
ECONOMÍA SOCIAL Y ECONOMÍA COLABORATIVA: ENCAJE Y POTENCIALIDADES

MILLÁN DIAZ-FONCEA

CARMEN MARCUELLO SERVÓS

Grupo de Investigación GESES
Universidad de Zaragoza

MANUEL MONREAL GARRIDO

IUDESCOP - Universitat de València

La economía colaborativa es un concepto emergente en el ámbito de la empresa y la economía en los últimos años, que plantea la aparición de nuevas oportunidades de negocio y de generación de ideas basadas en las tecnologías de la comunicación. De forma recurrente, se asocian a este modelo económico aspectos como la confianza, la cooperación, una mayor

redistribución de riqueza entre los participantes en ella, la búsqueda de justicia en los intercambios realizados... que hace que muchas veces se la vincule con el término «social», incluyendo en el mismo paraguas a las experiencias de economía colaborativa y economía social.

Sin embargo, frente al diálogo que existe actualmente alrededor del término economía colaborativa, la economía social se muestra como un sector económico asentado y con unas características definidas, cuya actividad económica se basa en principios y valores como los expuestos arriba, pero que incluyen matices añadidos.

El objetivo de este artículo es cubrir este gap conceptual, realizando una aproximación teórica y descriptiva a las nociones esenciales vinculadas a ambos términos, y planteando los puntos en común y las diferencias existentes entre ambos conceptos. De esta manera, el artículo busca el establecimiento de puentes entre sendos ámbitos que permitan aprovechar las oportunidades y asentar las fortalezas que presentan cada uno de ellos.

La estructura del artículo es como sigue: en un primer apartado se recogen la definición y características de la economía colaborativa, ahondando en los debates existentes en el proceso de institucionalización que está siguiendo. En el segundo se presentan el concepto y los valores y principios de la economía social, con el fin de presentar sus especificidades principales, vinculándolos en el tercer apartado a los propuestos por la economía colaborativa para establecer los lugares comunes entre ambas. Para finalizar, el cuarto apartado presenta las conclusiones de la comparación entre ambas realidades.

LA ECONOMÍA COLABORATIVA: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS †

La economía colaborativa es un concepto que ha emergido recientemente a nivel internacional a partir de dos publicaciones distintas (Gansky, 2010; Botsman y Rogers, 2010), que presentaban diversos casos de modelos de negocio novedosos que atendían necesidades de los consumidores aprovechando el desarrollo de internet. La novedad del término supone que

no exista una definición generalmente aceptada del mismo, existiendo un debate sobre las características que deberían tenerse en cuenta y los efectos que su surgimiento tiene sobre la sociedad y el medioambiente. Asimismo, se observa una escasez de investigaciones académicas sobre el tema que recientemente se está subsanando con monográficos como el actual, lo que conlleva la necesidad de acudir a fuentes no académicas para obtener una imagen de este fenómeno.

Partiendo de una definición básica, la economía colaborativa es «un movimiento que engloba nuevas prácticas económicas que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios» (Opciones, 2013). Esta definición pone el énfasis en aquellas prácticas y modelos de negocio basados en redes horizontales y la participación de una comunidad, construida sobre «energía distribuida y la confianza dentro de las comunidades en lugar de instituciones centralizadas» (Bootsman y Rogers, 2010), borrando los límites entre el productor y el consumidor e interactuando en internet y plataformas peer-to-peer (P2P), así como incluyendo otras experiencias offline (Ouishare, 2016).

Esta aproximación incluye el aspecto colectivo y comunitario, así como la necesidad de confianza y participación para desarrollar la actividad, y extiende el ámbito de la economía colaborativa más allá de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), incluyendo los intercambios y la colaboración en el entorno local. No obstante, la economía colaborativa está esencialmente vinculada a la tecnología *peer-to-peer* (P2P) y *business-to-peer* (B2P) para su funcionamiento.

De hecho, para Sharing España (SHES), la asociación que agrupa a las grandes empresas de este sector en nuestro país, la economía colaborativa representa «la aparición de nuevos modelos empresariales y de consumo en los que gracias a las nuevas tecnologías se accede a bienes y servicios más eficientes y participativos basados en la comunidad y la confianza, así como en la oferta basada en el acceso al bien improductivo en contraposición a su adquisición; combinación que unas veces puede basarse en una relación entre iguales (P2P) o bien en la puesta a disposición por parte de una empresa al acceso por los usuarios de bienes bajo demanda cuando les resulte más conveniente (B2P)» (SHES, 2016).

Esta definición de economía colaborativa ahonda en uno de los ejes claves de este concepto: la valoración del uso al bien o servicio, antes que la propiedad del mismo. De esta manera, se facilita el acceso de los clientes cuando necesitan esos bienes o servicios en vez de la compra de los mismos, modificando la relación entre costes y beneficios obtenidos que establecida tradicionalmente en la economía entre productores y consumidores.

Por otro lado, la diferenciación entre P2P y B2P establecida en la definición anterior es utilizada por Carlos

Rodríguez, socio fundador de Wazypark (1), para señalar «la necesidad de diferenciar entre las empresas que tratan de monetizar servicios alrededor de comunidades de usuarios y aquellas empresas tecnológicas que conectan a unos usuarios con otros y cobran una comisión por ello». Así, cabría separar aquello que puede ser considerado ciertamente como economía colaborativa de aquella actividad comercial basada en la tecnología B2P. Esta diferenciación anticipa uno de los temas de debate que existe actualmente en el proceso de definición del sector y que se analizará posteriormente.

Finalmente, desde un punto de vista más amplio, economía colaborativa puede entenderse como un «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).

Esta definición va más allá del ámbito puramente comercial y atiende otras opciones más comunitarias y participativas, vinculadas a las referidas en la primera definición propuesta, que no precisan de dinero para establecer intercambios. De hecho, el término «ecosistema» supone un avance respecto a las anteriores definiciones al enfocar sobre un ámbito más general que tiene en cuenta el ciclo económico completo (producción, distribución, consumo y financiación) al referirse a la economía colaborativa.

Actualmente pueden encontrarse experiencias de economía colaborativa en muy diversos sectores económicos y en todas las fases de este ciclo económico (2), si bien es cierto que el origen de la economía colaborativa debemos buscarlo en el análisis del consumo colaborativo, que centró el interés de los trabajos pioneros de Gansky (2010) y Botsman y Rogers (2010), y que sirve frecuentemente de sinónimo de economía colaborativa. De hecho, las definiciones de economía colaborativa comparten muchas características con las de consumo colaborativo. Para muestra dos referencias: por un lado, desde un punto de vista más general, consumo colaborativo puede ser entendido como la manera tradicional de compartir, intercambiar, dejar, alquilar y regalar, redefinida a través de la tecnología moderna y de las comunidades (Consumocolaborativo.com, 2016), y por otro, más académico, consumo colaborativo sería la actividad *peer-to-peer* con base de obtener, dar o compartir el acceso a los bienes y servicios, coordinado a través de una comunidad y de servicios en línea (Hamari *et al.*, 2015). Estas definiciones asumen la existencia de un nuevo sector con características específicas asociado a la emergencia del «compartir» como factor productivo esencial en los modelos de negocio vinculados a la economía colaborativa.

No obstante, existen propuestas alternativas que revisan este posicionamiento. Furchtgott-Roth (2016) plan-

fea que, antes que con «compartir», la economía colaborativa tiene más relación con la reducción de los costes de transacción (vinculados a los desafíos de la información, comunicación, negociación y resolución de las transacciones entre las partes) a un nivel casi nulo gracias a internet, conectando más fácilmente oferta y demanda. Así, el acceso a la información para la toma de decisiones es ahora más sencillo y barato de conseguir, afectando de pleno a todo el proceso de toma de decisiones y la manera de comportarse por parte de consumidores y productores, consiguiendo una economía más eficiente.

Esta cuestión está relacionada con los principales beneficios tangibles que se descubren en la economía colaborativa. El ahorro de dinero y de tiempo suponen las principales ventajas de este nuevo concepto, aspectos ambos que repercuten en un mayor valor creado para el consumidor, principalmente relevante en periodos de crisis como el actual. Añadido a esto, la posibilidad de conseguir ingresos extras por la monetización del bien o servicio prestado, así como la valoración de los conocimientos y el tiempo dedicado, lo que representa un importante argumento a favor de la economía colaborativa.

Sin embargo, la facilidad para conseguir información y contactar entre los agentes en una transacción no son los únicos beneficios que aporta la economía colaborativa. De hecho, son los beneficios intangibles que se descubren en la economía colaborativa los que aportan un valor distintivo a ésta (Opciones, 2013). Entre ellos, la posibilidad de contacto y creación de red entre los propios oferentes y los correspondientes demandantes en dicha transacción es una de los destacados. La construcción de comunidad es una de las externalidades positivas que aporta la economía colaborativa en su funcionamiento. La red que se teje tanto entre los consumidores, entre productores (3) y entre ambos lados de la transacción (4) supone uno de los beneficios que su promoción aporta al entorno en el que se ubican los proyectos. Esto hace comprensible la presencia del ámbito comunitario y participativo en las definiciones anteriores de economía colaborativa, que representan una aportación añadida a la simple reducción de los costes de transacción planteada Furchtgott-Roth (2016) y otros.

Una segunda externalidad, asociada a la posibilidad de facilitar el acceso frente a la propiedad, supone que la economía colaborativa tiene la capacidad de aliviar los problemas sociales como el hiper-consumismo, la contaminación y la pobreza mediante la reducción del coste de la coordinación económica dentro de las comunidades (Hamari *et al.*, 2015). Esto se une a una tercera, la reducción de la huella ecológica y el impacto medioambiental. Friedman (2013) ofrece el siguiente argumento: «existen 80 millones de taladros eléctricos en Estados Unidos, que se usan 13 minutos al año cada uno; ante esta cuestión cabe preguntarse ¿los dueños realmente necesitan poseer uno?». No obstante, es necesario más investigación sobre este ámbito debido al impacto indirecto por el incremento

de actividad que conlleva la reducción de los costes de transacción (por ejemplo, mayor uso de los desplazamientos en automóvil en Blablacar (5) debido al abaratamiento de los costes asociados, lo que representaría mayores emisiones de CO₂).

En este sentido, Hamari *et al.* (2015) investigan las motivaciones de las personas para participar en el consumo colaborativo (i.e., economía colaborativa), mostrando que su participación está motivada por muchos factores tales como su sostenibilidad, el disfrute de la actividad, así como los beneficios económicos. Un detalle interesante en el resultado es que la sostenibilidad no está directamente asociada con la participación y la creación de red a menos que sea al mismo tiempo, lo que sugiere que la sostenibilidad podría ser un factor importante solamente para aquellas personas para las que el consumo ecológico es relevante. Asimismo, Hamari *et al.* (2015) plantean que además podría existir un espacio de actitud y conducta positiva hacia la economía colaborativa y el uso de las TIC.

Finalmente, la economía colaborativa supone una fuente de aprendizaje y de enriquecimiento personal, permitiendo la ampliación de la mirada a un amplio abanico de dimensiones sociales y económicas. En este sentido, la participación en un banco de tiempo (6) puede servir de ejemplo para observar los beneficios de la participación en este espacio: permite ampliar la red de contactos, adquirir conocimientos en un clima de reciprocidad e intercambio, y descubrir nuevos servicios que mejoren la calidad de vida personal y comunitaria.

Retomamos en este punto el debate sobre las diferencias entre las empresas que tratan de monetizar servicios alrededor de comunidades de usuarios y aquellas empresas tecnológicas que conectan a unos usuarios con otros y cobran una comisión por ello. Entre las primeras y las segundas se perciben diferencias importantes en el objetivo de su participación en la economía colaborativa. De hecho, se comienza a utilizar el término *collaborative washing* para destacar el comportamiento de polizón que supone mantener la apariencia de desarrollo de un modelo económico colaborativo. Así, ésta sería entendida como una herramienta de *marketing*, ya que se actúa manteniendo un control centralizado, acumulando poder para la toma de decisiones y con un comportamiento organizativo medioambientalmente insostenible (Opciones, 2013), aspectos difícilmente asociables a la economía colaborativa cuando se busca aprovechar el potencial que presenta y desarrollar completamente los beneficios intangibles descubiertos anteriormente. Este concepto es asimilado al fenómeno que se produjo con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en la que en diversos casos se utilizaba una apariencia de voluntad de carácter ecológico (*green-washing*) y social (*blue-washing*) sin ser la acción principal de la corporación en definitiva cercana a estos caracteres (Opciones, 2013; Scholz, 2016).

No obstante, cabe destacar que, incluso poniendo el foco sobre aquellas experiencias creadas alrededor de

comunidades de usuarios y que pretenden aprovechar los beneficios intangibles que la economía colaborativa presenta, existen importantes dificultades para desarrollarse. Las causas, relacionadas principalmente con la dinamización del tejido comunitario y el aprendizaje personal, incluyen el mantenimiento del necesario equilibrio entre el ritmo personal de los individuos inmersos en estos proyectos y el ritmo colectivo-comunitario, normalmente más lento que el personal, lo que puede conllevar tirantezas y dificultades de adaptación entre ambos contextos. A esto se añaden las posibles diferencias en la percepción del proyecto entre las personas dentro del grupo. Finalmente, una de las críticas realizadas a procesos participativos como los asociados positivamente a la economía colaborativa es la falta de operatividad en la toma de decisiones, sobre todo ante la ausencia de líderes que gobiernen el devenir del colectivo.

LA ECONOMÍA SOCIAL: DEFINICIÓN, VALORES Y PRINCIPIOS ‡

Un ámbito que parecería aparentemente cercano al de la economía colaborativa es el de la economía social. Este sector ha emergido durante el siglo XX como un ámbito económico diferenciado que incorpora a la economía pública y a la economía privada tradicional una nueva perspectiva colectiva con el objetivo de dar respuesta a los problemas de diversos agentes económicos y satisfacer distintas necesidades sociales.

La economía social aparece vinculada históricamente a las asociaciones populares y a las cooperativas como expresiones interrelacionadas de un único impulso: la respuesta de los grupos sociales más vulnerables e indefensos, a través de organizaciones de ayuda, a las nuevas condiciones de vida creadas por el desarrollo de la sociedad industrial en los siglos XVIII y XIX. El sistema de valores y los principios de actuación del asociacionismo popular, sintetizados por el cooperativismo histórico, son los que han servido para articular el moderno concepto de economía social (Chaves y Monzón, 2012). Y es que las acciones colectivas llevadas a cabo en el siglo XIX desembocaron en compromisos que legalizaron la existencia de organizaciones en las que a una categoría de agentes económicos, más allá de los inversores, se les atribuye el poder de propiedad (Laville, 2015, p. 121).

Aunque el término economía social apareció por primera vez en la literatura económica probablemente en 1830 con la publicación de un Tratado de economía social por parte de Charles Dunoyer en el que se defendía un enfoque moral de la economía (Chaves y Monzón, 2012), no es hasta las últimas décadas del siglo XX cuando se produce la identificación y reconocimiento institucional que actualmente tiene la economía social, principalmente, con la publicación en 1980 de la Carta de la economía social.

Este es uno de los primeros documentos que acota este sector, definiéndolo como el conjunto de organiza-

ciones que no pertenecen al sector público, funcionan de manera democrática con igualdad de derechos y obligaciones de los socios, y practican un régimen particular de propiedad y distribución de los beneficios, empleando los excedentes para ampliar la entidad y mejorar los servicios prestados a sus socios y a la sociedad (Monzón, 1987).

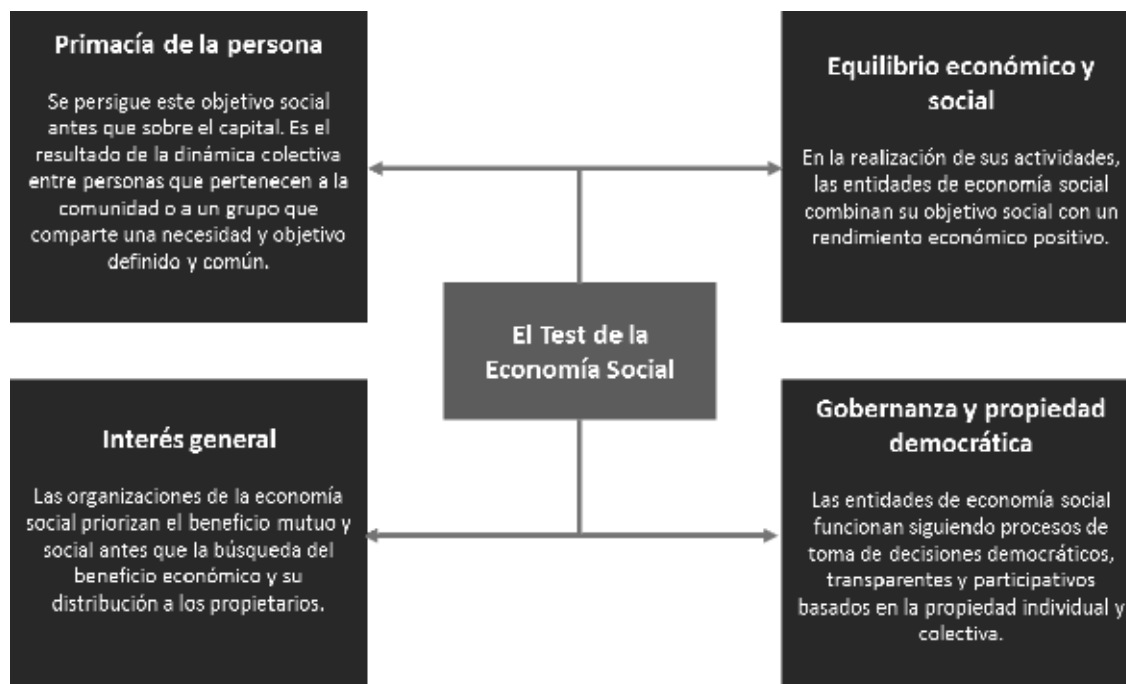
Estas características definitorias se han difundido ampliamente en la literatura económica, describiendo modelos de negocios basados en tres familias principales: cooperativas, mutuas, asociaciones, más las fundaciones que se incorporaron posteriormente. Tienen una presencia amplia en todos los sectores de actividad, aunque existe cierto sesgo de cooperativas y mutuas a enfocarse hacia actividades de mercado (su producción se destina principalmente a la venta en el mercado a precios económicamente significativos) y de las asociaciones y fundaciones hacia actividades de no mercado según las actividades socio-económicas que tradicionalmente ha realizado cada modelo organizativo, sin respaldo de mercados de bienes y servicios (su producción se suministra mayoritariamente de forma gratuita o a precios económicamente no significativos, existiendo una restricción de no distribución y con las personas como verdaderas beneficiarias de los servicios que producen).

No obstante, en todos los sectores, el funcionamiento de estas cuatro familias viene establecido en torno a una serie de principios recogidos por sus entidades representativas en la Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones (CEP-CMAF) (7):

- Primacía de la persona y del objeto social sobre el capital.
- Adhesión voluntaria y abierta.
- Control democrático por sus miembros (excepto para fundaciones, que no tienen miembros).
- Conjunción de los intereses de los miembros-usuarios y del interés general.
- Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad.
- Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos.
- Destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, la mejora de los servicios a los miembros y el interés general.

Basado en estos principios, los estatutos de las organizaciones que componen la economía social hacen hincapié en la restricción a la apropiación privada de los resultados y en la constitución de un patrimonio colectivo, a partir de la unión voluntaria de un grupo de personas o empresas, recíprocamente ligadas por una relación de asociación (Vienney, 1994; Laville, 2015). Así, se propone una alternativa ante la empresa capi-

FIGURA 1
TEST DE LA ECONOMÍA SOCIAL



FUENTE: Basado en Liger *et al.*, 2016.

talista, controlada por las personas que allí han invertido y que esperan, por consiguiente, una rentabilidad económico-financiera. En este sentido, el aporte de capital en la economía social emana de los miembros asociados voluntariamente, quienes esperan obtener de la actividad el suministro de un servicio y de un reparto limitado de excedente (Demoustier *et al.*, 2003; Laville, 2015).

De esta forma, la economía social 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, como se constata en la Figura 1.

En el ámbito español, todas estas cuestiones se concretan en la Ley 5/2011, del 29 de marzo, de economía social. Esta fue la primera ley promulgada sobre este sector a nivel europeo, a la que han seguido otras en países como Francia, Grecia y Portugal, y en ella se enmarcan las fronteras de este sector y las organizaciones que las integran. En concreto, en la Ley se define economía social como «el conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los principios [que la orientan], persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos» (Art. 2).

La Ley también hace referencia a estos principios orientadores de la economía social en los que se basan las

actividades de las entidades incluidas en este sector (Art. 4):

- Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en una gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones, más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.
- Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.
- Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.
- Independencia respecto a los poderes públicos.

Como se puede comprobar, tanto la definición como los principios orientadores ahondan en las ideas fuerza que tradicionalmente se han postulado como criterios de la economía social. La Ley no deja este concepto en el aire, como marco general, sino que lo concreta en las entidades que formarían en esencia este sector.

Así, se plantea que la economía social está integrada por los siguientes modelos organizativos (Art. 5):

- Las cooperativas, en todos sus tipos: de trabajo asociado, agrarias, de servicios, de enseñanza, de consumidores, entre otras.
- Las mutualidades, tanto las de salud y de protección social, como las de seguros.
- Las fundaciones y las asociaciones que lleven a cabo actividad económica.
- Las sociedades laborales, una forma específica del ámbito español que combina la propiedad de los trabajadores con la existencia de un inversor que no puede ostentar más del 33% de la propiedad.
- Las empresas de inserción, como cualidad de aquella sociedad mercantil que tiene como fin la integración y formación socio-laboral de personas en riesgo de exclusión.
- Los centros especiales de empleo, siendo calificados como tales aquellas sociedades mercantiles sin fin de lucro cuya finalidad es el asegurar un empleo remunerado y la prestación de servicios a trabajadores discapacitados.
- Las cofradías de pescadores.
- Las sociedades agrarias de transformación, definidas como sociedades civiles de finalidad económico-social en relación a la producción, transformación, y comercialización de productos agrarios, entre otras actividades relacionadas.
- Las entidades singulares creadas por normas específicas que se rijan por los principios establecidos en el artículo anterior (en concreto, este epígrafe permite incluir a la Cruz Roja, la ONCE y Cáritas).

Finalmente, se integran en la economía social «aquellas entidades que realicen actividad económica y empresarial, cuyas reglas de funcionamiento respondan a los principios enumerados en el artículo anterior» (Art. 5.2).

Este último párrafo en la Ley, da pie para que se puedan incluir como parte de la economía social un nuevo modelo organizativo que está ganando presencia y reconocimiento recientemente: la Empresa Social. Este es un nuevo formato de empresa del que no existe una definición específica y generalmente aceptada, cuyo surgimiento está relacionado, no tanto con el auto-reconocimiento del propio sector social, sino con el protagonismo que ha adquirido en los documentos procedentes de la Unión Europea, que utiliza este término por la influencia anglosajona en el desarrollo de las políticas sociales, como por parte de entidades de apoyo y soporte del sector social que tienen una base norteamericana en su concepción. En este sentido, el concepto está muy vinculado a otros términos como los de emprendedor social o innovación social.

Siguiendo a Defourny y Nyssens (2012), se puede constatar la existencia de dos enfoques en la definición del concepto de Empresa Social, uno a cada lado del Atlántico. En Estados Unidos se observan dos escuelas de pensamiento, una vinculada al sector *non-profit* y que alude a la utilización de actividades comerciales

por parte de organizaciones *non-profit* como apoyo a su misión, y otra que denominan escuela de pensamiento de «innovación social» conformada por organizaciones como Ashoka y por investigadores pertenecientes a escuelas de negocios. Por su parte, en Europa destaca la perspectiva EMES (8), que plantean nueve indicadores divididos en tres dimensiones (económica, social y de gobierno) que, a modo de brújula, permiten describir un «tipo ideal» de empresa social, reconociendo muchas de las características usuales de las organizaciones de la economía social (con gran tradición en este continente), aunque resaltando nuevas dinámicas empresariales. Los criterios establecidos los que siguen:

- Dimensión económica-empresarial
 - Actividad continua que produce bienes y/o vende servicios
 - Nivel significativo de riesgo económico
 - Mínima cantidad de trabajo remunerado
- Dimensión social
 - Objetivo explícito de beneficio a la comunidad
 - Iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos u organizaciones de la sociedad civil
 - Distribución de beneficios limitada
- Dimensión de gobernanza participativa
 - Alto grado de autonomía
 - Facultad de decisión no basada en la propiedad de capital
 - Naturaleza participativa en la toma de decisiones, involucrando a diferentes partes afectadas.

LUGARES COMUNES †

Una vez expuestas las definiciones y descritas las características tanto de economía colaborativa como de economía social, es el momento de plantear los puntos de encuentro existentes entre sendos ámbitos y los aportes que pueden adquirir entre ellas. En este sentido, se observan tres aspectos principales sobre los que basar esta comparación: el ámbito social y de la gobernanza, las condiciones para adquirir un carácter transformador con el que se puede asociar la economía social, y el desarrollo de un cooperativismo de plataforma como concreción del mix entre economía colaborativa y economía social.

En primer lugar, si se atiende a los indicadores establecidos por Defourny y Nyssens (2012) para la empresa social, se puede constatar que la presencia de variables económicas en la economía colaborativa se produce de forma clara (actividad continua de producción, existencia de riesgo económico y de trabajo remunerado), mientras que la búsqueda de un objetivo social explícito y la dimensión del gobierno participativo son las que pueden plantear más fricciones entre ambos espacios.

Comenzaremos por la última. Cabe destacar la relevancia que la economía social concede al aspecto de las reglas de gobernanza, definiendo los estatutos de las organizaciones que la integran. El establecimiento de un proceso de toma de decisiones participativo, alejando el poder de decisión de aquellos agentes que actúan como inversores de la organización y extendiéndolo incluso en algunos modelos organizacionales a más de un grupo de agentes implicados en la actividad de la empresa (véase las cooperativas mixtas), es un aspecto que define a las entidades englobadas en la economía social. A esto se añade la limitación en la distribución de beneficios con el fin de favorecer un patrimonio colectivo, aspecto que también afecta a la gobernanza organizacional.

Por tanto, en la economía social no importa tanto la actividad concreta que se realiza sino el cómo ésta es desarrollada en la práctica. Por el contrario, la economía colaborativa no entra en principio en el método de decisión utilizado ni en los agentes que participan en dicho método, centrándose más en el aprovechamiento de los recursos existentes a través del uso de los mismos antes que en su propiedad y en las facilidades que ofrece internet para agilizar el intercambio de estos recursos.

En cuanto a la dimensión social, se podría apuntar que la economía colaborativa la tiene presente por medio de la atención a un mayor número de consumidores que la economía tradicional (facilitada por su alto grado de escalabilidad), así como con la resolución de necesidades sociales con un menor coste y con la obtención de las externalidades positivas ya señaladas en la sección anterior. Sin embargo, Defourny y Nyssens (2012) establecen para la empresa social que esta consecución de objetivos sociales tiene que ser explícita y no el resultado colateral de la actividad de la organización. Esto se reitera al atender al test de la economía social planteado en la Figura 1, que establece la búsqueda del interés general y del bienestar de la persona y su comunidad como tótems de los principios que respaldan a la economía social, por lo que este aspecto no representa un ámbito de conexión directa, sino que necesita de unas características determinadas en los proyectos de la economía colaborativa para establecer esta relación. Asimismo, la vinculación del grupo promotor del proyecto a la sociedad civil señalado por Defourny y Nyssens (2012), así como la necesidad de que los proyectos resulten de la dinámica colectiva entre personas establecida en el test de la economía social, aleja a «aquellos proyectos tecnológicos que conectan a unos usuarios con otros y cobran una comisión por ello» basados en una tecnología B2P de los postulados de la economía social.

Ahondando en el análisis de esta dimensión, se pueden establecer tres aspectos principales para dotar de un carácter más transformador a la economía colaborativa (Opciones, 2013):

– En primer lugar, se hace necesaria su vinculación a la comunidad poniéndola en el centro de la actividad. En este sentido, la búsqueda de un equilibrio entre los

beneficios tangibles (económicos, de tiempo, etc.) y los intangibles (construir comunidad, ampliar el conocimiento personal, etc.) puede ser útil para extender el alcance de los efectos obtenidos en ella.

– En segundo lugar, la existencia de democracia y participación en los procesos, como se señalaba en los párrafos anteriores.

– En tercer lugar, una mayor transparencia de los *inputs* utilizados en los procesos y de los *outputs* obtenidos, que permita reconocer las externalidades positivas asociadas a las actividades vinculadas a la economía colaborativa.

Un planteamiento interesante que establece un claro punto de encuentro entre economía social y economía colaborativa, atendiendo a los ítems anteriores, es el postulado por Scholz (2016) sobre el cooperativismo de plataforma. Este autor plantea la necesidad de una revisión de la existencia de un nuevo proceso extractivo de las rentas (capitales) de los agentes establecidos alrededor de la economía colaborativa (los participantes en dicho intercambio) mediante el desarrollo de plataformas digitales que se insertan entre quienes ofrecen servicios y quienes están en busca de estos. Más allá de un fenómeno de nicho en determinados entornos, Scholz (2016) señala que la escala de los efectos que demuestra la economía colaborativa provoca la necesidad de una atención mayor para evitar estas posibles externalidades negativas. Y es que, mientras los beneficios de este capitalismo de plataforma para consumidores, propietarios y accionistas son evidentes a corto plazo, el valor añadido obtenido por los trabajadores involucrados en los procesos de la economía colaborativa y el valor a largo plazo para los consumidores no están claros (Scholz, 2016, p. 6).

Frente a esto presenta el enfoque del cooperativismo de plataforma, basado en tres elementos clave: el aprovechamiento de las TIC y el diseño tecnológico para desarrollar herramientas útiles que permitan cubrir necesidades económicas y sociales; el establecimiento de un modelo de propiedad más democrático con una gestión de estas herramientas digitales por medio de diversas formas de cooperativas; y el desarrollo de una actividad económica que beneficie a muchos y no a unos pocos, favoreciendo la reducción de desigualdades y la distribución de beneficios en la sociedad.

Con ello, la economía colaborativa se asociaría con unos valores y propiedad democráticos y con el interés general, al pretender el beneficio colectivo basado en la solidaridad entre los agentes implicados (Scholz centra esta necesidad de solidaridad en el ámbito de la fuerza de trabajo, frecuentemente oculta en los procesos de la economía colaborativa) y reformulando conceptos como innovación y eficiencia para desarrollar mecanismos que permitan poner en el centro de la actividad a la persona y su comunidad.

CONCLUSIÓN ¶

Economía social y economía colaborativa tienen puntos de conexión claros que les permiten desarrollar en

mayor medida las potencialidades que tienen: a la economía social ampliar el alcance de las actividades que realizan las organizaciones que la forman; a la economía colaborativa visibilizar las externalidades positivas que genera y dotar de sentido a la actividad que realizan los proyectos insertos en este ecosistema, a los que, si bien no tienen por qué utilizar las formas jurídicas asociadas a la economía social, podrían llegar a ser considerados empresas sociales.

Ambos entornos muestran una tradición diferente: por un lado, la economía social se nutre del asociacionismo histórico que surgió con la revolución industrial; por otro, la economía colaborativa emerge como ecosistema transformador, introduciendo modelos de negocio novedosos, a partir del desarrollo de internet y las TIC. En este artículo se ha presentado una aproximación teórica a ambas y establecido las características principales que las identifican, así como los debates existentes en su seno.

De la comparación entre ambas cabe destacar que, a pesar de los puntos de encuentro, economía social y economía colaborativa no son asimilables. De hecho, cabe preguntarse si podrían llegar a combinarse ambos calificativos de estas «economías» dando lugar a la economía social colaborativa o a la economía colaborativa social, con el fin de aclarar su ubicación en el mapa de características y dimensiones que ambas integran. Quizá la diferenciación establecida por Scholz (2016) entre cooperativismo de plataforma y capitalismo de plataforma puede ahondar en esta situación.

Queda pendiente, como limitación del trabajo, una presentación de casos específicos que permitan visibilizar más fácilmente los lugares comunes presentados en el apartado anterior. El desarrollo del test de la economía social presentado representaría una herramienta útil para el avance en la investigación sobre el vínculo entre economía social y economía colaborativa a través de la constatación de aquellos proyectos vinculados a la economía colaborativa que aportan un matiz social transformador en su actividad. Asimismo, un análisis más pormenorizado de la evolución de las experiencias vinculadas al cooperativismo de plataforma por Scholz (2016) permitiría establecer más claramente el alcance de la imbricación entre economía social y economía colaborativa, sus beneficios, potencialidades y limitaciones.

En este sentido, no habría que olvidar aquellos espacios de experimentación liderados por la sociedad civil que generan formas alternativas de satisfacción de necesidades a través de la colaboración y que quedan al margen del ámbito online y las TIC. En muchos casos estas experiencias se sitúan a la vanguardia en el uso de la colaboración como factor productivo, sirviendo de base para modelos de negocio con amplia escalabilidad y capacidad de transformación vinculados al mundo digital.

NOTAS: †

- [1] Palabras recogidas de un artículo en la revista *Expansión* (06/12/2015. Acceso: 20/08/2016). Disponi-

ble en:

<http://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2015/12/06/566191f422601d12528b45a4.html>

- [2] Hamari *et al.* (2015) señalan algunos ejemplos clásicos como repositorios de software de código abierto (SourceForge y Github), enciclopedias online colaborativas (Wikipedia) y otros sitios para compartir contenido (YouTube e Instagram), o el intercambio de archivos, incluso peer-to-peer (The Pirate Bay), a los que se añaden otros ejemplos más recientes como la financiación peer-to-peer vía microcréditos (véase, Kiva) o los servicios de crowdfunding (Kickstarter). En todos ellos, a pesar de su vinculación al ámbito tecnológico, se observa el amplio espectro que atiende la economía colaborativa.
- [3] Un ejemplo podría ser los centros de comunidades de Airbnb, así como los foros de ciudades. <https://www.airbnb.es/help/article/1183/what-is-the-airbnb-community-center>
- [4] Este puede ser el caso de los bancos del tiempo (herramienta a través de la cual un grupo de personas intercambian habilidades entre los miembros sin utilizar dinero, únicamente se contabilizan las horas de servicio prestado y recibido). En ellos, los oferentes y demandantes de servicios cambian su rol en cada transacción y la relación entre ellos es uno de los objetivos de la actividad realizada por ellos.
- [5] <https://www.blablacar.es/>
- [6] <http://www.bdtonline.org/>
- [7] Déclaration finale commune des organisations européennes de l'Économie Sociale, CEP-CMAF, 20 de junio de 2002.
- [8] EMES: Red Europea de Investigación en Empresa Social. <http://www.emes.net/>

BIBLIOGRAFÍA ‡

- BOTSMAN, R. y ROGERS, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York, USA: Harper Business.
- CHAVES, R. y MONZÓN, J.L. (2012). «La economía social en la Unión Europea. Informe elaborado para el Comité Económico y Social Europeo por el Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC). Disponible en <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-es-c.pdf>
- CONSUMOCOLABORATIVO.com (2016). *Definición de economía colaborativa*: <http://www.consumocolaborativo.com/concepto/introduccion/>
- DEFOURNY, J. y NYSSSENS, M. (2012). «El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada». *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 75, pp. 7-34.
- DEMOUSTIER, D.; ROUSSELIÈRE, D.; CLERC, J.M. y CASSIER, B. (2003): «L'entreprise collective: unité et diversité de l'économie sociale et solidaire. *Revue internationale de l'économie sociale*». *RECMA*, vol. 82, nº. 290.
- FIEDMAN, T.L. (2013). *Welcome to the 'Sharing Economy'*. *New York Times*, 20/07/2013. Acceso 20 de Agosto de 2016. Disponible en http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html?_r=0
- FURCHTGOTT-ROTH, H. (2016). «The Myth of 'Sharing' In A Sharing Economy». *Revista Forbes*, 09/06/2016. Acceso el 20 de Agosto, 2016. Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/haroldfurchtgottroth/2016/06/09/the-myth-of-the-sharing-economy/#384954526a1d>
- GANSKY, L. (2010). «The Mesh: Why the Future of Business is Sharing». Londres, UK: Penguin Books Ltd.
- HAMARI, J.; SJÖKLINT, M. y UKKONEN, A. (2016). «The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption». *Journal of the Association for Information Science and Technology*, nº 67 pp. 2047-2059.

LAVILLE, J.L. (2015). «Asociarse para el bien común. Tercer Sector, economía social y Economía Solidaria». Barcelona, España: Icaria Ed.

LIGER, Q.; STEFAN, M. y BRITTON, J. (2016). *Social Economy, study for the IMCO Committee*. Documento para el Comité del Mercado Interno y Protección al Consumidor del Parlamento Europeo. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU%282016%29578969_EN.pdf

MONZÓN, J.L. (1987). *La economía social en España*. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 0, pp. 19-29.

Newsland, M. (2016). «The Sharing Economy: Why it Works and How to Join». *Revista Forbes*, 17/07/2015. Acceso el 19 de Agosto, 2016. Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/mnewslands/2015/07/17/the-sharing-economy-why-it-works-and-how-to-join/#752c7a361fc3>

OPCIONES (2013). «Economías colaborativas». *Revista Opciones*, nº 44. Disponible en <http://opcions.org/es/revista/44-economias-colaborativas>

OUISHARE (2016). *Definición de economía colaborativa*. OUISHARE, connecting the collaborative economy: <http://ouishare.net/es/>

SCHOLZ, T. (2016). «Platform Cooperativism: Challenging the Corporate Sharing Economy». New York, USA: Rosa Luxemburg Stiftung.

SHES (2016). *Definición de economía colaborativa*. Asociación Sharing-España: <http://www.sharingespana.es/quienes-somos/>

THEPEOPLEWHOSHARE (2016). «What we know about the Global Sharing Economy report». THEPEOPLEWHOSHARE: <http://www.thepeoplewhoshare.com/reports/>

VIENNEY, C. (1994). *L'Economie sociale*. Paris, Francia: La Découverte.

