



CIRIEC-España, Revista de Economía
Pública, Social y Cooperativa

ISSN: 0213-8093

ciriec@uv.es

Centre International de Recherches et
d'Information sur l'Economie Publique,
Sociale et Coopérative

Alfonso Sánchez, Rosalía

Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social

CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 88, diciembre,
2016, pp. 230-258

Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et
Coopérative
Valencia, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17449696008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 88, Diciembre 2016, pp. 231-258

Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social

Rosalía Alfonso Sánchez

Universidad de Murcia

Cómo citar este artículo / How to cite this article: ALFONSO, R. (2016): "Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258.

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2016 CIRIEC-España

www.ciriec.es

www.ciriec-revistaeconomia.es

Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social

Rosalía Alfonso Sánchez

RESUMEN

Con la expresión “economía colaborativa” se hace referencia a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos gracias a los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios a través de plataformas digitales. Sin embargo, muchos estudios apuntan que la economía colaborativa tiene poco de este adjetivo pues tales plataformas no comparten ni la propiedad ni los beneficios con los usuarios que son quienes generan valor dentro de ellas. Surge así el “platform cooperativism”, movimiento que propugna que las plataformas sean propiedad de quienes proporcionan los recursos que las hacen funcionar -ya sea en forma de trabajo, bienes o como consumidores-, que se gobiernan de forma democrática y que reparten beneficios entre sus copropietarios productores-consumidores. Es la extensión de los fundamentos de las cooperativas a las plataformas colaborativas; una manera diferente de hacer “sharing economy”.

PALABRAS CLAVE: Economía colaborativa, plataformas colaborativas, capitalismo de plataforma, cooperativismo de plataforma.

CLAVES ECONLIT: K0, K20, K21, K24, L10, O33, P12, P13.

Cómo citar este artículo / How to cite this article: ALFONSO, R. (2016): “Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258.

Correspondencia: Rosalía Alfonso Sánchez, Catedrática (ac) de Derecho Mercantil, Departamento de Derecho Privado, Facultad de Derecho, Universidad de Murcia, Campus Universitario de La Merced. C/ Santo Cristo 1, 30003 Murcia, E-mail: rosalia@um.es.

EXPANDED ABSTRACT

Colaborative economy: a new market for the social economy

This article is aimed at analysing the concept of collaborative economy. For that purpose it is important to analyse both the activities around this new way of developing economic activities and the business models used in practice. Based on American legal doctrine and experience, this analysis allows to understand the concept of collaborative economy which serves as a basis for the European Union survey in this field, e.g. the *A European agenda for the collaborative economy* drafted by the Commission. Furthermore, the revision of this concept enables to differentiate two ways of developing and implementing collaborative economy activities: those considered as general or traditional (despite it being a recent phenomenon), represented by the so-called "platform capitalism", and those being more innovative and respectful with the adjective "collaborative", used to define this new "economy". The latter focuses on platform cooperativism and connects collaborative economy with social economy.

The article is structured into two parts. The first one comprehends the study of the collaborative economy phenomenon. The second part explores the relationship between the social and collaborative economy, focusing on the role of the cooperative society as the owner of digital platforms.

Collaborative economy exists because of the possibility of connecting people and/or assets through Internet. The digital technology has facilitated the access to those tangible and intangible assets which remained unused. Digital platforms have built up the required trust to describe the collaborative economy as open, inclusive and global.

The core activities of the collaborative economy are: collaborative consumption, which provides access to goods and / or services; collaborative production, in which groups, networks or individuals collaborate to design, produce or distribute goods; collaborative learning, open to any subject with resources and knowledge shared to learn together; and collaborative finance, where loan or investment services are provided outside traditional financial institutions. New mechanisms for collaborative governance have recently also been included. Not to be confused with, different business models arisen out of this new way of organising economy. In our opinion, the business model will be determined by the type of activity performed by the platform regarding the provision of goods or services. Thus, the platform can act as a digital intermediary which connects suppliers and providers with users and facilitates their transactions. However, the platform can also act as a supplier of either the main product or service or supporting products or services. Only case-study will determine the business model and the legal framework which is applicable.

The European Commission defines collaborative economy models as “business models *where collaborative platforms facilitate activities creating an open marketplace for the temporary usage of goods or services often provided by private individuals*”. These business models involve service providers either sharing assets, resources, time and / or skills and who may be either private individuals offering services on an occasional basis (“peers”) or acting on a professional basis (“professional service providers”); the users of those services; and the intermediaries which connect providers with users and facilitate the transactions between them through an online platform (“collaborative platforms”).

The way in which public opinion perceives the collaborative economy varies significantly. Many studies suggest that the collaborative economy does not have anything to do with the adjective “collaborative” since platforms do not share, neither the property, nor the benefits with the users, those who really generate value within them. As a consequence of this, a new movement has emerged aimed at returning to the roots of collaboration and creating platforms in which ownership, profit and responsibility are truly distributed: this is the case of the platform cooperativism.

American authors were the pioneers in surveying the relationship between co-operatives and collaborative economy. They concluded that the platforms owned by those who have really generated their value allow for a fairer distribution of the added value, create solidarity links among workers, and fights against the on-demand jobs. The debate is currently focused on how to turn collaborative economy companies into cooperatives, meaningless transformation as many examples of cooperative platforms set up by cooperatives have been encountered.

The link between Cooperatives and the collaborative economy has also been underlined in some documents of the European Institutions. However, some issues such as the benefits of their interaction, or the use of the cooperative social form to avoid the risks of collaborative economy are issues which have not been explored yet. These options have been analyzed in two recent studies carried out by private entities. The first one, promoted by the Unipolis Foundation and Legacoop, analyses the convergence between cooperatives and the collaborative economy in Italy. The second study has been promoted by Cooperatives Europe and analyses a similar issue at a European level.

The added value in cooperative platforms is generated by both, the members-suppliers and the members-users. Their effort is to be rewarded through cooperative returns. The cooperative platform faces the same problems as any other cooperative, especially in terms of funding. Although, the cooperative philosophy is an advantage, as it contributes to turn collaborative economy into something truly collaborative for suppliers and users.

From a methodological approach, the most relevant legal doctrine on collaborative economy (mostly US-produced) has been reviewed, as well as the working documents and initiatives of the European Institutions. Particular attention has been given to the studies analysing the relationship between the

collaborative economy and the social economy. The article offers, as a result, a consistent description of this new reality and the opening towards a new field of study with a focus on the cooperative.

From a legal approach, collaborative economy cannot be analysed as a whole. It involves many aspects and affects different sectors of the legal framework of each State. The study of the economic and legal issues included in the concept of “sharing economy” in the United States has helped to detect convergencies and differences with the economic and legal situation of the collaborative economy in Europe. As a consequence of this research it can be concluded that European States show a higher level of legal certainty and a better protection of the rights of users and providers/suppliers of goods and services. Moreover, the most recent studies on the links between the collaborative economy and the social economy have been carried out within the European framework, influenced by American research. All these studies have shown interesting examples of cooperatives owners of collaborative platforms.

The main results of this research can be summarized as follows: the analysis of the different denominations of the collaborative economy and the different business models involved, the European approach to this new economy and the difference between organising collaborative economy in a capitalist or a cooperative way. The *European agenda for the collaborative economy*, launched by the European Commission in June 2016, shows that the collaborative economy and its agents have a secure regulatory framework in several European Directives, which contrasts with the general absence of regulation evidenced in the United States. Nonetheless, Europe and USA need to make some progress on fiscal and labour matters. These advances are intended to avoid situations of unfair competition between traditional businesses and the collaborative economy.

KEYWORDS: Collaborative economy, Collaborative platforms, Platform capitalism, Platform cooperativism.

1.- La economía colaborativa: sus diferentes realidades

1.1. Aproximación a la economía colaborativa

Con la expresión “economía colaborativa” se hace referencia, por regla general, a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos a principios de este siglo gracias a las posibilidades ofrecidas por los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios, que permiten reducir las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades¹, a la vez que permiten incrementar la escala en que se llevan a cabo y realizarlas de forma diferente a la tradicional².

Las realidades que encierra la economía colaborativa han recibido diversas denominaciones a lo largo de los años y todas ellas coexisten en la actualidad. El término originariamente empleado para describir el fenómeno fue el de “consumo colaborativo” (*collaborative consumption*)³, pero resultó insuficiente por ser la economía colaborativa algo más que consumo. También es frecuente el término “economía entre pares” (*peer -P2P- economy*)⁴, que se aplica a organizaciones surgidas en torno al modelo de negocio peer-to-peer, en el que las plataformas se usan para alquilar, vender, prestar o compartir bienes al margen de tiendas, bancos o agencias; pero tampoco esta realidad engloba toda la economía colaborativa pues deja fuera otras fórmulas entre empresarios y consumidores, empresarios y empresarios o, incluso, entre consumidores y empresarios. La palabra “malla” (*mesh*)⁵, por su parte, alude al modo en que la tecnología digital se usa para proporcionar bienes y servicios de nuevas y variadas formas. “La malla” es una metáfora que describe una etapa totalmente nueva de servicios basados en la información y que se extiende a fenómenos como Facebook y Twitter. La expresión “economía de bolos” (*gig economy*)⁶ hace referencia al “crowdwork” y al “work-on-demand via apps”, formulas en las que la oferta y demanda de trabajo se realiza online o a través de aplicaciones móvi-

* El presente trabajo se enmarca en los siguientes proyectos: 1. “La renovación tipológica en el Derecho de Sociedades contemporáneo”, del Ministerio de Economía y Competitividad (DER2013-44438-P). 2. “La necesaria y conveniente actualización del Régimen jurídico de las sociedades laborales: su idoneidad al servicio del emprendedor”, de la Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia- Fundación Séneca (19311/PI/14), en el proyecto sociedades laborales y en el proyecto tipología.

1.- La teoría de los costes de transacción (según la cual los agentes económicos poseen una información limitada y ello encarece los costes asociados a las negociaciones o transacciones -Coase, 1973-) es la principal herramienta teórica para comprender la economía colaborativa pues las plataformas reducen drásticamente dichos costes entre usuarios y proveedores (Henten. & Windekilde, 2016: 5 y 13).

2.- En general, Domenech, 2015: 65.

3.- Felson & Spaeth, 1978: 21 y 24; Botsman & Rogers, 2010.

4.- Chase, 2015. Fraiberger & Sundararajan, 2015; Sundararajan 2014.

5.- Gansky, 2010.

6.- Con dicha expresión se hace referencia al sector económico caracterizado por el trabajo a tiempo parcial, temporal o de freelance; en definitiva empleos de duración incierta.

les, proporcionando oportunidades de trabajo y horarios flexibles a los sujetos (v.gr., plataformas como TaskRabbit o Lyft)⁷, pero que no deja de ser sólo una parcela –importante– de la economía colaborativa. La llamada “economía de acceso” (*access economy*)⁸ se centra en la cualidad básica de los modelos de negocio de la economía colaborativa, cual es que el acceso a los bienes es preferible a la propiedad de los mismos.

La expresión que ha adquirido mayor popularidad es la de “economía de uso compartido” o “economía del compartir” (*sharing economy*)⁹, basada en la idea de un ecosistema socioeconómico en el que compartir la creación, producción, distribución, comercio y consumo de bienes y servicios entre diferentes personas y organizaciones; pero el término compartir puede resultar engañoso puesto que con frecuencia la economía colaborativa implica el pago y no un simple intercambio¹⁰. Hay autores que prefieren hablar de “capitalismo de base multitudinaria” (*crowd-based capitalism*), como un nuevo modo de organizar la actividad económica capaz de suplantar al tradicional modelo centrado en las corporaciones (“*corporate-centered*”)¹¹; y quienes ponen su atención en el instrumento que permite la nueva realidad y utilizan, en consecuencia, la expresión “economía de plataforma” (*platform economy*)¹².

En este trabajo utilizaremos la expresión “economía colaborativa” (*collaborative economy*) que, entendemos, engloba todas las anteriores y que es el que ha asumido la Unión Europea y nuestra Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia, como veremos de inmediato¹³.

En opinión de la generalidad de la doctrina, los rasgos distintivos de la economía colaborativa son los siguientes: a) el necesario uso de internet; b) la interconexión en red de personas y/o activos; c) el acceso al uso de activos tangibles e intangibles desaprovechados; d) el logro de interacciones significativas y la confianza; y e) el carácter abierto, inclusivo y global¹⁴.

1.2. Actividades básicas en la economía colaborativa

Atendiendo a cuál sea el propósito perseguido por las empresas de economía colaborativa, ciertos autores diferencian en ésta cuatro actividades básicas¹⁵.

7.- De Stefano, 2016, Meyer, 2016, Mulcahy, 2016.

8.- Rifkin, 2000, Kelly, 2009.

9.- La idea se atribuye a Benkler, 2004. De importancia es la reciente obra de Sundararajan, 2016. Entre otros, también Orsi, 2012, Kassar & Orsi, 2012, Cannon & Chung., 2015, Of-Hearts, 2014, Richardson, 2015, Woskow, 2014.

10.- Ilustrativa resulta la opinión de Rampell, 2014.: “(T)o call these activities ‘sharing’ is an insult to the intelligence of existing businesses, regulators and 5-year-olds everywhere”.

11.- Así, Sundararajan, 2016: 27, aunque continúa utilizando el de “sharing economy” que es el que más gente conoce.

12.- Schor, 2016, Qing Yang. Dicha noción se remonta al trabajo de Rochet & Tirole, 2003.

13.- También Buckland, Val & Murillo, 2016: 9, prefieren utilizar el término economía colaborativa, por ser el más asentado tanto entre defensores como entre críticos, porque no evidencia las cuestiones éticas que presenta la *shared economy* y no se circunscribe a un tipo particular de actividad como sucede con el *access* o con el de *on-demand economy* (que excluyen a algunas de las mayores plataformas). Para una selección de las definiciones más comunes, Codagnone, Biagi & Abadie, 2016: 66.

14.- Stokes, Clarence, Anderson & Rinnie, 2014:11.

15.- Botsman & Rogers, 2010.

La primera de ellas es el consumo colaborativo (*collaborative consumption*), que proporciona el acceso a los bienes y/o servicios a través de los siguientes instrumentos jurídico-económicos: *bartering*, *renting*, *lending*, *trading*, *leasing*, *exchanging*, *reselling* y *swapping*. Incluye tanto los mercados de redistribución -*redistribution markets*-, donde se revenden o redistribuyen los bienes desde donde no se necesitan hacia donde sí se desean (v.gr., Furniture Re-use Network), los sistemas de producto y servicio -*product service systems*-, en los que se paga por acceder a los bienes y no por su adquisición (v.gr., Zipcar, Airbnb, eBay, Uber), así como los sistemas de vida colaborativa -*collaborative lifestyles*-, donde se comparten e intercambian activos intangibles, como tiempo, habilidades, tiempo y espacio (v.gr., Grub Club, Blablacar)¹⁶.

La segunda actividad viene referida a la producción colaborativa (*collaborative production*), en la que grupos, redes o particulares colaboran en el diseño, producción o distribución de bienes. Incluye el diseño colaborativo -*collaborative design*-, en el que se trabaja de forma conjunta en el diseño de un producto o servicio, surgiendo la iniciativa de una llamada abierta al público, un informe de diseño o un desafío (v.gr., Quirky), la elaboración colaborativa de productos o proyectos -*collaborative making*- (v.gr., OpenStreetMap), y la distribución colaborativa -*collaborative distribution*- en la que se organiza y realiza la distribución de bienes directamente entre particulares (v.gr., Nimber)¹⁷.

La tercera está constituida por el aprendizaje colaborativo (*collaborative learning*), esto es, por experiencias de aprendizaje abiertas a cualquier sujeto en las que comparten recursos y conocimientos para aprender de forma conjunta. Incluye el acceso libre y gratuito a cursos, lecturas y contenidos educativos -*open courses and courseware*- (v.gr., FutureLearn, Moocs, Coursera), pero también el ofrecimiento a enseñar o compartir destrezas -*skillsharing*- (v.gr., Skilio), o la aportación pública de conocimientos o de resolución de problemas -*crowd-sourced knowledge*- (v.gr., Wikipedia)¹⁸.

Finalmente, la cuarta tiene que ver con las finanzas colaborativas (*collaborative finance*), o servicios de financiación, préstamo o inversión que se prestan al margen de las entidades financieras tradicionales. Es el caso del *crowdfunding* o financiación directa y en masa de un concreto proyecto (v.gr., Space Hive, CrowdCube), o del *peer-to-peer lending*, que conecta a quienes desean invertir con aquellos que necesitan un préstamo (v.gr., Zopa), las *complementary currencies* o monedas alternativas a las de uso legal a las que determinados grupos les reconocen valor a determinados efectos (v.gr., Economy of Hours, Bristol Pound), y las pólizas de seguros colectivas -*collaborative insurance*- (v.gr., Bought by Many)¹⁹.

16.- Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014: 11.

17.- Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014: 11.

18.- Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014: 11.

19.- Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014: 11.

Recientemente, se suele dar entrada a un quinto pilar [o quinta actividad] formado por la gobernanza colaborativa (*collaborative governance*), relativa a esos nuevos mecanismos de gobernanza horizontal y participativa que tienen lugar tanto en las ciudades como en las empresas. Por lo que se refiere a las ciudades, la pretensión es crear nuevas y sólidas relaciones entre ciudadanos, administración pública, particulares y tercer sector²⁰.

1.3. Sobre los modelos de negocio en la economía colaborativa

Son diversas las clasificaciones que se pueden estructurar con respecto a los modelos de negocio que tienen lugar en la economía colaborativa habida cuenta que la realidad que ésta presenta es muy variada.

a) Clasificación según modelos de prestación y participantes en la transacción

Una clasificación frecuente es la que tiene en cuenta tanto los modelos de prestación como a quienes participan en la transacción. Se distingue así el modelo B2C o *Business-to-Consumer*, en el que la empresa es titular o maneja directamente el servicio o la prestación; el B2B o *Business-to-Business*, donde la interacción se realiza entre empresas que poseen o manejan el servicio o la prestación; el P2P o *Peer-to-Peer*, en el que son los particulares los que a través de la plataforma interactúan y cambian o realizan las prestaciones o servicios; el C2B o *Consumer-to-Business* en el que la empresa se beneficia y paga por los conocimientos o activos de los consumidores²¹; y el G2G o *Government-to-Government* en el que son los organismos o instituciones públicas los que interactúan a través de la plataforma²².

b) Clasificación basada en las acepciones del verbo “to share”

Es muy ilustrativa la clasificación de los modelos de la economía colaborativa -aunque en su vertiente de la economía del compartir (*sharing economy*)- basada en las acepciones del verbo “to share” y, por tanto, en las múltiples facetas del hecho de compartir²³. Esta clasificación distribuye en cuatro ejes bimodales ocho características de la posibilidad de compartir, resultando las siguientes combinaciones: 1) *formal/informal sharing*, según la actividad se realice en el marco de un sistema legal formal o al margen del aparato regulador pero sin llegar a la ilicitud; 2) *gratuitous/nongratuitous sharing*, dependiendo de que se espere o no la obtención de una ganancia (monetaria o no) o una contraprestación; 3) *monetary/nonmonetary sharing*, en función de que la actividad implique o no intercambio de dinero; y 4) *commercial/personal sharing*, dicotomía que conlleva la dificultad de concretar lo que sea o no comercial dado que cada vez es más difusa la línea que separa tal distinción²⁴. Cualquier

20.- AA.VV., 2015:17.

21.- Sobre estos modelos, Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014: 14.

22.- Modelo incluido por Codagnone, Biagi & Abadie, 2016: 21, 23, 122. Por ejemplo, en Estados Unidos, la plataforma MuniRent permite a los ayuntamientos compartir equipos pesados infrutilizados, como excavadoras, camiones de basura, elevadores aéreos, etc.

23.- Clasificación realizada por Zale, 2016.

24.- Con detalle sobre los cuatro ejes bimodales, con ejemplos concretos, Zale, 2016: 514-524.

actividad puede ser ubicada en cualquier punto de la línea imaginaria que une cada uno de los extremos de los ejes. Además, aunque algunas de las categorías bimodales puedan tender a alinearse, cada eje ha de considerarse de forma independiente, puesto que “*sharing*” puede englobar multitud de combinaciones de esas modalidades. Por ejemplo, lo usual es que lo que es comercial sea además dinerario; y, normalmente, lo que es particular es no dinerario, pero puede serlo²⁵.

c) Clasificaciones que se centran en las plataformas colaborativas

En otro intento clasificatorio, y si se centra el enfoque en la plataforma colaborativa, cabría diferenciar entre plataformas comerciales o *for-profit* (FP) y plataformas *not-for-profit* (NFP); o atender a la dimensión de la plataforma en términos de usuarios -relevancia dimensional-; o distinguir según las implicaciones regulatorias o la capacidad disruptiva de las plataformas.

Particularmente interesante es la clasificación que atiende al comportamiento de la plataforma, en el sentido de diferenciar si lo que permite o posibilita ésta es la creación de un marco de oferta y demanda de productos y servicios entre proveedores y usuarios, convirtiéndose así la propia plataforma en un “mercado” de intercambio y quedando sometida a las leyes (invisibles) de éste, o si aquello a lo que da lugar la plataforma es a una organización (empresa o entidad gubernamental) con visibilidad y estructura jerarquizada de trabajadores asalariados, sin que ella en sí misma pueda considerarse mercado²⁶.

1.4. Modelo de negocio y plataforma colaborativa

Al margen de las clasificaciones expuestas, a nuestro juicio, el concreto modelo de negocio de economía colaborativa ante el que podamos encontrarnos viene determinado por la actividad que desarrolle la plataforma en cuestión en lo que se refiere a la provisión o prestación de bienes o servicios. Es posible, así, que la plataforma se limite a hacer simplemente de intermediario digital, poniendo en contacto a los prestadores/proveedores con los usuarios y facilitando la colaboración entre ellos. Pero también es posible que la plataforma sea la que preste el propio producto/servicio principal; o que preste servicios auxiliares o complementarios a los principales. En este tercer caso será preciso diferenciar si tales actuaciones son verdaderamente auxiliares o complementarias o si, por el contrario, se convierten en parte esencial del producto/servicio ofrecido, siendo las consecuencias diferentes en cada circunstancia. Será el estudio de cada concreto supuesto de hecho el que indique el modelo de negocio al que responde y la realidad normativa a la que, en su caso, quedaría sometido.

25.- *Zale, 2016: 516.*

26.- *Para Sundararajan, 2016: 70-71 y 77, mientras algunas plataformas son como verdaderos mercados en los que se facilita el emprendimiento (como puede ser el caso de Airbnb, Etsy, BlaBlaCar, Upwork, Thumbtack, VizEat, Eatwith, Vayable), otras se asemejan a las organizaciones gestoras de negocios y con plantillas de asalariados (v.gr., Luxe, Postmates, Universal Avenue). En el punto intermedio se encontrarían plataformas como Lyft o Uber.*

Ciertamente, las plataformas colaborativas son esenciales para la existencia de los mercados de la economía colaborativa y desarrollan diversas funciones, siendo las más comunes las siguientes: 1) crear la plataforma en la que se conecten quienes ofrecen un activo y quienes desean acceder a él; 2) proveer el mecanismo para que la transacción económica se realice por vía electrónica; y 3) proveer los mecanismos de verificación que minoren los riesgos y los costes de transacción asociados al hecho de compartir con extraños. Como contraprestación, las plataformas suelen cobrar una tasa a los usuarios²⁷.

Mientras la plataforma limite su actuación a la indicada, su intervención será la de intermediario digital con prestaciones cualificadas que permitan que la transacción se realice online y que se cree un sistema calibrador de la reputación de proveedores y usuarios. Todo lo que exceda de ello podrá introducir a la plataforma en la propia actividad de provisión del bien o servicio, siendo la misma plataforma la que entre en competencia con los agentes tradicionales²⁸.

2.- La visión europea sobre la economía colaborativa: agentes y regulación

Como hemos avanzado *supra*, la Comisión Europea, en su reciente Comunicación sobre “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”, apuesta por esta expresión (economía colaborativa) para hacer referencia 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”²⁹. Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro.

Considera la Comisión Europea que en la economía colaborativa están implicados tres categorías de agentes: a) *los prestadores de servicios*, que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias y que pueden ser tanto particulares que ofrecen servicios de manera ocasional (“pares”)

27.- Así, Zale, 2016: 540 y 565.

28.- Hay quien considera que las aplicaciones como Uber o Airbnb no pueden entenderse como empresas en sentido clásico al no ser ni personas (físicas o jurídicas) ni unidades de producción con jerarquías internas, razón por la cual advierte lo difícil y extremadamente costoso que resulta pretender aplicar normas, sancionar o perseguir un software (Ossa, 2016: 15). Los que violan las normas son los prestadores del servicio, no la aplicación en sí misma, de modo que quienes podrían entrar en competencia con los proveedores tradicionales serían los prestadores del servicio, no el creador del software que pone en contacto a prestadores y usuarios. Cita el autor la Resolución No. 099-2015/CD1 INDECOPI (Lima, 19-8-2015, expte. 2011-2014/CCD, imputada Easy Taxi Perú, S.A.C.) sobre una presunta competencia desleal entre la aplicación EasyTaxi y los taxis regulares, en la que se argumentaba la imposibilidad de predicar competencia desleal entre aquél y éstos por no ser la aplicación un competidor de los taxis regulares al servir sólo de intermediario y acercar el taxi al usuario final, siendo prestado el servicio por el taxi y no por la aplicación.

29.- COM(2016) 356 final, Bruselas 2.6.2016, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones.

como prestadores de servicios que actúen a título profesional (“prestadores de servicios profesionales”); b) *los usuarios* de dichos servicios; y c) *los intermediarios* que a través de una plataforma en línea conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos (“plataformas colaborativas”).

En ausencia de una definición comúnmente aceptada de lo que sea la economía colaborativa, también en España la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) acota tal realidad de forma similar a la Comisión Europea, señalando que “engloba un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, de forma innovadora, activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales y, en particular, de Internet”³⁰. Ahora bien, la visión de la CNMC se muestra más próxima al Dictamen del Comité Económico y Social Europeo titulado “*La Economía colaborativa y la autorregulación*”³¹, que a la de la *Agenda Europea*, al constreñir la economía colaborativa a las prácticas entre particulares³².

La Comisión Europea explica en la *Agenda europea para la economía colaborativa* cómo la rápida implantación de la economía de plataforma en la Unión Europea ha provocado un fragmentado enfoque de los nuevos modelos de negocio ya que las autoridades nacionales y locales han ido abordando la situación con un mosaico de diferentes medidas reglamentarias. Este fragmentado enfoque genera incertidumbre entre los operadores tradicionales, los nuevos proveedores de servicios y los consumidores, con el riesgo de obstaculizar la innovación, la creación de empleo y el crecimiento.

Para paliar los riesgos indicados, en la *Agenda Europea para la economía colaborativa* se indica cómo debería aplicarse la legislación de la Unión Europea a este sector, dinámico y en rápida evolución, y aclara cuestiones clave a las que se enfrentan por igual operadores del mercado y autoridades públicas tales como los requisitos de acceso al mercado, la responsabilidad de plataformas y prestadores de servicios, la protección de usuarios, las cuestiones laborales y la fiscalidad.

La Comisión europea reconoce que es necesario un ambiente regulatorio claro y equilibrado que permita el desarrollo de las empresas ligadas a la economía colaborativa y que evite imponer límites innecesarios a los operadores del mercado, tanto a los existentes como a los nuevos, con independencia del modelo de negocio que les caracterice; y por ello se hace garante de que las legislaciones nacionales no bloqueen el desarrollo de la economía colaborativa de modo injustificado, y se

30.- CNMC, *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*, marzo, 2016. Documento disponible en <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTllqyWvobVqreR-iAasz1mhxy2y0/edit?pref=2&pli=1>

31.- Dictamen 2016/C 303/05, del Pleno del Consejo Económico y Social Europeo, de 25/5/2016, “*La Economía colaborativa y la autorregulación*”, párrafo 6.4.

32.- El Estudio *Nuevos Modelos de Prestación de Servicios y la Economía Colaborativa* realizado por la CNMC y sus conclusiones y resultados preliminares, de marzo, 2016 está disponible en <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTllqyWvobVqreR-iAasz1mhxy2y0/edit?pref=2&pli=1>. Sobre el Estudio y los problemas planteados en el sector del taxi y del alojamiento en España, véanse capítulos 9, 12 y 13 en ALFONSO & VALERO (Dirs.), 2016.

compromete a realizar un seguimiento de las actuaciones que se realicen a nivel local, nacional, de negocio y por sectores³³.

La *Agenda* también señala cuál es el apoyo legal, en términos de Derecho europeo, de las acciones emprendidas por la Comisión en materia de economía colaborativa. Tal apoyo queda conformado por el cuerpo normativo integrado por la Directiva 2006/123/CE de servicios³⁴, la Directiva 2005/36/CE de cualificaciones profesionales³⁵, la Directiva 2000/31/CE de comercio electrónico³⁶; la Directiva 2005/29/CE de prácticas comerciales desleales³⁷ y las normas en materia consumidores, como la Directiva 2011/83/UE sobre derechos de los consumidores³⁸, la Directiva 1993/13/CEE sobre cláusulas abusivas en contratos con consumidores³⁹ y la Directiva 2006/114/CE sobre publicidad engañosa y comparativa⁴⁰, sin olvidar, obviamente, las previsiones pertinentes contenidas en los Tratados ni el Reglamento (UE) 2016/679, general de protección de datos⁴¹.

Como se observa, no puede decirse que en la eurozona la economía colaborativa carezca de un marco regulatorio cierto, pues si bien es verdad que no existe un cuerpo normativo específico y en bloque para la economía colaborativa como realidad identificable de forma única y unitaria, no lo es menos que la variedad que ésta representa puede ser reconducida -sin quizá mucha dificultad- a la observancia de las normas desarrolladas por los Estados miembros en transposición de las Directivas comunitarias antes citadas. Para ello tan sólo habrá que atender a cada uno de los sujetos intervinientes, esto es, a los prestadores de servicios, a los usuarios de dichos servicios y a los intermediarios (las plataformas colaborativas), y analizar la función y posición que cada cual asume en la transacción así como la actividad, actuación o tarea que desarrolle para, de esta manera, determinar las normas que les resultarán aplicables⁴².

34.- Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios del mercado interior.

35.- Directiva 2005/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de septiembre de 2005, relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales.

36.- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior.

37.- Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica las Directivas 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE, y el Reglamento (CE) no 2006/2004 (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales).

38.- Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

39.- Directiva 1993/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

40.- Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006 sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.

41.- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).

42.- Sobre todas estas cuestiones, analizando los casos que han ocasionado litigios en España y, en especial, la posición de la Comisión Europea en la vista oral ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en la cuestión prejudicial planteada por el Juzgado de lo Mercantil nº 3 de Barcelona (Auto de 1359/2015, de 16 de julio), con relación al servicio UberPop de Uber Systems Spain, S.L., para clarificar, entre otras cuestiones, si la compañía es una empresa de transporte (como sostiene la asociación profesional Élite Taxi) o una plataforma digital, véase, en extenso, Alfonso Sánchez, 2016.

3.- El cooperativismo de plataforma

La forma en que el público advierte la economía colaborativa varía significativamente. Algunos la consideran una nueva alternativa al capitalismo que sustituye las transacciones de mercado por la acción de compartir; otros la ven como la forma más elevada de capitalismo; también se ve en ella una oportunidad para consumidores y productores y hay quien manifiesta su preocupación por una posible estafa a los consumidores o por ser una forma de sustituir trabajos estables por trabajos ocasionales a bajo coste⁴³.

Muchos estudios apuntan ya que la economía colaborativa tiene poco de este adjetivo, llegando a hablarse de “capitalismo de plataforma” (*platform capitalism*⁴⁴) pues tales plataformas no compar-ten ni la propiedad ni los beneficios con los usuarios que, de hecho, son quienes generan valor dentro de ellas⁴⁵. Surge así, en contraposición, un nuevo movimiento que pretende volver a la raíz del adjetivo colaborativo y dar lugar a plataformas en las que propiedad, beneficio y responsabilidad sean realmente distribuidos. Es el caso del “*platform cooperativism*”⁴⁶, esto es, de las plataformas propiedad de los usuarios que proporcionan los recursos que las hacen funcionar, ya sea en forma de trabajo o de bienes o como consumidores de un producto o servicio; que se gobiernan de una forma democrática y distribuida, y que incluso llegan a repartir los beneficios entre sus copropietarios productores-consumidores⁴⁷. Es la extensión de los fundamentos de las cooperativas a las plataformas colaborativas, en definitiva, una manera diferente de hacer “*sharing economy*”⁴⁸.

Desde otra perspectiva, hay quien centra su análisis en la constatada desviación de algunas de las cooperativas de mayor peso en el mercado hacia prácticas competitivas y ética capitalista, conculcando los valores cooperativos, y proponen la reformulación de ciertos conceptos pero haciendo converger tal revisión con la nueva realidad de la economía colaborativa. Surge en este caso el llamado “*open cooperativism*”, como regeneración del cooperativismo tradicional en confluencia con la economía colaborativa⁴⁹.

43.- Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014: 8.

44.- Passoni, 2016: 1-4.

45.- Entre otros, Schneider, 2016.

46.- Término atribuido a Scholz, 2014.

47.- No se ha de confundir con el “cooperativismo abierto” (*open cooperativism*), concebido como una regeneración del cooperativismo tradicional cuando confluye con la economía colaborativa. La sinergia resultante puede generar “un nuevo tipo de mercado post capitalista y ético” así como crear “nuevas formas de poder político y económico externo al duopolio estado-mercado”. Sobre el nuevo tipo de mercado, Conaty & Bollier, 2014: 21. En cuanto a las nuevas formas de poder, Como & Battistoni, 2015: 101. Sobre este modelo, también Bauwens, 2014.

48.- Hay otras opciones superadoras de la visión capitalista de las plataformas. Una de ellas es la que apuesta por la que denominan “*shared infrastructure*” o “*radical transactionalism*”, esto es, la opción de experimentar de forma creativa con la propiedad y el control como base para nuevas posibilidades sociales y democráticas. Véase Morgan & Kuch, 2015: 558-559.

49.- Sobre este temario, Torres Pérez, 2016. Véanse, Conaty & Bollier, 2014: 21; Como & Battistoni, 2015: 101.

3.1. La interrelación entre economía colaborativa y cooperativismo valorada desde Estados Unidos

La naturaleza comercial de las plataformas colaborativas genera algunas críticas que tienen que ver con su gobernanza, con la forma en la cual se genera valor en ellas y con el sujeto que se apropia tal valor. Es un hecho que mientras los usuarios son quienes ofrecen a las plataformas los activos que crean valor, los beneficios que de ello se derivan quedan en manos del reducido grupo de propietarios de la plataforma. Además, se acusa a las grandes plataformas multinacionales de entrar en competencia desleal con los negocios existentes por los fallos que produce la regulación actual. Por último, se pone sobre la mesa la falta de protección de los consumidores y de los trabajadores en estas [nuevas y todavía no reguladas] plataformas⁵⁰.

Los autores estadounidenses han sido los primeros en estudiar la relación entre las cooperativas y la economía colaborativa, proponiendo como resultado el concepto de “cooperativismo de plataforma” (*platform cooperativism*), esto es, proceder a clonar el corazón tecnológico de las plataformas en línea y desarrollarlo con el modelo cooperativo⁵¹. El nuevo concepto tiene que ver con los modelos democráticos de propiedad de Internet, con la posibilidad de que la propiedad y gestión o gobierno de esta herramienta pueda ser articulada de forma diferente para favorecer la solidaridad, y con los cambios tecnológicos, culturales, políticos y sociales provocados por plataformas colaborativas⁵².

Se sugiere que si las plataformas fueran controladas por sus usuarios -organizados en forma de cooperativa- la mayoría de los problemas de gobernanza y responsabilidad social podrían resolverse. Es más, compartir la propiedad de la plataforma permitiría una más justa distribución del valor creado al quedar éste en manos de las personas que realmente lo han generado y no en las de un reducido grupo de inversores. Finalmente, la plataforma cooperativa estrecharía los lazos sociales y solidarios entre trabajadores, combatiendo la tendencia hacia los empleos “on-demand”⁵³.

Para los creadores del concepto, el *platform cooperativism* habría de responder a diez principios fundamentales⁵⁴: 1) Internet centrado en las personas (*people-centered-internet*) y no en los bienes, en contraposición a la idea básica del *platform capitalism* de que lo que interesa es el acceso a los bienes y no la propiedad de los mismos. 2) Salarios dignos y seguridad en los ingresos. 3) Transparencia y portabilidad de los datos de los usuarios, en cuanto a su obtención, clasificación, uso y venta de tales datos. 4) Reconocimiento y recompensa del trabajo realizado por los trabajadores facilitando la comunicación entre éstos y los operadores y/o dueños de la plataforma. 5) Interacción entre los trabajadores y los operadores de la plataforma desde el momento de su programación para

50.- Como, Mathis, Tognetti & Rapisardi, 2016: 5.

51.- AA.VV., 2016.

52.- Scholz, 2016: 2, 10 y 14.

53.- Como, Mathis, Tognetti & Rapisardi, 2016: 9. Véase, Scholz, 2016:14.

54.- Scholz, 2016:18-21.

que aquéllos se involucren y éstos conozcan el flujo de trabajo. 6) Marco jurídico que proteja estas nuevas plataformas, inusuales en Estados Unidos. 7) Portabilidad de los beneficios y protección adquirida por los trabajadores desde el punto de vista laboral y social de modo que no se vean afectados si cambian de escenario laboral. 8) Protección contra comportamientos arbitrarios de modo que los trabajadores y usuarios puedan capitalizar su reputación, manteniendo la acumulada en la plataforma cuando cambien a otra. Para ello sería esencial que los trabajadores y/o usuarios, establecieran sus propios sistemas centralizados de reputación e identificación. 9) Rechazo de una vigilancia excesiva de los trabajadores por la plataforma, para salvaguarda de la dignidad de éstos. 10) Derecho de los trabajadores a desconectarse de la plataforma para disponer de tiempo de ocio.

En Estados Unidos se ha producido un renovado interés en institucionalizar iniciativas de economía colaborativa en modelo cooperativo, siendo destacable el esfuerzo que están realizando los sindicatos por fomentar cooperativas propiedad de los trabajadores que ofrecen servicios en el marco del *ride-sharing*⁵⁵; y la ciudad de Nueva York, por ejemplo, ha promulgado importantes medidas de apoyo legislativo y financiero a las cooperativas⁵⁶.

Pero ¿cómo convertir las empresas de economía colaborativa en cooperativas?, se preguntan los autores americanos⁵⁷. Desde una perspectiva estratégica, se afirma que la función de los clientes es decisiva. Como es sabido, el valor de una empresa depende -entre otros parámetros- de su clientela, por lo que en la medida en que los clientes comprendan que a través de las cooperativas se puede conseguir una economía más justa y sostenible, penalizarán a las empresas de economía colaborativa articuladas en forma capitalista y éstas, al perder clientela, perderán valor⁵⁸. Desde una perspectiva societaria, la conversión de las actuales empresas de economía colaborativa en cooperativas se entiende que podría tener lugar de forma voluntaria, adoptando cada empresa un acuerdo de venta de la empresa a sus clientes organizados en cooperativa⁵⁹.

Pero la alternativa no es -lógicamente- proceder a la transformación de las actuales plataformas en cooperativas. Son ya muchos los ejemplos de plataformas cooperativas que han surgido originariamente

55.- Harris, 2015.

56.- DEMOCRACY AT WORK INSTITUTE, 2015, Morgan & Kuch, 2015: 576.

57.- *Trasladamos aquí las preguntas y respuestas ofrecidas por Orsi, 2013.*

58.- Estos argumentos pueden verse en Orsi, 2013.

59.- Para Orsi, 2013, el proceso podría realizarse de dos formas: bien constituyendo los usuarios una cooperativa que poco a poco fuera asumiendo las acciones de aquélla, bien creando la propia empresa una nueva clase de acciones para los futuros cooperativistas. La autora afirma que aunque el proceso es más fácil en empresas pequeñas (v.gr., Select Machine), es también posible en compañías como Airbnb, aunque se tardaran 10 años en conseguir el número de clientes que fuera capaz de aportar el precio de la empresa. También sobre plataformas cooperativas fruto de la transición de empresas existentes hacia la propiedad y el gobierno democrático, combinando un modelo de negocio ya probado con una estructura más acorde al servicio de las personas que dependen de ella (conversión), Schneider, 2016. También las ESOPs o planes de "accionariado asalariado", que generan una participación indirecta por parte de los empleados en la propiedad de la empresa, podrían ser el instrumento facilitador de la adquisición de la plataforma por la cooperativa. Sobre esta realidad, en el caso de la plataforma de *ridesharing* Juno, en la que gracias a un Programa de Propiedad o de Transferencia de acciones a proveedores (PSOPs) en 2026 el 50% de la compañía estará en manos de los conductores, véase Sundararajan, 2016: 200.

con tal naturaleza aunque ciertamente son menos visibles que las capitalistas⁶⁰. En atención al patrón de desarrollo al que respondan, han sido clasificadas en torno a tres modelos⁶¹. El primero, viene dado por las versiones cooperativas de plataformas capitalistas, como es el caso de Loconomics, que es el análogo cooperativo al mercado de trabajo TaskRabit, o Fairmondo, un mercado global online como eBay. Cabe también citar, aunque en este caso sin versión capitalista, Stocksy, una cooperativa que almacena fotografías online y abona a los fotógrafos el 50% de cada foto licenciada; Resonate, un servicio de música en *streaming* titularidad de los propios artistas; o Members Media, que agrupa a profesionales del cine. El segundo lo integran los entes híbridos, que legalmente no son cooperativas pero que operan con similares principios y aprovechan la tecnología digital. Su principal experimento es Enspiral Network, una comunidad de *coworking* digital con sede en Nueva Zelanda que permite a cientos de autónomos y empresas sociales trabajar juntos en beneficio mutuo. Y el tercero, la opción más accesible, se refiere a las plataformas basadas en la tecnología *blockchain*⁶², como La'Zooz -versión blockchain de Uber-, Swarm -versión de Kickstarter- o Arcade City, en las que dicha tecnología se utiliza para coordinar el trabajo, gobernar la plataforma y distribuir la propiedad⁶³.

Pero pese a los ejemplos de cooperativismo de plataforma existentes, esta opción está todavía en sus inicios, siendo preciso resolver diversos desafíos fundamentales en materia legal, financiera y de organización en orden a diseñar el proceso de formación de plataformas cooperativas viables; y su resolución llevará todavía tiempo. No obstante, el esfuerzo desarrollado por Silicon Valley durante décadas para conseguir una perfecta maquinaria de puesta en marcha de *startups* ha allanado en gran parte el camino para el cooperativismo de plataforma. Sin mimetizar o duplicar la cultura de organización propia de Silicon Valley, el movimiento puede adaptar ingeniosamente su metodología, sus modelos de negocio, su diseño y su ecosistema de innovación para lanzar al mercado una generación de plataformas cooperativas⁶⁴.

60.- *Startups que se constituyen como cooperativas e integran en su estructura los valores y la cultura cooperativa. Sobre este proceso y sus ventajas, véase Schneider, 2016.*

61.- Clasificación realizada por Gorenflo, 2015.

62.- Se define *blockchain* (cadena de bloques) como una red *peer-to-peer* distribuida que mantiene una lista de transacciones en constante crecimiento protegida contra la manipulación y compuesta por bloques de información que son replicados entre los integrantes de la red *peer-to-peer* proporcionando así una prueba distribuida de la validez de todas y cada una de las transacciones. La red de usuarios de este esquema se convierte en fuente de confianza, en una forma de conferir legitimidad al objeto que se acoge a la cadena de bloques. Sobre esta materia, Skinner, 2016.

63.- Para una mayor información, puede consultarse la siguiente web: <http://internetofownership.net/>, creada a principios de 2015 por Balkind, Schneider & otros. Se trata de un exhaustivo directorio del ecosistema del cooperativismo de plataforma que incluye no solo a plataformas cooperativas propiamente dichas (que responden a los principios y valores de la ACI) así como varias herramientas y organizaciones que las sustentan, sino también "sharing platforms" (como Managed by Q) que, en la práctica, y al menos en parte, comparten la propiedad o la gobernanza con los usuarios de la plataforma. Véase, Schneider, 2016.

64.- Así lo manifiesta Gorenflo, 2015. El autor indica cinco metas que las plataformas cooperativas han de alcanzar para poder combatir a las plataformas capitalistas o "Death Stars platforms", como prefiere denominarlas. La primera, articular un modelo (de organización, financiero y de desarrollo) capaz de sustentar el diverso patrón de organización cooperativo. La segunda, ofrecer un servicio mejor y más competitivo a nivel de precios que el de las "Death Stars". La tercera, procurar la cooperación entre las cooperativas, como indica el sexto principio de la Alianza Cooperativa Internacional, por ejemplo a través de una federación de cooperativas locales interconectadas tecnológicamente. La cuarta, conseguir un ecosistema similar al de Silicon Valley pero en este caso no con la participación de poderosas empresas, sino de los aliados naturales de las cooperativas (gobiernos locales, sindicatos, entidades sin fin de lucro, inversores sociales como cooperativas de crédito o fundaciones, etc.); ecosistema capaz de distribuir la riqueza en lugar de concentrarla. Y la quinta, construir un movimiento de masas a favor del cooperativismo de plataforma.

3.2. La interrelación entre economía colaborativa y cooperativismo valorada desde Europa

La tradición cooperativa es muy amplia en los países de la Unión Europea, por lo que esta forma de empresa tiene un mayor arraigo en la cultura europea que en la estadounidense. La mayoría de los Estados miembros cuentan con una legislación específica en materia de sociedades cooperativas⁶⁵ y el modelo cooperativo genera una elevada cifra de negocios⁶⁶.

a) Documentos europeos

Las cooperativas y la economía colaborativa han sido puestas en conexión en algunos documentos europeos. Así, por ejemplo, en el Dictamen sobre *“Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”*⁶⁷, el Comité Económico y Social Europeo señala que el cooperativismo es “el principal aliado del consumo colaborativo o participativo, en la medida en que [ambos] conjugan y comparten principios y valores⁶⁸; lo que no le impide sostener, en un Dictamen posterior titulado *“La Economía colaborativa y la autorregulación”*, que las cooperativas y las mutualidades quedan excluidas de las prácticas encuadrables en la economía colaborativa⁶⁹. Afirmación que entendemos acertada, pues una cosa es la existencia de puntos de coincidencia a nivel de principios y o valores entre mutualidad y economía colaborativa y otra que las entidades de carácter mutualista puedan ser consideradas en sí mismas como una de las prácticas a través de las cuales se manifiesta la economía colaborativa.

También el Comité de las Regiones, en su Dictamen sobre *“La dimensión local y regional de la economía colaborativa”*, aconseja que a la hora de definir la economía colaborativa, se tengan en cuenta los planteamientos no comerciales y basados en bienes de utilidad pública, pues considera que una parte de la economía colaborativa pertenece a la economía social⁷⁰. El Comité anima a la Comisión Europea y a los Estados miembros a establecer incentivos para la economía colaborativa a fin de apoyar y aplicar los principios de la economía social, en particular en lo que se refiere a los principios de solidaridad, democracia y participación, así como a la cooperación con la comunidad local⁷¹.

65.- Una aproximación a las legislaciones europeas puede verse en Cracogna, Fici & Henrj, 2013.

66.- Quintana & Cooperatives Europe, 2016.

67.- Dictamen 2014/C 177/01, de 21 y 22 de enero, del Pleno del Comité Económico y Social Europeo sobre *“Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”*.

68.- Según el Dictamen, el movimiento cooperativo puede fortalecer las iniciativas, proactiva y reactivamente, y alberga en su tejido redes de consumo colaborativo o participativo que pueden resultar simbióticos para sus objetivos respectivos (Salcedo, 2013). Las cooperativas de consumo y las llamadas cooperativas de kilómetro cero (cooperativas de productos o actividades relacionadas con la economía local que minimizan el impacto que ocasionan la distribución y el transporte a gran distancia) son un exponente de algo que ya es realidad.

69.- Dictamen 2016/C 303/05, del Pleno del Consejo Económico y Social Europeo, cit., parágrafo 6.7.

70.- COR-2015-02698-00-00-AC-TRA (EN), Dictamen del Pleno del Comité de las Regiones de 3 y 4 de diciembre de 2015 sobre *“La dimensión local y regional de la economía colaborativa”*, apartado I.2.

71.- COR-2015-02698-00-00-AC-TRA (EN), cit., apartado I.23.

Aún así, las instituciones europeas no han explorado por el momento las posibilidades que pueda ofrecer la interacción entre la economía colaborativa y las cooperativas, ni que la forma social cooperativa pueda servir para mitigar los riesgos asociados a la economía colaborativa⁷². Estas opciones han sido analizadas, sin embargo, en dos estudios recientes surgidos de entidades privadas. El primero de ellos (2015) fue el promovido en Italia de forma conjunta entre la Fundación Unipolis y Legacoop -coordinado por la agencia LAMA-, y explora las posibles convergencias entre cooperativas y las prácticas de la economía colaborativa⁷³; el segundo (2016), ha sido impulsado por LAMA y Cooperatives Europe, y en él los autores llevan a cabo una reflexión similar pero a nivel europeo⁷⁴.

b) Estudio de la Fundación Unipolis

El estudio de la Fundación Unipolis, tras repasar el concepto de economía colaborativa como fenómeno emergente y revisar los elementos que lo integran, se detiene en describir el estado de la economía colaborativa en Europa y en Italia en el marco del debate actual sobre esta realidad y sus deficiencias. Esta introducción ofrece a los autores las herramientas necesarias para confrontar el movimiento cooperativo con la economía colaborativa e identificar tanto las zonas comunes entre ambos fenómenos -tan dispares y poco comparables- como las más profundas divergencias. El contraste se realiza entre el modelo de colaboración que se da en las plataformas colaborativas y el propio de las cooperativas, el papel que juega la tecnología en ambos mundos, cómo se construyen las relaciones en la economía colaborativa y en la empresa cooperativa, cuál es el modelo de gobernanza imperante en uno y otro sistema y cuáles son los objetivos, valores y nuevos retos de cada fenómeno en cuanto a colaboración y representación institucional. Se constata la imposibilidad de comparar las dimensiones de ambos sectores en el mercado italiano, se reflexiona sobre la competencia que pueda existir entre el modelo colaborativo en algunos sectores, como el del taxi, y la influencia que aquél ha ejercido en este, y se buscan casos emergentes de plataformas que han adoptado la forma cooperativa y de cooperativas que han adoptado modelos reconducibles a los propios de la economía colaborativa, encontrándose ejemplos en diversos sectores (consumo, alojamiento, transporte, crédito, iniciativa social, etc.).

El estudio finaliza señalando los aspectos en los que la economía colaborativa puede aportar innovación y cambio a la cooperación: nueva concepción de la mutualidad, la doble condición del socio como productor y usuario, la conexión entre sujetos geográficamente repartidos, la colaboración entre empresas y no sólo entre sujetos, innovar en los modelos de negocio, aprovechar la innovación digital para reforzar la transparencia, el control y el seguimiento de los servicios ofertados, promover nuevas formas de relación y de interacción social, utilizar la tecnología para facilitar la participación de los

72.- Como, Mathis, Tognetti & Rapisardi, 2016: 7. Los autores citan los siguientes trabajos; De Groen & Maselli, 2016, Goudin, 2016, Codagnone, Abadie & Biagi, 2016.

73.- AA.VV. 2015. El estudio fue coordinado por la agencia LAMA, una consultora cooperativa (www.agenzialama.eu).

74.- Como, Mathis, Tognetti & Rapisardi, 2016.

socios, y, finalmente, proponer un modelo cooperativo de propiedad y de gestión de las plataformas que lleve consigo las ventajas de la cooperación y que al mismo tiempo se adapte al nuevo contexto de mercado.

c) Estudio de Cooperatives Europe

El estudio de la agencia LAMA y de Cooperatives Europe⁷⁵, por su parte, ha visto la luz en forma de artículo titulado *"Cooperative platforms in a european landscape: an exploratory study"*. En él se reconoce que el desarrollo en Europa de la idea de las plataformas cooperativas ha tenido lugar gracias a la divulgación de los trabajos de Scholz y Schneider, pero se advierte que el debate se ha centrado principalmente en la necesidad de democratizar las plataformas colaborativas existentes o fomentar la creación de plataformas más democráticas y no tanto en cómo la economía colaborativa puede transformar los modelos de negocio cooperativos actuales, o cómo las cooperativas tradicionales pueden desarrollar nuevos modelos colaborativos según sus específicas necesidades de innovación. La atención del estudio se centra, entonces, en las innovaciones colaborativas surgidas desde el interior del movimiento cooperativo y en cómo las cooperativas pueden incorporar los nuevos elementos del modelo de economía colaborativa sin perder sus rasgos distintivos y sus principios. Con esas premisas se han detectado 38 experiencias que corresponden a once países europeos; experiencias diversas que evidencian los diferentes modos en que las cooperativas pueden usar y adaptar los principios de la economía colaborativa para desarrollar sus propios proyectos y negocios. No obstante, no todos son supuestos de plataformas cooperativas; algunos son sólo de cooperativas digitales, es decir, de cooperativas que han creado un espacio online donde sus socios (o usuarios) pueden intercambiar recursos o realizar algún tipo de colaboración horizontal⁷⁶.

Las plataformas cooperativas detectadas son por lo general de pequeño tamaño, operan a nivel local, tienen un reducido número de usuarios y pertenecen a sectores diversos⁷⁷; las de *crowdfunding*, por ejemplo, tienen por objeto ayudar al nacimiento de nuevas cooperativas digitales y están promovidas directamente por cooperativas o por consorcios cooperativos y asociaciones representativas⁷⁸. Por su parte, los proyectos digitales que no son plataforma, tienden a dar un diferente uso a la tecnología: para involucrar a personas en proyectos sociales que entrañan modos de compartir pero que no son *peer-to-peer*⁷⁹; o para implementar prácticas colaborativas en los sistemas internos de gobernanza⁸⁰. Finalmente, están las iniciativas que no son tecnológicas pero sí colaborativas o de *cowor-*

75.- Cooperatives Europe es una organización representativa a la que están asociadas cooperativas procedentes de 33 países europeos (<https://coopseurope.coop>).

76.- En general, sobre la importancia de la utilización de la web 2.0 en la economía social, Mozas Moral, Bernal Jurado, Medina Viruel & Fernández Uclés, 2015: 59-65.

77.- Plataformas de car sharing como Partago (belga) o Som Mobilitat (española), de servicios como Wehelfen (austriaca) o La Spesa (italiana), de turismo experimental como Piacere Milano (italiana), o de alimentos como S-cambia, entre otras.

78.- La plataforma cooperative de crowdfunding francesa Jefinanceunprojetcoopératif, o la británica Microgenius.

79.- V.gr., la cooperative italiana Camelot, que usa una plataforma digital para reclutar familias que quieran alojar refugiados en sus casas (proyecto Vesta).

80.- Cooperativas que usan herramientas como Loomio o Backfeed; o la plataforma comunitaria de Flora Royal Holland cooperative.

king, que muestran el interés de las cooperativas por brindar oportunidades para estar “físicamente juntos”. El estudio ha permitido también identificar proyectos de economía colaborativa desarrollados por cooperativas para mejorar las relaciones B2B⁸¹. La mayoría de los casos se corresponden con *startups* que han nacido en el seno del movimiento de la economía colaborativa; tan sólo algunos tienen por protagonistas a cooperativas preexistentes que han desarrollado proyectos de economía colaborativa. Y en cuanto a los usuarios, la tendencia es a admitir no sólo a los propios socios o socios de otras cooperativas sino a abrir los proyectos al público en general.

Son varias las oportunidades que surgen de la aplicación de los principios y herramientas de la economía colaborativa a las empresas cooperativas, y en todas ellas el elemento clave es la innovación digital. Gracias a ella las cooperativas podrían: a) desarrollar plataformas cooperativas para llevar a cabo diferentes tipos de colaboración y de intercambio entre pares; b) usar las nuevas herramientas de gobernanza colaborativa para mejorar sus procesos internos y para incrementar o mejorar el empoderamiento de sus miembros; c) desarrollar nuevos modelos de gestión sostenible de recursos; d) ver en la producción colaborativa y en el *open manufacturing movement* una inspiración para nuevos modos de distribución; y e) desarrollar plataformas para la colaboración y el intercambio entre cooperativas.

No obstante, según los autores del estudio son muchas las barreras para que la implementación apuntada pueda producirse. Una de ellas es la dificultad de las cooperativas ya establecidas para incorporar y desarrollar este tipo de innovación, algo que resulta más sencillo para las cooperativas jóvenes, por lo que hay que promover la creación de nuevas cooperativas surgidas ya bajo la lógica innovadora. Otra tiene que ver con la falta de instrumentos para atraer capital e inversiones a largo plazo, lo que ralentiza la innovación y sitúa a las cooperativas en desventaja con respecto a sus competidoras capitalistas. Otro obstáculo viene motivado por la tendencia a crear cooperativas locales, de reducida dimensión, insuficientemente conectadas y arraigadas en el territorio, lo que contrasta con el carácter global de la economía colaborativa. Finalmente, resulta difícil copiar las ideas y modelos de la economía colaborativa sin que el resultado sea una réplica exacta de éstos y, por lo tanto, con los mismos errores, no siendo entonces las cooperativas capaces de preservar sus características distintivas.

El estudio concluye con una llamada a las instituciones europeas para que consideren el papel que puede jugar la forma social cooperativa en el mercado de la economía colaborativa.

81.- El ejemplo es la francesa France Barter.

3.3. Las plataformas con forma cooperativa

Como es sabido, en la economía colaborativa el valor se genera por los proveedores y/o usuarios de las plataformas (*prouers*) quienes, pese a ello, no se ven recompensados. Ese valor queda en manos de las plataformas que, por lo general, son titularidad y están gestionadas por sociedades de capital, de modo que el valor generado por los proveedores y/o usuarios pasa a convertirse en beneficio para los socios. Sin embargo, es posible alterar esta ecuación si la plataforma es propiedad de los *prouers* organizados en cooperativa y es ésta quien la gestiona⁸².

¿Es posible que los conductores interesados en prestar sus servicios de coche con conductor creen una plataforma constituyendo una cooperativa de transporte de trabajo asociado? ¿Es factible que quienes deseen alquilar toda o parte de su vivienda de forma temporal conformen una plataforma de *homesharing* creando una cooperativa de servicios? ¿Es viable que un grupo de profesores articulen una plataforma de contenidos académicos a través de una cooperativa de enseñanza? Desde nuestro punto de vista estos y otros proyectos de economía colaborativa pueden revestir la forma de sociedad cooperativa. El elemento disruptivo que aparece en todos ellos es que tanto la actividad cooperativizada de que se trate como el objeto social de la cooperativa se va a desarrollar a través de la plataforma, es decir, a través de la tecnología digital. De este modo, la organización y gestión del negocio desde la perspectiva empresarial tendrá en su centro a la plataforma, pero la gestión y gobierno de la sociedad cooperativa se desarrollará en el marco del Derecho de sociedades cooperativas.

La diferencia entre estas plataformas cooperativas y las plataformas capitalistas reside en la titularidad de la empresa a la que se da origen. Las *startups* surgidas según el modelo de Silicon Valley tienen en su base al grupo de sujetos creadores de la idea de negocio, puesta en marcha y desarrollada gracias a la financiación obtenida por cauces tradicionales o innovadores (*bussiness angels*, *crowdfunding*, etc.) tras verificar la viabilidad del producto, adoptando el grupo la forma social más conveniente a sus intereses dentro de las estructuras capitalistas. Los fundadores de estas empresas no necesitan la plataforma creada para satisfacer sus necesidades socioeconómicas comunes, simplemente han creado un producto que ofrecen a proveedores y a usuarios quienes, en realidad, serán los que hagan viable la compañía⁸³. En atención a su capacidad de captación de sujetos interesados a ambos lados de la plataforma, el negocio tendrá éxito o no, por lo que precisarán desarrollar sistemas de reputación sólidos, medios de pago fiables, etc., para obtener credibilidad en el mercado

82.- El término *prouser* es un acrónimo formado por la fusión original de las palabras en inglés *provider* (proveedor) y *user* (usuario). Se utiliza por los autores especializados en economía colaborativa para evidenciar la doble condición que los sujetos ostentan en las plataformas en las que tanto pueden actuar como proveedores de los bienes o servicios como en calidad de usuarios de los mismos. El acrónimo guarda relación con el de *prosumer*, en su día acuñado por Alvin Toffler en su libro *La tercera ola* (1980), derivado de la fusión de las palabras inglesas *productor* (productor) y *consumer* (consumidor), en el marco de un mercado en el que los consumidores estarían involucrados en el diseño y manufactura de los productos.

83.- Señala Gansky, 2014, que la primera oleada de exitosas empresas de economía colaborativa como Uber, Lyft, Quirky, Airbnb, Taskrabbit, RelayRides y 99Designs, se fundaron gracias al *venture capital* y con la atención puesta en los inversores y no en los conductores, anfitriones, creadores o vendedores que hacen viable la compañía.

digital, alcanzar una posición sólida en él y disponer de instrumentos competitivos que favorezcan dicha posición respecto de otros. Pero en el negocio así diseñado los beneficios derivados del éxito de la plataforma no repercuten en quienes hacen posible que ésta tenga valor: sin proveedores y sin usuarios la plataforma no existirá; sin buenos proveedores y buenos usuarios la plataforma no podrá lograr una posición en el mercado. Es por ello que algunas plataformas capitalistas han comenzado a articular estrategias de recompensa a sus proveedores y/o usuarios, en el entendimiento de que sin *prouers* no son ni tienen nada. En alguna medida, el poder empieza a deslizarse desde las plataformas a los proveedores, de las manos de unos pocos a las de algunos más⁸⁴.

Si la plataforma es titularidad de la cooperativa el diseño del negocio cambia por completo. Los interesados, esto es, los socios promotores con una necesidad socioeconómica común que satisfacer (conductores, anfitriones, vendedores, creadores, etc.) contratarán los servicios de quienes puedan diseñar técnicamente la plataforma según sus previsiones, al igual que los socios promotores de una cooperativa de viviendas contratan los servicios de una promotora para la construcción de las mismas, o los socios trabajadores compran o alquilan las instalaciones donde radicar su negocio. La plataforma es, pues, el instrumento necesario para el desarrollo del negocio y se integra como cualquier otro activo en el patrimonio de la cooperativa.

En la plataforma cooperativa el valor lo generan los socios-proveedores o los socios-usuarios quienes se verán beneficiados por su esfuerzo gracias a la participación, vía retorno cooperativo, en los resultados prósperos de su actividad⁸⁵. Desde esta perspectiva, la aplicación de los principios y valores propios del cooperativismo permitirá construir y diseñar ese cooperativismo de plataforma al que aludíamos al comienzo de este epígrafe. Los problemas a los que se deba enfrentar una plataforma cooperativa tanto en su creación como en su actuación en el mercado no serán diferentes a los que se enfrenta cualquier cooperativa, especialmente en materia de financiación⁸⁶. Sin embargo, la ventaja es la filosofía propia del cooperativismo, que permite hacer verdaderamente colaborativa para proveedores y usuarios la economía colaborativa⁸⁷.

84.- Así, por ejemplo, Gett, una nueva plataforma similar a Uber, pretende captar y fidelizar a los conductores pagándoles por cada minuto que estén trabajando, y no por carrera o trayecto. Véase el ejemplo en Gansky, 2014.

85.- Alfaro, 2015 aboga por la eficiencia de las formas mutualistas para ostentar la titularidad de las plataformas cooperativas, centrando su atención fundamentalmente en la situación de los conductores de Uber.

86.- Sundararajan, 2016: 199, expone que en Estados Unidos hay formas tradicionales de crowdfunding centradas en cooperativas, como Peak Agency u organizaciones como Democracy Collaborative, que conectan a las nacientes cooperativas con filántropos, organizaciones sin fin de lucro y fundaciones en sus respectivas áreas.

87.- El desarrollo del temario así expuesto excedería los límites del presente trabajo, pudiendo dar lugar a un nuevo y exhaustivo trabajo sobre la materia.

4.- Consideraciones conclusivas

La diversa y variada realidad que representa la economía colaborativa requiere un detenido análisis y estudio desde una perspectiva jurídica pues la mayoría de los trabajos existentes son económicos y tienen como referencia el mercado estadounidense, siendo así que ni la perspectiva abordada ni sus conclusiones pueden trasladarse al marco europeo, habida cuenta la diferente concepción de ambos sistemas.

La Comunicación de la Comisión sobre la *Agenda Europea para la economía colaborativa* resulta un instrumento de mucha utilidad pues proporciona orientaciones sobre cómo aplicar la legislación vigente de la Unión Europea a este dinámico sector en rápida evolución, y aclara cuestiones clave a las que se enfrentan por igual los operadores del mercado y las autoridades públicas. Gracias a este documento de la Unión Europea se puede apreciar cómo la cuestión regulatoria tiene un alcance muy diferente en Europa y en Estados Unidos al quedar claramente definidos en el Derecho Europeo los actores de la economía colaborativa (proveedores, plataformas y usuarios) y las funciones y actividades que cada uno de ellos puede desplegar en este nuevo escenario, disponiendo de instrumentos legales susceptibles de ser aplicados a cada uno de ellos en atención a su posición en las concretas transacciones. Sin embargo, la coincidencia entre los sistemas apuntados se localiza en aquellas materias transversales, como la fiscalidad o las cuestiones laborales, en los que el legislador ha de articular las medidas que resulten oportunas para evitar los fallos del mercado y las desigualdades entre los operadores en el mismo.

Por otro lado, y desde la perspectiva de la titularidad de las plataformas y de la consideración de quienes generan el valor de las mismas, en los últimos años han surgido voces reivindicadoras de la reversión de ese valor hacia los proveedores y los usuarios, habiéndose centrado la atención en la forma social cooperativa como estructura susceptible de agrupar a los generadores de valor y conferirles la propiedad de las plataformas, como medio más colaborativo de hacer economía colaborativa. No obstante, son muchas las dificultades encontradas por los hasta el momento escasos estudios dedicados al cooperativismo de plataforma; aún así se enfatiza que los principios y valores cooperativos son el instrumento idóneo con el que conseguir el empoderamiento de los *prouersers*.

Bibliografía

- AA.VV. (2015): *Dalla Sharing Economy all'Economia Collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperative*, I Quaderni di Unipolis.
- AA.VV. (2016): *Ours to Hack and to Own. The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*, (Eds. Scholz, T. & Schneider, N.).
- AA.VV: *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el entorno digital* (Dir. Alfonso/Valero), Thomson Reuters-Aranzadi, Navarra (en prensa).
- ALFARO, J. (2015): "La regulación contractual de Uber con sus conductores", *Almacén de Derecho*, 17-11-2015. Disponible en: <http://almacenederecho.org/36791-2/>
- ALFARO, J. (2016): "Economía colaborativa y teoría de las organizaciones", *Almacén de Derecho*, 5-1-2016. Disponible en: <http://almacenederecho.org/economia-colaborativa-y-teoria-de-las-organizaciones/>
- ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2016): "La controvertida cuestión reguladora en la economía colaborativa". En: AA.VV., *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el entorno digital* (Dir. ALFONSO/VALERO), Thomson Reuters-Aranzadi, Navarra, en prensa.
- BAUWENS, M. (2014): "Open Cooperativism for the P2P Age", 2014, June 16, available at: <https://blog.p2pfoundation.net/open-cooperativism-for-the-p2p-age/2014/06/16>.
- BENKLER, Y. (2004): "Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production", 114 *Yale Law Journal*, 27.
- BOTSMAN, R. & ROGERS, R. (2010): *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, Ed. Harper Collins, New York.
- BUCKLAND, H., VAL, E. & MURILLO, D. (2016): *We share. Who wins?: Unravelling the controversies of the collaborative economy*, ESADE, May.
- CANNON, B. & CHUNG, H. (2015): "A framework for designing co-regulation models well-adapted to technology-facilitated Sharing Economies", *Santa Clara High Tech. L.J.*, 23-96.
- CHASE, R. (2015): *Peers Inc: how people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism*, Public Affairs, New York.
- CNMC (2016): *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. Documento disponible en: <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTlIqyWvobVqreR-iAzzs1mhxy2y0/edit?pref=2&pli=1>

- COASE, R. (1973): "The nature of the firm", *Economica*, 4 (16), 386-405.
- CODAGNONE, C., BIAGI, F. & ABADIE, F. (2016): "The Passions and the Interests: Unpacking the 'Sharing Economy'", *JCR Science for Policy Report*, European Commission, <https://ec.europa.eu/jrc>.
- COM(2016) 356 final, Bruselas 2.6.2016, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones titulada "*Una Agenda Europea para la economía colaborativa*".
- COMO, E. & BATTISTONI, F. (2015): "Economia collaborativa e innovazione nelle imprese cooperative: opportunità emergente e sfide per il futuro", *Rivista Impresa Sociale*, 6, 12/2015.
- COMO, E., MATHIS, A., TOGNETTI, M. & RAPISARDI, A. (2016): "Cooperative platforms in European landscape: an exploratory study", ISIRC Conference, Glasgow, September, 1-35. Available at: http://www.si-drive.eu/wp-content/uploads/2016/09/Paper_Cooperatives-Collab-Economy_August_2016_FINAL.pdf.
- CONATY, P. & BOLLIER, D. (2014): "Toward an open co-operativism. A New Social Economy Based on Open Platforms, Co-operative Models and the Commons". Disponible en: <http://commonstransition.org/toward-an-open-co-operativism/>
- COR-2015-02698-00-00-AC-TRA (EN), Dictamen del Pleno del Comité de las Regiones de 3 y 4 de diciembre de 2015 sobre "*La dimensión local y regional de la economía colaborativa*".
- CRACOGNA, D., FICI, A. & HENRÿ, H. (2013): *International Handbook of Cooperative Law*, Ed. Springer, Heidelberg.
- DEMOCRACY AT WORK INSTITUTE (US Federation of Working Cooperatives) (2015): "Moving Past the 'Tale of Two Cities': New York City Enacts First Pro-Worker Cooperative City Legislation in the United States", 18-3-2015. Available at: <http://institute.coop/news/moving-past-%E2%80%99Ctale-two-cities%E2%80%99D-new-york-city-enacts-first-pro-worker-cooperative-city>.
- DE STEFANO, V. (2016): *The rise of the "just-in-time workforce": on-demand work, crowdwork and labour protection in the "gig-economy"*, International Labour Office, Geneva.
- Dictamen 2014/C 177/01, de 21/1/2014, del Pleno del Comité Económico y Social Europeo sobre "*Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI*".
- Dictamen 2016/C 303/05, del Pleno del Consejo Económico y Social Europeo, de 25/5/2016, sobre "*La Economía colaborativa y la autorregulación*".
- DOMÉNECH PASCUAL, G. (2015): "La regulación de la economía colaborativa", *Revista CEFLEGAL, CEF*, 175-176, agosto/septiembre, 61-104.
- FELSON, M. & SPAETH, J. (1978): "Community Structure and Collaborative Consumption A Routine Activity Approach", *The American Behavioral Scientist*, Mar/Apr.

- FRAIBERGER, S. & SUNDARARAJAN, A. (2015): "Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy", *NYU Stern School of Business Research Paper*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2574337> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2574337>, 1-44.
- GANSKY, L. (2010): *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, Portfolio, New York.
- GANSKY, L. (2014): "Collaborative Economy Companies Need To Start Sharing More Value With The People Who Make Them Valuable", *FastCompany*, December 4th. Available at: <https://www.fastcoexist.com/3038476/collaborative-economy-companies-need-to-start-sharing-more-value-with-the-people-who-make-them-valuable/>
- GORENFLO, N. (2015): "How Platform Coops Can Beat Death Stars Like Uber to Create a Real Sharing Economy", November 3th. Available at: <http://www.shareable.net/blog/how-platform-coops-can-beat-death-stars-like-uber-to-create-a-real-sharing-economy>.
- HARRIS, K. (2015): "Caby-Owned Taxi Cooperatives on the Rise". Available in: <http://www.shareable.net/blog/cabby-owned-taxi-cooperatives-on-the-rise>.
- HENTEN, A.H. & WINDEKILDE, I.M. (2016): "Transaction costs and the sharing economy", *info*, 18 (1), 1-15. Available at: <http://dx.doi.org/10.1108/info-09-2015-0044>.
- KASSAN, J. & ORSI, J. (2012): "The Legal Landscape of the Sharing Economy", *Journal of Environmental Law & Litigation*, 1-11.
- KELLY, K. (2009): "Better Than Owning", 21-1-2009, Available at: <http://kk.org/thetechnium/better-than-own/>
- MEYER, E.L. (2016): "The gig economy: is the trend towards non-staff employees good for workers?", *CQ researcher*, 26 (12).
- MORGAN, B. & KUCH, D. (2015): "Radical Transactionalism: Legal Consciousness, Diverse Economies, and the Sharing Economy", *Journal of Law and Society*, 42 (4), 556-587.
- MOZAS MORAL, A., BERNAL JURADO, E., MEDINA VIRUEL, M.J. & FERNÁNDEZ UCLÉS, D. (2015): "Internet: un mundo de posibilidades para las entidades de la economía social", En: AA.VV., *La economía social y los negocios online. Tendencias y claves del éxito*, (Coords. Arcas/Alcón/López), Cajamar, Almería, 53-70.
- MULCAHY, D. (2016): *The gig economy: the complete guide to getting better work, taking more time off, and financing the life you want*, AMACON, New York.
- OF-HEARTS, S. (2014): *Save, share, simplify: how to use the sharing economy to reduce expenses, build community and design your ideal life*, CreateSpace.
- ORSI, J. (2012): *Practicing law in the sharing economy: helping people build cooperatives, social enterprise, and local sustainable economies*, American Bar Association.

- ORSI, J. (2013): "The Sharing Economy Just Got Real", September 16th. Available at: <http://www.shareable.net/blog/the-sharing-economy-just-got-real>
- OSSA, C. (2016): "Economías colaborativas: Regulación y Competencia", *Universidad Externado de Colombia, From the Selected Works of Camilo Ossa*, May 16th, 1-21. Available at: http://works.bepress.com/camilo_ossa/10/
- PASSONI, A. (2016): "Economia delle piattaforme e architettura digitale delle scelte. Appunti sull'alternativa cooperativa", 21-9-2016, pp. 1-8. Disponible en: <http://archiviomarini.sp.unipi.it/692/6/Economia%20delle%20piattaforme%20e%20architettura%20digitale%20delle%20scelte.pdf>
- QING YANG, Y.J., "The Platform Economy and Natural Monopoly: regulating or laissez-faire?" http://www.law.uchicago.edu/files/file/the_platform_economy_and_natural_monopoly_regulating_or_laissez-faire_qingyang.pdf.
- QUINTANA COCOLINA, C. (2016): *The power of cooperation. Cooperatives Europe key figures 2015*, Cooperatives Europe.
- RAMPELL, C. (2014): "What Preschoolers Can Teach Silicon Valley About "Sharing", Washington Post, May 15th, https://www.washingtonpost.com/opinions/catherine-rampell-paying-for-your-fair-share-in-an-app-based-economy/2014/05/15/007da348-dc66-11e3-8009-71de85b9c527_story.html
- RICHARDSON, L. (2015): "Performing the Sharing Economy", *Geoforum*, 67, 121-129. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>.
- RIFKIN, J. (2000): *The Age of Access: The New Culture of HyperCapitalism Where All of Life Is A Paid-For Experience*, Tarcher, New York.
- ROCHET, J. & TIROLE, J. (2003): "Platform competition in two-sided markets", *Journal of the European Economics Association*, 1(4), 990-1029.
- SALCEDO AZNAL, A. (2013): "Cooperativismo 3.0. 100 años de cooperativismo de consumidores y usuarios: historia y futuro", *UNCCUE*, 65-68.
- SCHNEIDER, N. (2016): "An internet of ownership: democratic design for the online economy", September 7th. Available at: <http://internetofownership.net/2016/09/07/an-article-for-pre-submission-peer-review/>
- SCHOLZ, T. (2014): "Platform Cooperativism vs. the Sharing Economy". Available in: <https://medium.com/@trebors/platform-cooperativism-vs-the-sharing-economy-2ea737f1b5ad#.muuo2nzvu>
- SCHOLZ, T. (2016): *Platform Cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy*, Rosa Luxemburg Stiftung, New York Office, Available at: http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/scholz_platformcoop_5.9.2016.pdf.

- SCHOR, J.B. (2016): "Does the Sharing Economy Increase Inequality Within the Eighty Percent?: Findings from a Qualitative Study of Platform Providers", 1-41. Available at: http://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SharingEconomyInequality.pdf.
- SKINNER, C. (2016): *Valuweb: how Fintech firms are using Bitcoin Blockchain and mobile technologies to create the internet of values*, Marshall Cavendish.
- STOKES, K., CLARENCE, E., ANDERSON, L. & RINNE, A. (2014): *Making sense of the UK collaborative economy*, Nesta, 1-47.
- SUNDARARAJAN, A. (2014): "Peer to Peer Business and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues" (*Written testimony for the hearing titled, The Power of Connection: Peer-to-Peer Businesses, held by the Committee on Small Business of the United States House of Representatives, January 15th, 2014*).
- SUNDARARAJAN, A. (2016): *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- TORRES PÉREZ, F.J. (2016): "Economía colaborativa y cooperativismo". En: AA.VV., *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el entorno digital* (Dirs. Alfonso/Valero), Thomson Reuters-Aranzadi, Navarra, en prensa.
- WOSSKOW, D. (2014): *Unlocking the sharing economy. An independent review*, London.
- ZALE, K. (2016): "Sharing Property", *University of Colorado Law Review*, 87, 502-579; *U of Houston Law Center*, No. 2015-A-16. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2646825>.