos de países

P55: Innovación Tecnológica

## **INTRODUCCIÓN**

La llegada de la globalización sin duda alguna ha sido uno de los mejores cambios que ha surgido a nivel mundial ya que gracias a esto ha traído grandes beneficios a la humanidad, por otra parte, es importante destacar la importancia que se debe tener cuando se refiere a innovación ya que esto permite desarrollar estrategias para volver más dinámico los procesos internos de una organización.

La dinámica de obtener ideas innovadoras involucra en gran cantidad los procedimientos y estrategias que se deben tener en cuenta para llegar a dicho objetivo por esta razón el principal propósito que tiene este artículo de investigación es identificar paso a paso la evolución y el crecimiento que ha tenido el Crowdsourcing a nivel mundial y las herramientas que ha tenido como fuente teórica y cuantificada a base de la literatura académica.

Utilizar el Crowdsourcing como estrategia no solo ayuda a resolver las problemáticas que existe entre la empresa y un consumidor, sino que también permite enriquecer y facilitar la comprensión para obtener y definir más claro un objetivo gracias al conocimiento colectivo que ofrece cada voluntario a nivel mundial, en este orden de ideas el documento pretende divulgar las diferentes fuentes de información en cuanto a base de datos como también los puntos de vista de autores para la construcción de este concepto.

Finalmente, la elaboración de este documento cuenta con la división de 3 fases, la primera cuenta con una revisión teórica contando con un acercamiento y análisis a lo que se refiere el Crowdsourcing, la segunda da el proceso en como el Crowdsourcing nos puede beneficiar ya sea de manera positiva o negativa y por último la tercera fase es la síntesis de información y la tabulación de los resultados de acuerdo a la información obtenida delimitando ciertas condiciones de búsqueda y así establecer los rangos que determinara el crecimiento o evolución tanto el estudio teórico como académico.

---

## REVISIÓN TEÓRICA

El término Crowdsourcing nace a partir de dos palabras inglesas significativas: crowd que expresa multitud y Outsourcing que es la externalización. Por lo tanto, el Crowdsourcing se muestra como una colaboración masiva donde la institución o identidad es definida como el grupo de personas que participan de manera voluntaria para la solución de dicho problema que se esté presentando.

Este primer concepto se le da origen al autor Jeff Howe en junio de 2006 y a su vez marco el inicio con esta importante herramienta. Sin embargo, su definición ha generado bastante controversia ya que muchos de los autores han creado multitudes de enfoques hacia el Crowdsourcing como lo estipula Hossain en el 2015 donde define al Crowdsourcing como una toma de decisiones que es representado por una red de personas indefinidas a una llamada de convocatoria abierta (Anónimo, 2011).

El autor Jeff Howe conocido como el máximo representante de la creación de dicho concepto, nos muestra dicha tendencia en cuatro factores fundamentales que ha propiciado como el Crowdsourcing no solo es una estrategia a utilizar que es totalmente viable e inevitable como es: El uso y la aplicación de la inteligencia colectiva, como escoger el modelo más adecuado teniendo en cuenta lo que se debe determinar o el motivo para lo cual se quiere lograr, como manifestar estos enfoques en diferentes áreas aprovechando así la sabiduría colectiva (Eduard Blog, 2012).

El Crowdsourcing ha demostrado ser una herramienta confiable para muchos emprendedores que quieran optar o dar uso a este método que busque o quiera emplear el poder del internet o las redes sociales las cuales son utilizados como estrategia para la colaboración de muchas personas y estas se puedan desenvolver dando su propia opinión frente a un tema o problema a resolver (Millan, 2015).

Por esta razón, gracias a la evolución que hoy en día ha tenido la tecnología, el Crowdsourcing no solo ha captado la atención a la sociedad, sino que también ha hecho un llamado a las redes sociales como lo es Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, sino que

también les permite a personas que tienen intereses, deseos o gustos iguales para alcanzar una meta u objetivo o para culminar un proyecto.

Hoy en día el Crowdsourcing ha sido un término bastante articulado donde uno de los autores como lo es Piller y Walcher (2006) se basan en el Crowdsourcing como un sistema de autoselección donde las mismas personas externas deciden si participar o no para la disposición por resolver los problemas de manera creativa.

Por otra parte, se encuentra a Brabham (2014) donde define al Crowdsourcing como una herramienta en donde los expertos que en este caso serían los empleados de las empresas y los no expertos que da lugar a los principiantes a las personas externas son capaces de diseñar distintas estrategias innovadoras para resolver problemas o diseñar algún tipo de producto o servicio (Perez, 2014).

El Crowdsourcing se considera de diferentes formas, así como lo plantea James Surowiecki (2010) donde afirma la teoría de que un grupo de personas en las circunstancias correctas es más objetivo o inteligente que el integrante más inteligente del grupo, es decir, las decisiones siempre se van a tomar a base de las decisiones correctas y no de las decisiones individuales que puedan extraer. (Anónimo, 2012)

El Crowdsourcing ha sido admirado gracias a que es considerado como una importante fuente o recurso de sabiduría colectiva que permite desarrollar diferentes aspectos de una investigación o proyecto donde tal vez no se requiere de algún costo, pero sí de tiempo para solucionar algunos problemas complejos que se irán presentando (Valdiosera, 2012).

Este concepto ha sido de gran impacto para la ayuda de muchas empresas en diferentes procesos y en diferentes áreas de estudio de acuerdo a esta tendencia una reconocida escritora y artista como es Andrea Grover (2006) plantea el Crowdsourcing como un arte y que para que esto se utilice debe hacerse de la manera correcta como es la independencia en las opiniones y la descentralización del conocimiento ya que la mayoría de personas tienden hacer un poco más abiertas.

---

## EVOLUCIÓN

El Crowdsourcing ha sido una enorme tendencia no solo en el mundo de los negocios, sino que también le ha dado la posibilidad para muchas de las otras áreas como lo son las ingenieras, la bioquímica, la matemática pueda ejercer este tipo de mecanismo o estrategia desafiando lo convencional.

En el año 1990, inicia el sentido original que por medio del autor Howe (2012) le da al Crowdsourcing, aquí es conectado estos inicios junto con el comercio electrónico. Se habla del caso que se tiene con Amazon o eBay, que demuestran de manera cuantitativa y cualitativa la opinión de muchas multitudes de amateurs que generan un conocimiento útil para otros usuarios (Rubi, 2013).

Posteriormente la investigación en términos descriptivos “busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que esté sometido al análisis...” (Danhke, 1991)

En los años 2000, es reflejado como una serie de prácticas basado en una cultura colectiva donde asienta como un proceso creativo refiriéndose a plataformas tecnológicas o al advenimiento de la Web 2.0 que invitan a intercambiar información y realizar acciones y no como la protección de los contenidos (Reilly, 2007).

En cuanto al comportamiento de los usuarios, la realización de micro tareas en plataformas de Crowdsourcing establece un potencial, señalando la utilidad en tareas altamente interactivas como el diseño de nuevos productos (Kittur, 2008).

Muchos autores inspirados por cada una de estas palabras que afirma lo que en realidad practica como colaboración masiva, son publicados miles de artículos y libros con el fin de confirmar esta teoría, algunos de estos son: La sabiduría de las masas, de Pierre Levy 2004, Manifiesto Crowd, de Juan Freire y Antonio Gutiérrez Rubí 2013. (Anonimo, 2009).

Identificando que el eje principal de este modelo es la creatividad y generación de nuevas ideas, las personas que sean delegadas a este tipo de actividades deben aportar de manera efectiva hallando lo más conveniente posible al producto o servicio, estas personas

al ser partícipes de este estudio pueden hacer difusión de manera muy creativa con la marca.

Esta plataforma tecnológica está capacitada para ser innovada constantemente, la participación de cada uno de los usuarios es fundamental para que la apropiación de nuevas ideas que se generen se permita capturar la colaboración y la sabiduría de cada uno de los grupos de personas presentadas (Nagles, 2007).

El Crowdsourcing enfrenta 4 pasos los cuales son: Reclutar o conseguir como convocatoria abierta las personas que quieran contribuir con la investigación; como segundo paso se tiene el tipo de contribución que las personas van a realizar; el tercer paso se refiere a como las personas combinan una gran cantidad de aportaciones finalizando en cómo van hacer evaluadas para así mismo obtener una sola opción y dar incentivos a las personas que mejor dieron en sí y participaron en dicho proceso.

Algunos ejemplos que fueron hallados y que de cierta manera han logrado implementar este tipo de estrategia son: A nivel mundial, plataformas o aplicaciones como lo es Waze, una App basada para toda la comunidad en donde ayuda en tiempo real a desbloquear y descongestionar las vías, ayudándole a todos los conductores el ahorro de tiempo, sino que también el ahorro de costo en cuanto al combustible. Por otro lado, se encontraron sitios web como es Duolingo una plataforma social muy reconocida por sus diversas clases gratuitas en inglés, que con ayuda de otras personas permiten crear cuenta de forma beta en cierto tiempo o compartir cuentas a ciertos niveles para el fortalecimiento de diferentes temas que hoy en día ha sido utilizado.

---

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación es de tipo teórica con un enfoque descriptivo el cual es el encargado de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Bodgan, 1976).



Esta revisión es dada a partir de unas ecuaciones de búsqueda realizada en la base de datos de Scopus, Science Direct y Google Trends así mismo estimar la evolución en cuanto a la cantidad de publicaciones realizadas a partir del año 2012-2017.

**Ecuación de búsqueda Scopus, (TITLE-ABS KEY crowdsourcing) AND  
PUBYEAR > 2011**

El proceso se inicia con la identificación de las preguntas de investigación, la búsqueda de información de acuerdo a la base de datos mencionadas anteriormente tomando de ahí algunos artículos publicados a partir del año 2012.

El artículo responde a los beneficios tanto negativos o positivos que esta nos ofrece, la evolución y contextualización en cuanto al Crowdsourcing y la relación y aplicabilidad de manera práctica y cuantificada que nos responde con base a los artículos académicos.

Dicho estudio realiza un pequeño acercamiento para identificar las ventajas o beneficios que son atribuidos a un grupo de personas para que estos sucesos se incrementen un poco más en la investigación de dicho tema que es la implementación del Crowdsourcing con base a las herramientas que nos complementa la literatura académica.

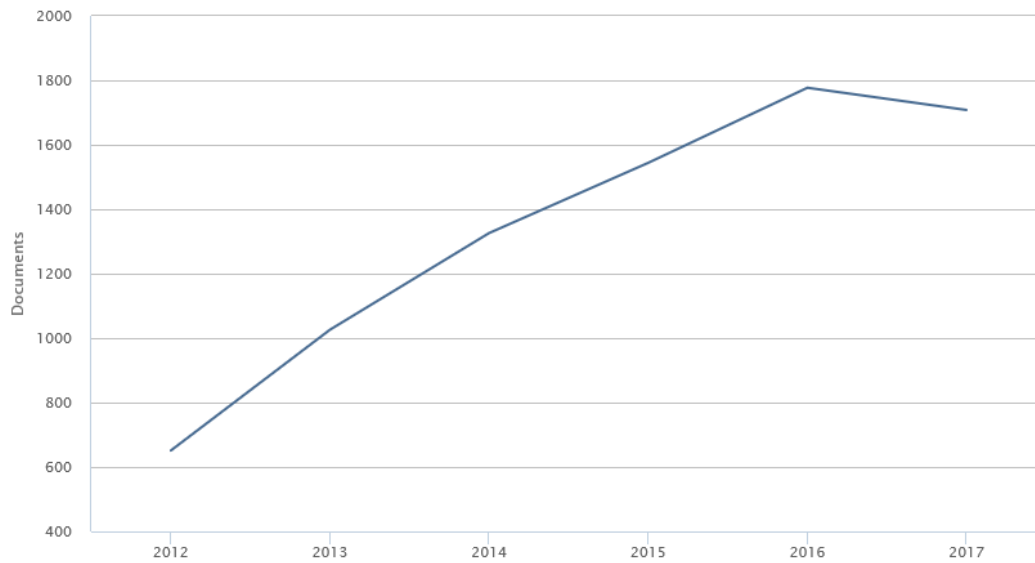
---

## **RESULTADOS**

Este tema académicamente aporta un gran beneficio ya que es un término que lleva muy poco tiempo en nuestro lenguaje, pero ha sido de gran acogida por su importancia y relevancia en cualquier tipo de estudio.

A continuación, se muestra el resultado arrojado de la búsqueda de Crowdsourcing en la base de datos Scopus y Science Direct, evidenciando que estos términos no cuentan con mucha información, pero el Crowdsourcing se encuentra en un crecimiento ya que sus consultas y estudios con otros términos han venido creciendo con el paso de los años.

Al consultar en las bases de datos Science Direct se encontraron varios resultados identificando año a año la creación de documentos de acuerdo a la Tabla 1.



*Imagen 1. Fuente Base de Datos Scopus. 2018*

### Science Direct

Año	Documentos
2012	158
2013	211
2014	355
2015	536
2016	647
2017	814

*Tabla 1, Elaboración Propia, 2018*

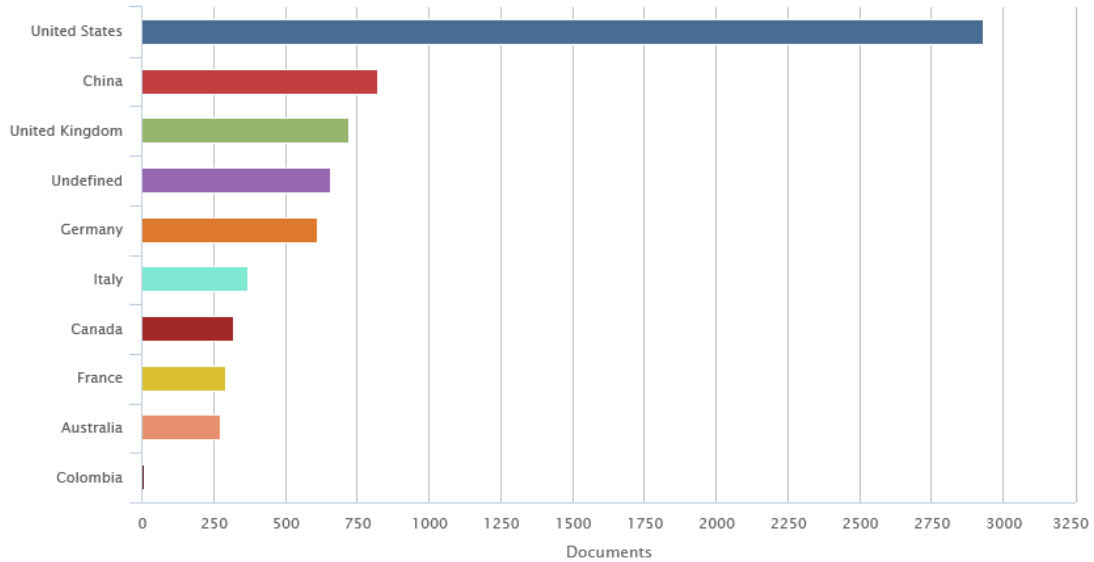
La Tabla 1 muestra los resultados arrojados de la consulta en la base de datos Science Direct del término, se evidencia el incremento del uso del término.

También en la base de datos Scopus se realizó esta búsqueda la cual se ve reflejada en la Tabla 2.

<b>Scopus</b>	
<b>Año</b>	<b>Documentos</b>
2012	651
2013	1026
2014	1326
2015	1544
2016	1777
2017	1708

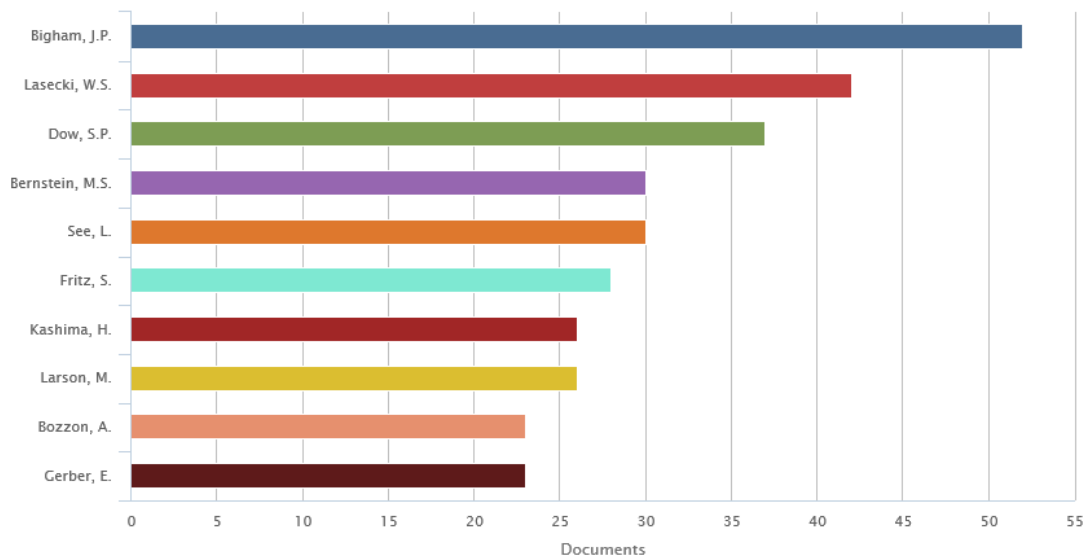
*Tabla 2, Elaboración Propia, 2018*

La Tabla 2 muestra los resultados arrojados de la consulta en la base de datos Scopus del término, se evidencia el incremento del uso del término. Adicional a esto evidencia los países que más han realizado investigaciones sobre el término, Ver Imagen 2.



*Imagen 2, Fuente Base de Datos Scopus. 2018. Paises Crowdsourcing.*

De Scopus también se tienen los 15 autores que han publicado documentos de este término. Ver Imagen 3.



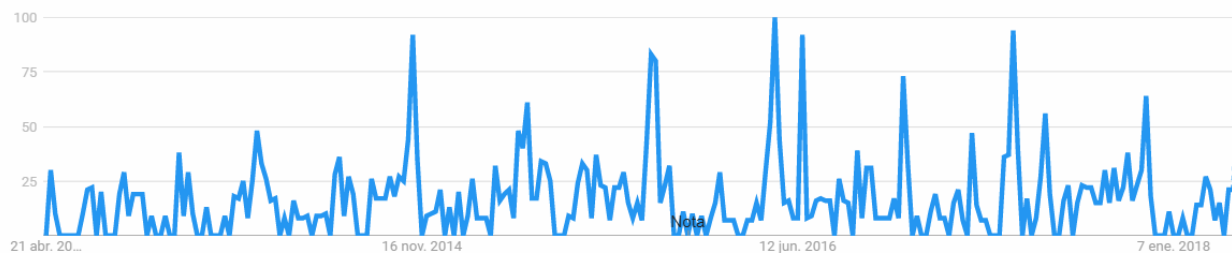
*Imagen 3, Fuente Base de Datos Scopus. 2018. Autores Crowdsourcing.*

El Crowdsourcing ha tenido gran importancia ya que está surgiendo con las nuevas tendencias que ayuda al auge de estrategias para el marketing de una manera que

actualmente no es tan usual y permite que la sociedad participe en temas de su interés y se complemente algo realizado o que las empresas tengan apoyo de usuarios externos.

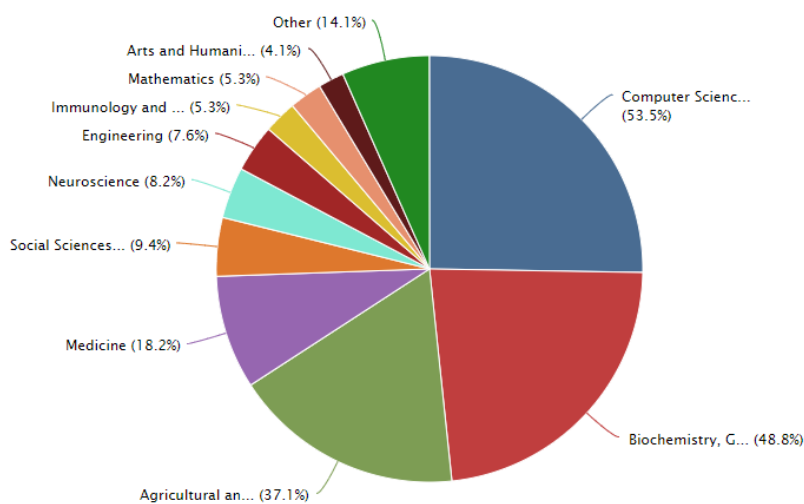
Tendencias que han sido aplicadas en modelos bajo las siguientes condiciones:

1. Encontramos el Crowdfunding, este tipo de tendencia es la más popular que hay en el Crowdsourcing, aquí el creador del proyecto establece una meta de capital, de manera que las personas interesadas en el proyecto realicen donaciones para que se pueda cumplir esta meta financiera. (Ortega, 2017)
2. Posteriormente, está el Co-inversiones que genera una innovación abierta en tanto al conocimiento, la orientación a la ideación de productos como servicios como por ejemplo plataformas como lo es Quirqui donde está diseñada para para que las personas compartan sus ideas y puedan así mejorarlas y ejecutarlas. (Sarmiento, YoungMarketing.co, 2014).
3. Hallamos el microtasking, que es un modelo donde una persona postula una tarea o necesidad específica y las personas que resuelvan este tipo de tareas se les garantiza posteriormente una remuneración de esto. (Estelles, 2011).
4. Por ultimo está el Crowspeaking, aquí se soluciona los problemas que puede causar el ruido generado por la sobre-información presente en las redes sociales, es decir, una persona postula el mensaje que quiere difundir, define el día en el que quiere hacerlo y determina un número mínimo de 'Backers', es decir, de personas que pongan a disposición su alcance para apoyar la causa (Sarmiento, Young marketing, 2018).



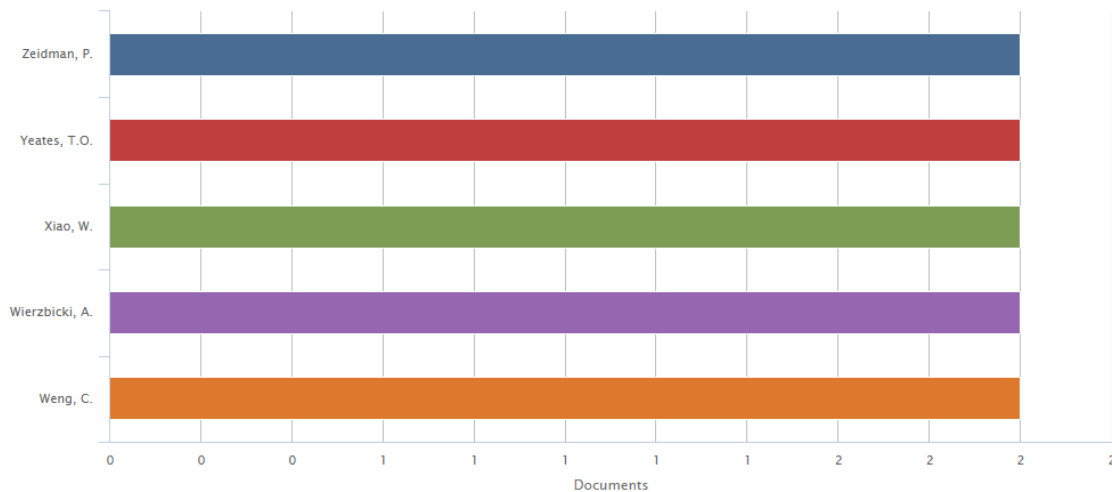
*Imagen 4, Fuente Google Trends. 2018. Crowdsourcing.*

De acuerdo a la consulta en la Base de Datos Scopus se evidencia que las áreas que han tenido estudios son: La Psicología, Ciencias Sociales, Matemáticas, Neurociencia, Ciencia Medio Ambiental, Ingeniería, Medicina, Bioquímica, Ciencias de la computación, Bioquímica, Genética y Biología Molecular.



*Imagen 5, Fuente Base de Datos Scopus. 2018. Área temática de estudio.*

La Ciencia de la computación y Bioquímica Genética y Biología Molecular, cuenta con dos artículos publicados donde hacen énfasis de estos temas publicados de libre acceso, de los cuales los autores más representativos son:



*Imagen 6, Fuente Base de Datos Scopus. 2018. Autores más representativos.*

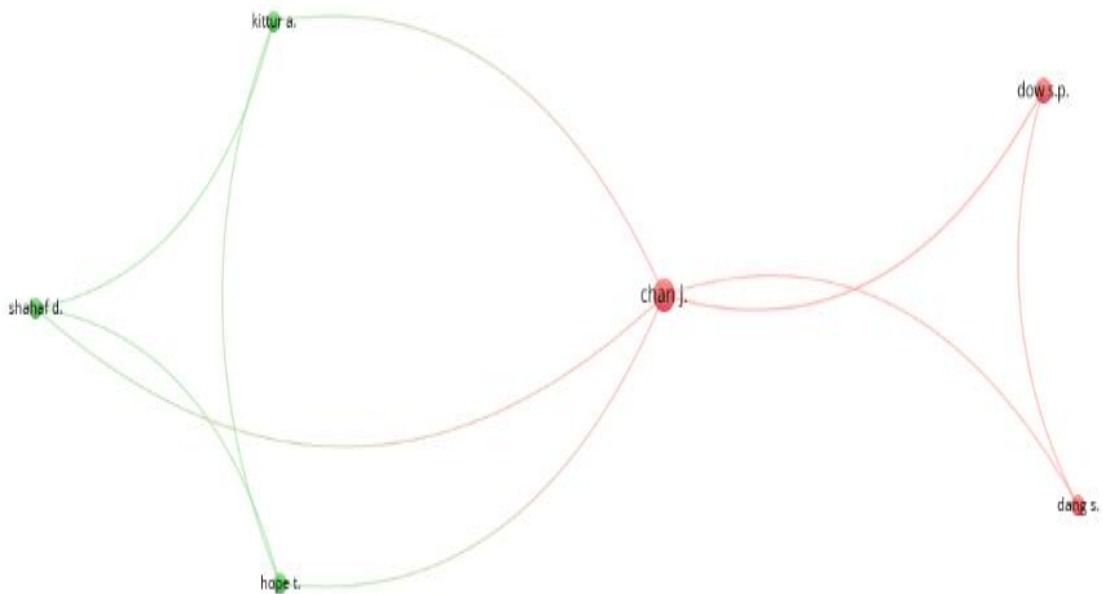
Se realiza una búsqueda bibliográfica y de texto por medio de Scopus donde se filtra del 2012 al 2017 los principales autores y países donde se determina un análisis de la siguiente manera:

Resaltan el Crowdsourcing y su relación con la innovación en el término donde le dan más relevancia a estudios como ciencia de la computación, negocios, ingeniería, ciencias sociales que predominan de países como Estados Unidos, Reino Unido, Italia, China.

<b>AUTOR</b>	<b>ARTICULOS</b>
Ramos, I	15
Leimeister, J	9
Bretschneider, U	8
Majchrzak, A	7
Silva, C	7
Castriotta, M	6
Chan, J	6
Di Guardo, M	6
Erickson, L	6
Fuller, J	6

*Tabla 3, Elaboración propia, 2018*

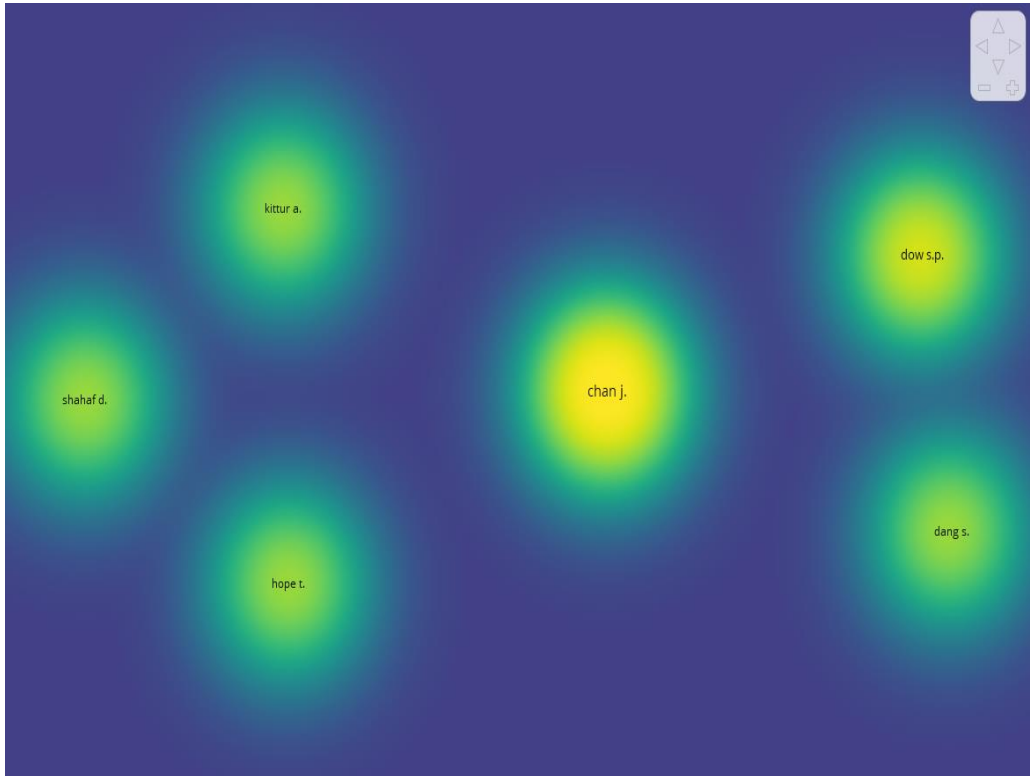
Delimitando un poco más la búsqueda teniendo en cuenta su relación, se halló lo siguiente:



*Imagen 7, Fuente base de datos Scopus y vosviewer. 2018. Autores más representativos*

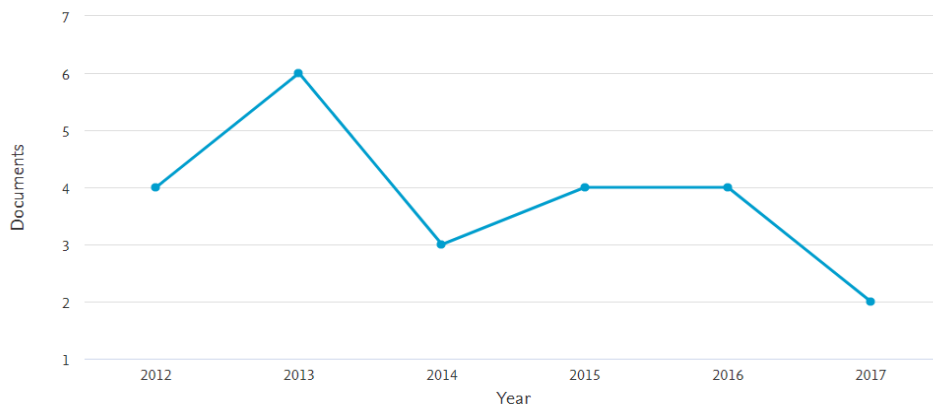
Dentro de un periodo de tiempo que lo compone desde el 2015 hasta el 2016 el autor más representativo es Chan, J expandiendo su red con diferentes temas de investigación tales como “Acelerando la innovación con la minera analógica”, “Ampliación de la analogía con el Crowdsourcing y el aprendizaje automático”, que comparte sus pensamientos con diferentes autores, así como se muestra en la imagen.





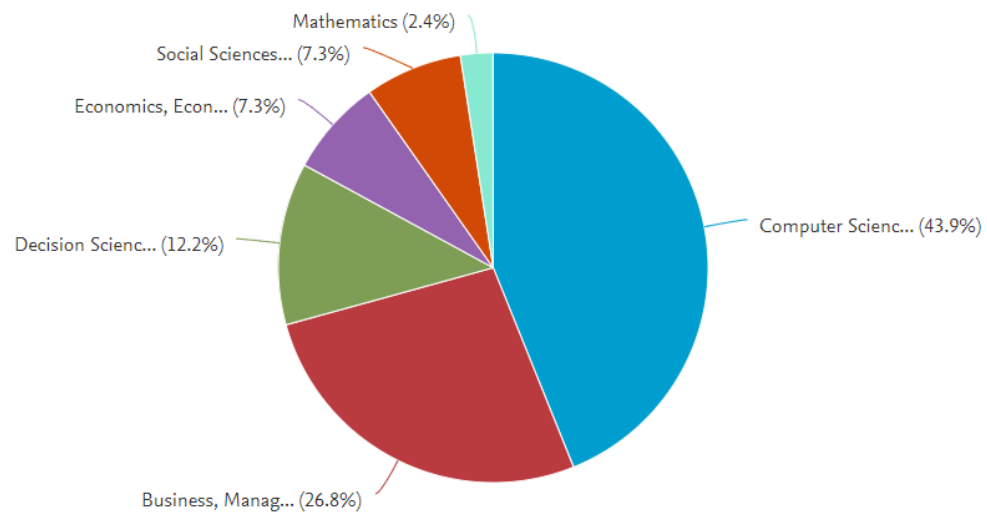
*Imagen 8, Fuente base de datos Scopus y vosviewer, 2018.*

Por otro lado, se identifica la totalidad de documentos que han sido investigados dentro del periodo de tiempo del 2012 al 2017 de la siguiente forma:



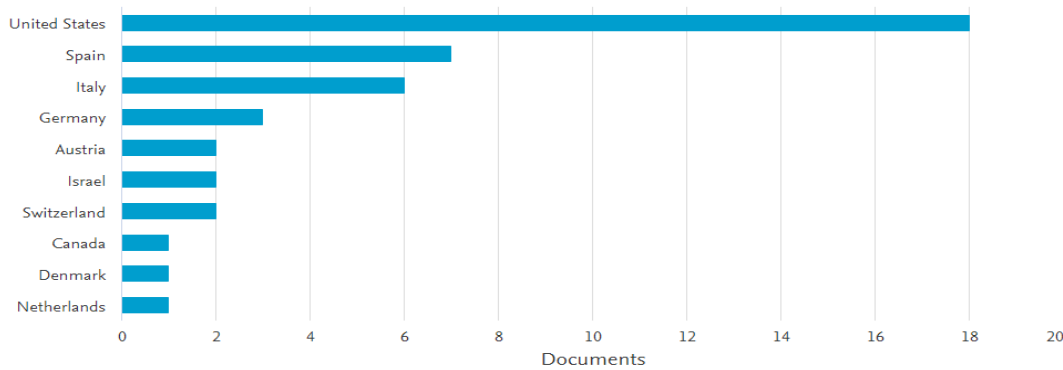
*Imagen 9, Fuente base de datos Scopus, artículos destacados por año, 2018.*

Se encuentra que en el año 2012 al 2013 se menciona la relación de estos dos términos es mayor su búsqueda pero que a través del tiempo en el año 2017 disminuye su aplicación



*Imagen 10, Fuente base de datos Scopus, Áreas de estudio, 2018.*

Aquí se refleja que las áreas más representativas para su determinado estudio son ciencia de la computación, negocios, administración y contabilidad y ciencias de la decisión son áreas que predominan y representan más esta búsqueda para un total de 34 artículos, revistas, conferencias, etc.



*Imagen 11, Fuente base de datos Scopus, totalidad de artículos destacados por cada país, 2018.*

---

## CONCLUSIONES

Aunque el Crowdsourcing no sea muy conocido en el mundo de la literatura académica, durante la investigación se percibe un panorama en donde grandes de los autores crean tendencias en diferentes áreas de estudio generando una transformación y evolución en cuanto a su término.

El presente documento logro identificar la evolución que se ha venido trabajando durante los periodos comprendidos ya mencionados y beneficios que el Crowdsourcing ha ofrecido como el vínculo que se tiene en cuanto a la satisfacción de las necesidades, el servicio que se presta es más accesible y rápido, los gastos o costos que en este trabajo se obtienen son menores y el más importante donde la colaboración colectiva genera mayores oportunidades.

Después de realizar o hacer un análisis bibliométrico se concluye que el Crowdsourcing es un nuevo tema en el campo científico del emprendimiento, ya que es un tema donde se intenta motivar a que diferentes autores o personas trabajen en este nuevo modelo o tendencia con una proyección a corto, mediano y largo plazo.

El Crowdsourcing es apoyado por varias fuentes externas que sin compromiso están en el pro de realizar acotaciones positivas y revisiones literarias donde se basan en fuentes ya estudiadas y que son acreditadas por varios autores.

## Referencias

- Anónimo. (2009). Inteligencia colectiva. *Emotools*, 1-7.
- Anónimo. (21 de 01 de 2011). *Los recursos humanos*. Obtenido de Los recursos humanos: <http://www.losrecursoshumanos.com/que-es-el-crowdsourcing/>
- Anónimo. (2012). *La utilización de la sabiduría colectiva como medio operativo para el análisis de inteligencia*.
- bihr, P. (10 de marzo de 2010). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/thewavingcat/101-crowdsourcing-vs-wisdom-of-the-crowd>
- Bodgan. (1976). Crowdsourcing.
- Brabham, D. C. (2014). Crowdsourcing. En D. C. Brabham, *Crowdsourcing* (págs. 186-187). USA: Cambridge.
- Danhke. (1991). *Definición*. Obtenido de Crowdsourcing: [http://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/77829/3/lizcano\\_marca\\_manu\\_2014.pdf](http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77829/3/lizcano_marca_manu_2014.pdf)
- Eduard Blog. (30 de diciembre de 2012). *Nuevas Tecnologías: La Empresa y los Medios de Comunicación Social*. Obtenido de El Crowdsourcing según Jeff Howe: <https://eduarea.wordpress.com/2012/12/30/el-crowdsourcing-segun-jeff-howe/>
- Eduarea's Blog. (30 de diciembre de 2012). *Nuevas Tecologias: La empresa y los medios de comunicacion social*. Obtenido de El crowdsourcing segun Jeff Howe: <https://eduarea.wordpress.com/2012/12/30/el-crowdsourcing-segun-jeff-howe/>
- Estelles, E. (21 de diciembre de 2011). *My crowdsourcing blog*. Obtenido de Micro-tareas: una forma de empezar a utilizar el crowdsourcing: <http://www.crowdsourcing-blog.org/micro-tareas-una-forma-de-empezar-a-utilizar-el-crowdsourcing/>
- Gardey., J. P. (2017). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/crowdsourcing/>
- Grover, A. (25 de Noviembre de 2006). *Apexart*. Obtenido de Apexart: <https://apexart.org/exhibitions/grover.php>

- Howe, J. (30 de Diciembre de 2012). *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. Obtenido de Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business: <https://eduarea.wordpress.com/2012/12/30/el-crowdsourcing-segun-jeff-howe/>
- Kittur, C. S. (2008). Crowdsourcing user studies with mechanical turk. *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*, 453-456.
- Millan, M. (2015). Web socio colaborativa y sus implicaciones socio culturales. En M. Millan, *Web socio colaborativa y sus implicaciones socio culturales* (págs. 174-180). Madrid: Tesis Doctoral.
- Nagles, N. (2007). Conocimiento como fuente de innovacion. *EAN*, 77-88.
- Ortega, J. D. (2 de febrero de 2017). El crowdfunding como metodo de financiacion empresarial. Madrid, España.
- Perez, A. (2014). Soluciones creativas en la web. *El crowdsouricng como opcion para los anunciantes freelancers locales*. Medellin, Colombia.
- Reilly, O. (2007). Communications y strategies. *What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software*, 17.
- Rubi, A. G. (2013). *Manifiesto del crowdsourcing*. Obtenido de Manifiesto del crowdsourcing: [https://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2013/03/manifiesto\\_crowd.htm](https://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2013/03/manifiesto_crowd.htm)
- Sarmiento, S. A. (5 de febrero de 2014). *YoungMarketing.co*. Obtenido de Quirky, una comunidad para co-crear ideas y desarrollar nuevos productos: <http://www.youngmarketing.co/quirky-una-comunidad-para-co-crear-ideas-y-desarrollar-nuevos-productos/>
- Sarmiento, S. A. (30 de julio de 2018). *Young marketing*. Obtenido de innovacion, futuro y colaboracion: <http://www.youngmarketing.co/que-es-y-como-ha-transformado-el-crowdsourcing-al-emprendimiento/>
- Valdiosera, C. (2 de noviembre de 2012). *Inteligencia Colectiva: El siguiente gran paradigma en la Red*. Obtenido de Inteligencia Colectiva: El siguiente gran paradigma en la Red: <http://cvaldiosera.blogspot.com/2012/11/inteligencia-colectiva-el-siguiente.html>

Walcher, P. (2006). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Biblioteca virtual:  
[http://www.adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2012/SP\\_04\\_Gestion\\_Innovacion\\_Tecnologica\\_y\\_Organizativa/1223-1230.pdf](http://www.adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2012/SP_04_Gestion_Innovacion_Tecnologica_y_Organizativa/1223-1230.pdf)