



ECONOMÍA COLABORATIVA

Rafael Morales Sánchez
Universidad Pablo de Olavide

Resumen

El término «economía colaborativa» es aún confuso. Describe actividades económicas que producen, distribuyen y/o consumen recursos, bienes y servicios bajo una estructura basada en la colaboración entre los diferentes agentes que intervienen en el proceso. Existen cinco elementos básicos que permiten categorizar una actividad económica como economía colaborativa: recursos compartidos; redes distribuidas; confianza y reputación; existencia de una plataforma; y gobernanza compartida. Se puede hablar de «economía colaborativa social» como aquellas redes distribuidas basadas en la confianza y reputación de sus integrantes, que comparten recursos de forma abierta y bajo una gobernanza participativa. Se rige por los principios similares a los de la economía social. La fórmula más desarrollada de la economía colaborativa social es la cooperativa de plataforma, que tiene efectos positivos: el abaratamiento de los bienes y servicios; un uso más eficiente de los recursos disponibles; la disminución de los costes de transacción, las barreras de acceso y las jerarquías; más oportunidades para los consumidores y las pequeñas empresas; generación de información confiable entre los participantes en la red; modelos de negocio democráticos y sostenibles.

Abstract

The term “sharing economy” is still confusing. It describes economic activities that produce, distribute and/or consume resources, goods and services under a structure based on collaboration between the different agents involved in the process. There are five basic elements that allow an economic activity to be categorized as a Sharing Economy: shared resources; distributed networks; trust and reputation; existence of a platform; and shared governance. We can speak of “Social Collaborative Economy” as those distributed networks based on the trust and reputation of their members, who share resources openly and under participatory governance. It is governed by principles similar to those of the Social Economy. The most developed formula of the social collaborative economy is the platform cooperative, which has positive effects: cheaper goods and services; more efficient use of available resources; the reduction of transaction costs, access barriers and hierarchies; more opportunities for consumers and small businesses; generation of reliable information between participants in the network; democratic and sustainable business models.

1. Definición y actividades de la economía colaborativa

Con el término «economía colaborativa» (EC) se describen actividades y proyectos económicos que producen, distribuyen y/o consumen recursos, bienes y servicios bajo una estructura basada en la colaboración entre los diferentes agentes que intervienen en el proceso. Desde este punto de vista, tiene sentido hablar de economía colaborativa cuando son actividades económicas que se diferencian de los sistemas tradicionales de producción y consumo: las empresas y el mercado. Por un lado, se diferencian de las empresas, en las que los agentes intervinientes (propietarios, directivos y empleados) colaboran, pero bajo una estructura de poder y contratos bien definida; y por otro, las actividades de EC son diferentes de los intercambios de mercado, donde los agentes (oferentes y demandantes) no colaboran, sino que compiten por ofertar y adquirir unos bienes o servicios determinados.

Aunque las actividades basadas en colaborar y compartir han existido desde siempre, el interés en su análisis surge a partir de los primeros estudios sobre algunos modelos de negocio basados en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados a través de Internet (Gansky, 2010; Botsman y Rogers, 2010). Desde entonces, el interés teórico en la economía colaborativa y el volumen de actividades económicas, modelos de negocio y relaciones de intercambio que se pueden considerar economía colaborativa han ido creciendo de forma exponencial en paralelo al desarrollo de las nuevas tecnologías y al fenómeno de la globalización.

Sin embargo, a día de hoy todavía existe una confusión terminológica en torno al concepto de economía colaborativa debido a que:

- estas nuevas formas económicas son muy recientes;
- están en constante evolución;
- existen diferentes nombres que tratan de describir todas o algunas de estas actividades: economía colaborativa (*collaborative economy*), economía compartida (*sharing economy*), economía de plataforma (*platform economy*), consumo colaborativo (*collaborative consumption*), economía *peer-to-peer* (*peer-to-peer economy*), economía del acceso (*access economy*)...

Por esta razón no existe una definición unánimemente aceptada y, lo que es más importante a efectos prácticos, no está claro qué modelos empresariales o económicos deben ser considerados bajo el término «economía colaborativa».

Para tratar de clarificar el concepto presentamos dos definiciones de economía colaborativa extraídas del ámbito institucional y empresarial. Desde el punto de vista de la Comisión Europea (2016) la economía colaborativa se refiere a aquellos «modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares». Desde esta concepción, las transacciones de la economía colaborativa pueden realizarse con o sin ánimo de lucro y no implican un cambio de propiedad (Alfonso Sánchez, 2016).

Una definición más amplia y por tanto capaz de incluir todo tipo de actividades con base colaborativa es la que ofrece el portal especializado Thepeoplewhoshare: «ecosistema socio-económico construido alrededor de compartir recursos humanos, físicos e intelectuales, lo que incluye la creación, producción, distribución, comercio y consumo compartido de bienes y servicios por diferentes personas y organizaciones a través de la tecnología *peer-to-peer* (P2P) y referido más al acceso y uso de recursos y activos físicos y humanos antes que el hecho de que no haya intercambio monetario» (Thepeoplewhoshare, 2016; citado por Díaz Foncea *et al.*, 2016; p. 28).

Como puede extraerse de esta definición, las actividades de EC realizan alguno o varios de los siguientes procesos: producción u oferta de bienes o servicios; consumo, y/o interme-

diación. Siguiendo a Gómez-Álvarez y Morales-Sánchez (2018) hemos asociado cada una de esas actividades con un verbo de los que habitualmente se utilizan para describir los procesos de la economía colaborativa: colaborar, compartir y cooperar.

Producción u oferta (colaborar): La palabra colaborar proviene del latín *collaborāre*, que significa «trabajar juntos». Así que, desde su etimología, la producción colaborativa, se refiere a aquella actividad en la que grupos, redes o particulares trabajan en conjunto en el diseño, producción o distribución de bienes (Gómez-Álvarez y Morales-Sánchez, 2018). La producción colaborativa puede incluir tanto el trabajo de forma conjunta en el diseño de un producto o servicio (diseño colaborativo) o la elaboración colaborativa de productos o proyectos (Stokes *et al.*, 2014).

Consumo colaborativo (compartir): Compartir hace referencia a la actividad donde una o más personas consumen bienes y servicios en un proceso de participación conjunto con otras (Felson y Spaeth, 1978). Belk (2014) distingue tres formas diferentes de compartir: 1) ceder el uso de un bien a un tercero; 2) permitir el uso colectivo o simultáneo de un bien entre varios usuarios; 3) compartir el conocimiento u otro intangible para la co-creación de un bien o servicio.

Intercambio colaborativo (cooperar): Para el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, cooperar significa «obrar juntamente con otro u otros para la consecución de un fin común». Para que pueda existir un intercambio cuando existe un número elevado de agentes, se requiere una plataforma que posibilite y favorezca las interacciones entre los participantes. La aparición de internet y las nuevas tecnologías ha propiciado la aparición de plataformas de intermediación con base digital, que a día de hoy son la mayoría de las plataformas de intercambio. Por ello, según un punto de vista muy extendido entre académicos e instituciones, para que una actividad sea considerada de economía colaborativa debe estar soportada en una plataforma digital. Sin embargo, nuestra perspectiva es que existen actividades de economía colaborativa que no requieren de una plataforma en Internet para poder desarrollarse eficientemente. Un ejemplo puede ser un huerto urbano promovido por un barrio o una comunidad local. De la misma forma, un banco de tiempo o una moneda local no tienen por qué sustentarse en una plataforma digital para funcionar adecuadamente como economía colaborativa.

2. Elementos de la economía colaborativa

Como ya se ha dicho anteriormente, no existe un consenso sobre el concepto de economía colaborativa y, de la misma forma, tampoco existe acuerdo sobre los elementos que caracterizan a las actividades de economía colaborativa. A pesar de ello, la mayoría de los estudios e instituciones concuerdan en resaltar algunos elementos básicos que deben existir para categorizar una determinada actividad económica como economía colaborativa: recursos compartidos, redes distribuidas, confianza y reputación, plataforma y gobernanza compartida. A continuación, siguiendo el análisis que realizan Gómez-Álvarez y Morales-Sánchez (2021), describiremos brevemente dichos elementos:

Recursos compartidos

En la EC, por «compartir recursos» se entiende cualquier actividad que implique el *uso* de bienes en lugar de su *transmisión*. Esto incluye: optimizar nuevos recursos, buscar acomodación a los recursos usados o facilitar la optimización de recursos infrautilizados.

Este uso se refiere a todo tipo de bienes: bienes tangibles, bienes duraderos y no duraderos, servicios, habilidades, conocimientos, fondos financieros, etc. La etiqueta de «recursos compartidos» se ha extendido al ámbito laboral (Stokes *et al.*, 2014), aunque tiene nombre propio: *gig economy*¹. Esta etiqueta también se ha extendido a los préstamos de dinero, siempre que las empresas financieras no lo realicen, ya que estos son considerados como recursos «no utilizados» que un agente ofrece a otro agente y no es esta la actividad económica principal del proveedor (Belk, 2014).

Se puede acceder al uso de estos recursos a través del trueque, el alquiler, los préstamos, el obsequio o la venta de segunda mano.

Redes distribuidas

La EC involucra a un grupo de personas que están dispuestas a colaborar en diversos proyectos económicos, o en un conjunto de bienes que están disponibles para uso compartido, en los que existe una amplia interconexión entre los participantes.

El fundamento básico de una red es el hecho de que un participante depende de los recursos controlados por los otros participantes, y que el uso común de los recursos permite su beneficio conjunto. Por lo tanto, existe una relación de complementariedad e interdependencia en las relaciones horizontales. Los participantes de las redes de EC son, por un lado, quienes comparten los recursos, el tiempo o las habilidades disponibles y, por otro lado, los usuarios de dichos recursos. Quienes intervienen en ambos procesos de forma conjunta se conocen como *prosumidores*.

Dependiendo de los elementos que participan en las redes, los modelos de negocio de EC se denominan «economía de acceso», «economía bajo demanda» y «economía entre pares». En la llamada «economía de acceso» hay una empresa que no vende el producto, pero sí da acceso a la red para el uso temporal de sus bienes descentralizados. En este caso, el propietario de la plataforma es también el propietario de los activos, por lo que solo hay un proveedor. La función principal de la plataforma es asegurar el correcto uso de sus activos y ofrecer un servicio rápido y seguro a los usuarios. Por ejemplo, el fabricante de coches Mercedes ofrece un servicio de alquiler de sus vehículos, utilizando como estaciones de alquiler los concesionarios de la red oficial de la marca a nivel nacional. Sin embargo, aunque este sistema de

¹ La *gig economy* se define como «el intercambio de trabajo por dinero entre individuos o empresas a través de plataformas digitales que facilitan activamente la correspondencia entre proveedores y clientes, a corto plazo y bajo el pago por tarea» (Lepanjuri *et al.*, 2018; p. 4).

funcionamiento genera una red de recursos, no se puede considerar como una actividad de economía colaborativa propiamente dicha, ya que no existe una relación entre usuarios ni una gobernanza compartida.

En la «economía bajo demanda» la relación se establece entre un profesional y un particular (B2P), ya que los servicios prestados se adaptan a las necesidades de los demandantes. Este es el caso de Uber (www.uber.com), donde los conductores son profesionales y ofrecen sus servicios de transporte.

Por último, la economía «entre pares» o «peer-to-peer» (P2P) se refiere a aquellas redes organizadas entre iguales: participantes igualmente privilegiados y con el mismo poder en la plataforma. En las relaciones P2P no existe una posición de dominio, poder o jerarquía de un agente sobre otro, ya que todos cooperan para obtener un producto o servicio que beneficia a todos. Por lo tanto, no existe rivalidad entre los colaboradores, quienes intercambian información y recursos de manera cooperativa para alcanzar los objetivos comunes. En las redes distribuidas la información juega un papel fundamental. Blablacar (www.blablacar.es) es un ejemplo de plataforma P2P. Su sitio web y aplicaciones móviles conectan a conductores y pasajeros dispuestos a viajar juntos entre ciudades y compartir el costo del viaje.

Confianza y reputación

En el ámbito de la economía colaborativa, la generación de confianza en la plataforma y en los agentes implicados ha sido un reto crucial y una condición necesaria para su éxito. Las redes de EC y las plataformas que las sustentan utilizan dos sistemas para generar confianza entre sus participantes: sistemas de reputación y sistemas de verificación de terceros.

La reputación se puede medir cualitativa o cuantitativamente para cada usuario, a partir de puntuaciones, sugerencias y valoraciones de otros usuarios sobre su experiencia de compartir servicios, comprar productos, etc. Luego, dicha información se comparte con todos los demás usuarios conectados a la red, creando así una reputación digital. Prácticamente todas las grandes redes colaborativas han creado sistemas de reputación para clasificar la honestidad de sus miembros (Rifkin, 2014). El otro sistema de garantía que pueden ofrecer las plataformas consiste en la autenticación de las identidades o actuaciones de los usuarios por la propia plataforma, asegurando la veracidad de la información facilitada por el agente. Estos sistemas favorecen el cumplimiento de la normativa, generan confianza digital y reducen la asimetría de la información, constituyendo así una forma fiable de autorregulación que garantiza la protección y seguridad del consumidor (Airbnb, Amazon...).

Plataforma

La plataforma es el lugar (físico o virtual) donde se lleva a cabo la actividad colaborativa, e incluye una determinada estructura organizativa que permite el desarrollo de la red y la comunicación entre los participantes. Las plataformas ayudan a que los recursos y los participantes sean más accesibles entre sí según sea necesario. Ofrecen un conjunto de protocolos o estándares específicamente diseñados para facilitar la conexión, la coordinación y la colaboración.

Existen tres niveles consecutivos de servicios que puede ofrecer una plataforma. En el primer nivel se encuentran aquellas plataformas que se limitan a permitir el contacto entre sus participantes, por lo que su función es exclusivamente intermediaria, y su responsabilidad es la de facilitar el contacto. Un ejemplo de plataforma que ofrece exclusivamente este servicio es: Tripadvisor (www.tripadvisor.com), una plataforma para intercambio de opiniones entre viajeros sobre lugares, restaurantes y alojamientos. En el segundo nivel, se encuentran aquellas plataformas que ofrecen una variedad de servicios a los participantes con el objetivo de reducir la incertidumbre. Entre estos servicios destacan los sistemas de reputación, que pueden ser la generación de indicadores de reputación que los usuarios puntúan y mantienen, o la verificación de las acciones o identidades de los usuarios por parte de la plataforma (Airbnb). Junto a este servicio primordial, otros servicios frecuentes son la garantía de pago y prestación del servicio, y los mecanismos de resolución de dudas. El ejemplo más conocido de plataforma que ofrece estos servicios puede ser Amazon (www.amazon.com). En el tercer nivel, se encuentran aquellas plataformas que tienen como objetivo cuidar a sus participantes. Estas plataformas van más allá de la prestación de servicios, ya que su finalidad se basa en el mantenimiento del bienestar de la comunidad y estas incluyen (además de los servicios anteriores): sistemas abiertos de información, mecanismos para la resolución de conflictos entre los participantes, seguros asociados a la actuación de los participantes, promoción de eventos y actividades que favorezcan la interrelación y el desarrollo de los valores compartidos, etc. Este es el caso de Fairmondo (www.fairmondo.de): una plataforma que pone en contacto a quienes ofrecen productos éticos con quienes los buscan. Es una cooperativa propiedad de sus miembros, basada en productos de código abierto y respetuosos con el medioambiente que maximiza la construcción de la comunidad.

Gobernanza compartida

La gobernanza es el conjunto de reglas sobre quién puede participar en un ecosistema, cómo dividir el valor y cómo resolver conflictos (Parker *et al.*, 2016). Por lo tanto, el sistema de gobernanza incluye un conjunto de protocolos que determina quién puede participar, qué roles puede desempeñar, cómo puede interactuar y cómo se resuelven las disputas.

Para distinguir los distintos modelos de negocio de EC nos centraremos en los aspectos formales de la gobernanza, que son: la propiedad y sus derechos adquiridos; la generación de

valor y los procesos de su distribución dentro de la organización, y el poder, según los derechos, procesos y estructuras habilitados para la toma de decisiones.

A partir de estos elementos, podemos identificar tres modelos de gobernanza de plataformas: 1) empresas capitalistas; 2) cooperativas de plataforma y empresas sociales, y 3) organizaciones gestionadas bajo criterios comunes. En el caso de las empresas capitalistas, los tres elementos que determinan la gobernanza se concentran en los accionistas y propietarios de la plataforma. Estas empresas se encuentran bajo el término genérico de capitalismo de plataforma, al que corresponde las plataformas más conocidas como Airbnb, Blablacar, Amazon, etc. Por otro lado, existen cooperativas de plataforma, donde los socios de una cooperativa, trabajadores o no trabajadores, son los propietarios, y tienen la potestad de decidir la distribución del valor. En este caso, cada socio tiene un voto en los asuntos estratégicos que se deciden en la asamblea general. Un ejemplo de cooperativa de plataforma es Loomio (www.loomio.com). Por último, hay bienes que son desarrollados y mantenidos conjuntamente por una comunidad y compartidos de acuerdo con reglas definidas por la comunidad. Esos bienes, denominados comunes, se gestionan bajo sistemas participativos y de autogestión comunitaria. Wikipedia (www.wikipedia.com) funciona bajo este sistema de gobernanza.

3. Economía colaborativa y economía social

Para determinar la relación que existe (o puede llegar a existir) entre la economía colaborativa y la economía social vamos a partir de la definición de economía social que propone Monzón Campos (1987, 22): «aquellas entidades no pertenecientes al sector público que, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen especial de propiedad y distribución de ganancias, empleando los excedentes de ejercicio para el crecimiento de la entidad y la mejora de los servicios a los socios y a la sociedad». De esta definición podemos extraer lo que en palabras de Díaz Fonca *et al.* (2016, p. 31) «representa una forma diferente de hacer negocios con cuatro ejes de apoyo principales (la primacía de la persona y la comunidad, la búsqueda del interés general, el rendimiento económico positivo equilibrado con el rendimiento social, y el funcionamiento democrático), que lo diferencian de otros modelos de negocio».

Es precisamente esta caracterización de las entidades de economía social la que nos permite clasificar las actividades de economía colaborativa en dos tipos diferenciados: de una parte, la «economía colaborativa social» y, por otro lado, la «economía colaborativa lucrativa». Bajo el término economía colaborativa social se englobarían aquellas redes distribuidas, basadas en la confianza y reputación de sus integrantes, que comparten recursos de forma abierta y bajo una gobernanza participativa que se rige por los principios de la primacía de la persona sobre el capital, la búsqueda del interés general y el equilibrio entre el rendimiento económico y social. Las actividades de economía colaborativa lucrativa por su parte, aun manteniendo las características determinadas anteriormente para la economía colaborativa están desarrolladas

y promovidas para generar rendimiento para sus propietarios, aunque puedan tener algunos beneficios sociales asociados, generados más bien como externalidades antes que buscados como fines en sí mismos de la actividad colaborativa.

Pongamos, por ejemplo, el proceso económico de compartir el alojamiento no habitual (recurso ocioso). Para compartir esos recursos ociosos se han desarrollado diferentes plataformas de intercambio de información y garantía de transacciones que cumplen los requisitos antes mencionados de EC. La más famosa de ellas es Airbnb (www.airbnb.com): surgida en 2008 y con sede central en San Francisco, ingresó 5,99 miles de millones de dólares en 2021 y al salir a bolsa en 2020 su valor fue mayor que el de Uber, y que el de las grandes hoteleras Marriott y Hilton juntas. Esta empresa puede considerarse un ejemplo paradigmático de economía colaborativa lucrativa.

Por su parte, Fairbnb (www.fairbnb.coop) es una cooperativa de plataforma que surgió en Italia en 2018, y está presente en seis países europeos, incluido España. Los socios que pueden ofrecer su casa en la plataforma deben ser residentes y solo pueden ofrecer una casa, para prevenir la gentrificación². Además, destina la mitad de sus ingresos por comisiones a proyectos seleccionados por los dueños de las casas y los viajeros. Su objetivo es convertirse en una plataforma de propiedad colectiva gestionada de manera conjunta por quienes sufren el impacto de la actividad (anfitriones, huéspedes, establecimientos comerciales y vecinos) y cuyos beneficios serán reinvertidos en proyectos sociales para los propios barrios y contra los efectos negativos del turismo. Fairbnb es un ejemplo de lo que hemos denominado economía colaborativa social.

Las entidades de economía social llevan realizando su labor desde hace mucho tiempo bajo distintas formas jurídicas: cooperativas, asociaciones, fundaciones, mutualidades, entre otras. Muchas de sus actividades han sido desarrolladas de forma colaborativa gracias a la red de voluntarios asociados a la entidad de economía social, ya sea en la provisión de los bienes o servicios o favoreciendo el intercambio entre usuarios (como hace Cáritas con la ropa usada, por ejemplo). En algunas ocasiones, las actividades de economía social, aunque incluyen cooperación y colaboración, no se desarrollan bajo el paraguas de una plataforma, como puede ser el caso de asociaciones creadas para promover bancos de tiempo, huertos urbanos, monedas sociales, zonas de *coworking*³ o de *cohousing*⁴. Estas entidades utilizan la colaboración para el desarrollo de sus actividades y por ello pueden considerarse dentro de lo que venimos denominando economía colaborativa. Sin embargo, para que estas entidades de economía social puedan considerarse propiamente economía colaborativa social, deben incorporar los factores descritos anteriormente, sobre todo la existencia de una red sustentada por una plataforma y con una gobernanza compartida entre pares. De hecho, el modelo de negocio que cumple con

² Según la RAE, la gentrificación es el «proceso de renovación de una zona urbana, generalmente popular o deteriorada, que implica el desplazamiento de su población original por parte de otra de un mayor poder adquisitivo».

³ Se entiende por *coworking* una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos.

⁴ Según el portal Cohousing Spain (<https://cohousingspain.org/>) «el *cohousing* o *covivienda*, es un modelo de convivencia en viviendas colaborativas, que fomenta la socialización y la cooperación de sus miembros, poniendo a las personas en el centro. Suelen ser comunidades intencionales o grupos de personas alineadas en las mismas prioridades, que promueven, co-diseñan y co-gobiernan el modelo de convivencia y los espacios integrados, en el entorno físico y social elegido, donde el proceso de creación mediante procesos participativos, y la metodología, son cruciales para su éxito».

los requisitos exigidos tanto para las entidades de economía social como para las actividades de economía colaborativa son las *cooperativas de plataforma*.

Según Scholz (2016) las cooperativas de plataforma son proyectos *open source* que se fundamentan en la construcción de una comunidad y en el reparto de los beneficios generados. En la cooperativa de plataforma, los propietarios de la plataforma son los propios agentes participantes y la crean para prestar los diferentes servicios de intermediación presentes en la cadena de valor del sector correspondiente.

Las primeras cooperativas de plataforma aparecen a finales de los 2000 y ya en 2020 estaban registradas en la Platform Cooperativism Consortium (que pertenece a la New School for Social Research en New York, y que es también el centro de referencia de estas organizaciones) 400 iniciativas en 97 países. Esta institución, además, se encarga, junto a la Universidad de Mondragón, de fomentar la formación en esta área.

En párrafos anteriores ya hemos hablado de una cooperativa de plataforma: Fairbnb. A continuación, presentamos algunos otros ejemplos de cooperativas de plataforma que se han mostrado exitosos en sus sectores de negocio:

Fairmondo es una plataforma que pone en contacto a personas que ofrecen productos éticos con personas que los buscan. En cinco años, se ha convertido en una comunidad de más de veinte mil usuarios y dos millones de productos, representado una alternativa a Amazon y Ebay, si bien solo está presente en Alemania. En España la experiencia que más se aproxima son los mercados sociales de REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria), pues son productos con una garantía de comportamiento ético por el resto de socios, y existe un listado de ellos en la página web. En el caso concreto del sector de la alimentación existe una red internacional Open Food Network, conformada por personas y organizaciones, muchas de ellas cooperativas, que comparten recursos y software para facilitar mejorar el sistema de alimentación, y que tiene presencia en España.

Equal Care Co-operative tiene su sede en Reino Unido, y surge dentro de un programa de innovación social promovido por NESTA⁵. Su finalidad es el cuidado de las personas, para reducir costes, mejorar el servicio y crear empleo de calidad.

Up & Go es una cooperativa de limpieza a domicilio que surge en Nueva York, que emplea una aplicación informática para dispositivos móviles y tabletas. La gran diferencia es que los trabajadores capacitan a otros, siendo la mayoría población migrante latinoamericana, su software es de código abierto y las decisiones del trabajo no las toma un algoritmo.

Coop Cycle es una federación de cooperativas de mensajería en bicicleta, que al igual que sus socios, está gobernada democráticamente. Su fundamento es la solidaridad entre ellas, lo cual les permite reducir sus gastos mediante la mutualización de los servicios, entre ellos la aplicación tecnológica. Pero además crea una fuerza colectiva para negociar, y para defender

⁵ NESTA es una fundación de origen público cuyo objetivo es la innovación social para el bien común, <https://www.nesta.org.uk/>

los derechos de las repartidoras. Asimismo, en su filosofía está la creación de comunidad local y las condiciones laborales dignas. Están presentes en países latinoamericanos y europeos, en Canadá y Australia. De hecho, en España surgen como respuesta a las pésimas condiciones laborales de empresas como Deliveroo y Globo. Actualmente hay 9 cooperativas en ciudades españolas: Botxo Riders, Rodant Bicimissatgeria, Ziclo-P, Mensakas, La Sarria, Erasman, Zámpace, La pájara y Huelva Vence.

En el mismo sector de la movilidad sostenible, **The Mobility Factory** (TMF) es una cooperativa europea de segundo nivel formada por comunidades ciudadanas locales. Gracias a la plataforma TMF, los miembros ofrecen servicios de movilidad sostenible a sus comunidades locales. Están presentes en seis países europeos y en España forman parte de esta red 5 cooperativas.

Guerilla Translation es una cooperativa de traducción y comunicación P2P fundada en España. El objetivo de la cooperativa es ayudar a los traductores y autónomos a ganarse la vida mientras pueden elegir temas de interés y relevancia social como una cuestión de intercambio de conocimientos interculturales. Para este propósito, Guerrilla Translation ha desarrollado un tipo específico de medio de subsistencia mediante la combinación de dos funciones: un colectivo voluntario de traducción/medios que participa en el activismo (en forma de intercambio de conocimientos y comunicación) y una agencia cooperativa que brinda servicios de traducción y comunicación. A través de esta estructura, la cooperativa tiene como objetivo asegurar la calidad de las traducciones y se esfuerza por ayudar a abordar los problemas culturales y económicos endémicos de las industrias creativas y digitales.

Smart (Sociedad Mutualizada Para Artistas) es una cooperativa de plataforma de autónomos del sector cultural y de proyectos culturales, que cuenta con más de 100.000 socios y tiene presencia en 9 países europeos, incluido España (<https://www.smart-ib.coop>). Smart ha evolucionado agregando múltiples funciones, como actuar como intermediario entre el pagador y empleador, representante de los trabajadores, agencia de trabajo temporal, asesor legal y proveedor de préstamos.

4. Conclusiones: retos y desafíos de la economía colaborativa social

Como puede desprenderse de los ejemplos que hemos ido presentando, las actividades de economía colaborativa parecen incluir desde empresas capitalistas que ofrecen acceso a recursos infrautilizados (Apple, Mercedes, ...) hasta huertos urbanos promovidos por una comunidad local, pasando por plataformas digitales de venta e intercambio de bienes o servicios (Amazon, Ebay, Wallapop, ...) o comunidades de creación de software libre (Loomio) o conocimiento abierto (Wikipedia). Desde nuestro punto de vista, la piedra de toque que determina si las actividades económicas pueden ser consideradas economía colaborativa social tiene que ver con dos elementos: la finalidad de la colaboración y la gobernanza de la plataforma.

En relación al primer elemento, y de acuerdo con el origen de las actividades colaborativas (que fue el compartir recursos infrautilizados para el beneficio sostenible de la comunidad que los comparte), solamente las actividades que buscan el beneficio de la comunidad que constituye la red (y no solo del propietario de los activos) puede considerarse con propiedad economía colaborativa social. Precisamente por ello, el segundo elemento constitutivo de la EC es la existencia de una gobernanza participativa. De los tres modos de gobernanza descritos con anterioridad, solo las cooperativas de plataforma y las organizaciones gestionadas bajo criterios comunes se rigen con igualdad de poder entre los integrantes de la plataforma y sistemas de toma de decisiones democráticos. Al incorporar estos dos elementos como criterios diferenciadores de las actividades de economía colaborativa podemos afirmar que, a nuestro parecer, lo que caracteriza a las entidades de economía colaborativa social es «una comunidad de iguales sin ánimo de lucro que colaboran, cooperan y comparten bienes y servicios para obtener beneficios que redunden en la propia comunidad y sus usuarios recibiendo a cambio la compensación adecuada a su colaboración» (Gómez-Álvarez y Morales-Sánchez, 2018; p. 34).

La fórmula más desarrollada de esta economía colaborativa social es la cooperativa de plataforma, que presenta los siguientes efectos positivos para la sociedad (Gómez-Álvarez y Morales-Sánchez, 2021): en primer lugar, el abaratamiento de los bienes y servicios, ya que el uso es más barato que la propiedad; en segundo lugar, un uso más eficiente de los recursos disponibles, ya que no es necesaria nueva producción para satisfacer la demanda. En tercer lugar, la disminución de los costos de transacción, las barreras de acceso y las jerarquías ha brindado nuevas oportunidades para los consumidores y las pequeñas empresas.

Además, la fórmula cooperativa se presenta como un modelo de negocio ventajoso para toda la sociedad que las acoge. La primera ventaja del cooperativismo de plataforma es que el beneficio generado por compartir toda esa información, en lugar de ser propiedad de los propietarios de una empresa multinacional, revierte en los generadores de dicha información. La segunda ventaja de este tipo de proyectos es que son actividades de cooperación entre agentes locales, ya que debe existir una financiación inicial y una gestión democrática y transparente para su sostenibilidad, y que pueden generar nuevos proyectos basados en la confianza y el conocimiento de los participantes, que se construyen con la plataforma. En tercer lugar, la plataforma genera información confiable, ya que hay participación ciudadana, y sin ella no habría producto. La información confiable es un bien común, ya que, a diferencia de la propiedad privada, se produce con participación, su uso no disminuye la utilidad de otros bienes y, mientras más personas participen, mayor será la ganancia para todos, ya que aumenta el valor añadido del producto con la incorporación de nuevos participantes, en lugar de reducirlo. En cuarto lugar, existe la posibilidad de la replicabilidad, en lugar de aumentar de tamaño. Este proceso lo hemos recogido en estas páginas para las plataformas cooperativas Coop Cycle, the Mobility Factory o Smart.

Sin embargo, este modelo se enfrenta a una serie de retos que tienen que ver con la propia dinámica de las plataformas y los mercados competitivos y globalizados en los que operan. Las plataformas digitales tienen externalidades y economías de red (Shapiro y Varian, 1999). Estas

externalidades se muestran en que el aumento del número de participantes en la red aumenta la utilidad para todos ellos y, por tanto, el éxito de las plataformas digitales se basa en la escalabilidad y la expansión. Así, cuantos más usuarios, mejor. Sin embargo, este crecimiento solo está garantizado con capital externo. El principal objetivo de aquellos inversionistas que apoyan plataformas digitales capitalistas de colaboración o intercambio es crear nuevos mercados o expandir los ya existentes, mediante la intermediación de la oferta y la demanda de bienes o servicios en desuso. Obviamente, esto se hace a cambio de un beneficio esperado en el futuro que compensaría el alto riesgo de invertir en nuevos modelos de negocio. Por tanto, las cooperativas de plataforma pueden encontrarse ante un dilema marcado por el sistema competitivo en que se desenvuelven: por un lado, la necesidad de crecer para mejorar la eficiencia de la red y, por otro, evitar recurrir al capital que corrompa los principios de economía social que rigen el funcionamiento de la plataforma. Estas tensiones pueden afectar finalmente a las relaciones laborales dentro de la plataforma y/o a los derechos de los consumidores. Otro de los retos a los que debe hacer frente el cooperativismo de plataforma es el aumento de la competencia desleal entre los participantes en línea y fuera de línea de la actividad, debido a la diferencia de costos debido a los diferentes marcos regulatorios.

En cuanto a la forma en que puede promoverse este tipo de modelos de negocios sostenibles, el sector público y las instituciones de economía social podrían consensuar políticas en tres ámbitos: regulación, desarrollo e innovación. La primera política es la regulación, ya que es necesario poder evaluar mejor cómo las cooperativas de plataforma producen externalidades positivas o negativas y desarrollar su experiencia en esta área, lo que incluye fomentar estudios independientes sobre los impactos ambientales y sociales de estas plataformas, acceder a datos de plataformas y producir datos externos, promoviendo prácticas virtuosas para fomentar las externalidades positivas o regulando para reducir las negativas. En segundo lugar, se deben fomentar organizaciones con modelos de gobernanza democráticos, acordes con los procesos de colaboración y cooperación que originan estas actividades económicas. Gobiernos, instituciones educativas (escuelas de negocios, ingeniería o diseño) e inversionistas podrían favorecer este tipo de proyectos. Por último, las cooperativas de plataforma pueden ser espacios innovadores que combinan innovaciones sociales y técnicas. El gobierno (local o central) puede promoverlos como una forma diferente de desarrollar modelos de negocio sostenibles y vinculados al territorio.

Referencias bibliográficas

- ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2016): «Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social»; en *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88; pp. 231-258.
- BELK, R. (2014): «Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0»; en *Anthropologist*, 18(1); pp. 7-23.
- BOTSMAN, R. y ROGERS, R. (2010): *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York, Harper Business.
- COMISIÓN EUROPEA (2016): *Una Agenda Europea para la economía colaborativa*. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016DC0356> [consultado el 14/10/2022].
- DÍAZ FONCEA, M.; MARCUELLO, C., y MONREAL, M. (2016): «Economía social y economía colaborativa: Encaje y potencialidades»; en *Economía Industrial*, 402; pp. 27-35.
- FELSON, M. y SPAETH, J. L. (1978): «Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach»; en *The American Behavioral Scientist*, 21(4); pp. 614-624.
- GANSKY, L. (2010): *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing*. Londres, Penguin Books Ltd.
- GÓMEZ-ÁLVAREZ DÍAZ, R. y MORALES-SÁNCHEZ, R. (2018): «Principios ontológicos de la economía colaborativa verdadera»; en GÓMEZ-ÁLVAREZ DÍAZ, R.; PATIÑO RODRÍGUEZ, D., y PLAZA ANGULO, J. J. coords.: *Economía Colaborativa... ¿De Verdad?* Laborum; pp. 15-42.
- GÓMEZ-ÁLVAREZ, R. y MORALES-SÁNCHEZ, R. (2021): «How does collaborative economy contribute to common good?»; en *Business Ethics, the Environment & Responsibility*. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/beer.12348>
- LEPANJUURI, K; WISHART, R., y CORNICK, P. (2018): *The characteristics of those in the gig economy*. Department for Business, Energy & Industrial Strategy. Disponible en https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/687553/The_characteristics_of_those_in_the_gig_economy.pdf [consultado el 1/11/2022]
- MONZÓN CAMPOS, J. L. (1987): «La Economía Social en España»; en *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 0; pp. 19-29.
- PARKER, G.; VAN ALSTYNE, M., y CHOUDARY, S. (2016): *Platform Revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them to work for you*. New York, W.W. Norton and Company.
- RIFKIN, J. (2014): *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del Capitalismo*. Barcelona, Paidós.
- SCHOLZ, T. (2016): *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*. New York, Rosa Luxemburg Foundation.

SHAPIRO, C. y VARIAN, H. (1999): *Information rules: A strategic guide to the network economy*. Boston, Harvard Business School Press.

STOKES, K.; CLARENCE, E.; ANDERSON, L., y RINNE, A. (2014): *Making sense of the UK collaborative economy*. London, Nesta.