

La economía colaborativa

**Julian Flaminio
Peña Reyes
(compilador)**



La economía colaborativa

La economía colaborativa

Julián Flaminio Peña Reyes

(Compilador)

AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina

Peña Reyes, Julián David / compilador

La economía colaborativa -- / compilador Julián David Peña Reyes -- Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina, 2020.

ISBN (digital): 978-958-5139-08-4

149 páginas : gráficos ; 28 cm.

Incluye índice

.

1. Economía digital. – 2. Desarrollo económico. – 3. Derecho financiero. 4. Economía colaborativa.

Catalogación en la publicación Biblioteca Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá)

330- scdd22

La economía colaborativa

© Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá, noviembre de 2020

©Julian Flaminio Peña Reyes, Fredy García Castro, Juan Mauricio Torres Bueno, Alfy Rosas Sánchez, Jorge Iván Cárdenas Giraldo

ISBN (digital): 978-958-5139-08-4

Fundación Universitaria Área Andina

Calle 70 No. 12-55, Bogotá, Colombia

Tel: +57 (1) 7424218 Ext. 1231

Correo electrónico: publicaciones@areandina.edu.co

Proceso editorial

Dirección editorial: Omar Eduardo Peña Reina

Coordinación editorial: Camilo Andrés Cuéllar Mejía

Diseño de carátula: Proceditor

Diagramación: Xpress Studio Gráfico y Digital

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra y su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin autorización escrita de la Fundación Universitaria del Área Andina y sus autores.

BANDERA INSTITUCIONAL

Pablo Oliveros Marmolejo †
Gustavo Eastman Vélez
Miembros Fundadores

Diego Molano Vega
Presidente de la Asamblea General y Consejo Superior

José Leonardo Valencia Molano
Rector Nacional y Representante Legal

Martha Patricia Castellanos Saavedra
Vicerrectora Nacional Académica

Ana Karina Marín Quirós
Vicerrectora Nacional de Experiencia Areandina

María José Orozco Amaya
Vicerrectora Nacional de Planeación y Calidad

Karol Milena Pérez Calderón
Vicerrectora Nacional de Crecimiento y Desarrollo

Erika Milena Ramírez Sánchez
Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera

Leonardo Sánchez Acuña
Vicerrector Nacional de Tecnología y Sistemas de Información

Felipe Baena Botero
Rector - Seccional Pereira

Gelca Patricia Gutiérrez Barranco
Rectora - Sede Valledupar

María Angélica Pacheco Chica
Secretaria General

Omar Eduardo Peña Reina
Director Nacional de Investigaciones

Miguel Andrés Hernández Anzola
**Decano Facultad de Ciencias Administrativas,
Económicas y Financieras**

Camilo Andrés Cuéllar Mejía
Subdirector Nacional de Publicaciones

Tabla de contenido

Introducción	9
Prólogo	11
La economía colaborativa y los derechos humanos	13
<i>Julian Flaminio Peña Reyes</i>	
El marketing en un contexto de economía colaborativa	33
<i>Fredy García Castro</i>	
Economía y plataformas colaborativas: herramienta tecnológica para los fines del Estado Social de Derecho	57
<i>Juan Mauricio Torres Bueno</i>	
Los nuevos retos de la economía colaborativa: la responsabilidad civil de Uber y aplicaciones similares frente a terceros en accidentes de tránsito	109
<i>Alfy Rosas Sánchez</i>	
Incidencia de la economía colaborativa en el desarrollo económico	129
<i>Jorge Ivan Cárdenas Giraldo</i>	

Para todos los que trabajan en la economía colaborativa, sacan adelante sus hogares y dinamizan el aparato productivo del país.

Introducción

Hay quienes dicen que el motor de la historia es la economía, esta es una teoría con bastante fuerza si se analizan las guerras, las invasiones y los avances tecnológicos que han dejado los conflictos entre países, los cuales han sido impulsados por el deseo de conquistar y obtener recursos. Sin embargo, el hecho de decir lo anterior haría ver al hombre como una raza bastante ignorante y sesgada (claro que en algunos casos es verdad). Se le daría el crédito a cosas materiales y pasajeras considerándolas la razón de millones de años vividos por el ser humano. Los autores de esta obra están convencidos que en la esencia del hombre está un impulso que va mucho más allá, pues grandes generaciones se han desarrollado gracias a las ganas inherentes del hombre por conocer lo que se escapa a su razón; filósofos y pensadores que revolucionaron el mundo con sus hipótesis, Sócrates, Platón y Aristóteles por nombrar algunos de los clásicos. Otro ejemplo sin duda es la ilustración, donde el arte y la literatura empezaron a motivar al ser humano, época que llevó a nada menos que la "Revolución Francesa, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la abolición de la Monarquía Absolutista" (Cassin, 1948, p. 50) como sistema de Gobierno, la Independencia de América y posteriormente la Revolución Industrial.

Actualmente, en la historia más reciente se ve que la globalización es un efecto incontrolable e innegable. No es posible oponerse a lo que como civilización ocurre, hoy más que nunca se debe aprovechar el intercambio cultural para ser más ricos, pero intelectual y culturalmente, se está destinado a ser mejor cada día. Todo este camino ha traído hasta la economía colaborativa, que es la respuesta a los avasallantes avances industriales y tecnológicos, además es lo que la historia está llamada a contar, sin olvidar mostrar que se es capaz de sacar provecho al ciclo de la vida y a los fenómenos que trae, donde el motor es el conocimiento y lo ello se va a demostrar.

Es por esto que nace este libro, porque se afirma que la economía colaborativa es el presente y el futuro.

Andrés Oppenheimer (2017) dice en su libro ¡Crear o morir! que:

Los datos se han convertido en el nuevo equivalente del oro o el petróleo y los países mejor preparados para acumular, procesar

y analizar esos datos, estableciendo no solo nuestros hábitos de consumo actuales, sino proyectando cuales serán nuestras preferencias futuras serán los más prósperos (p. 26).

Para esto, el docente Julián Peña del Programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria del Área Andina, tuvo la iniciativa de crear un texto para describir y analizar la industria 4.0, medir el impacto de los emprendimientos colaborativos que han revolucionado la forma en que se usan los datos, así como los nuevos canales “de compra y venta de productos y servicios básicos” (casa del soule, 2019) y el conocimiento abierto al cual cada día más población tiene acceso.

Para lograr este objetivo ha recibido la colaboración interdisciplinar de conocedores y académicos, autores que movidos por el ánimo de crear y dar a conocer los efectos del consumo colaborativo para Colombia han aportado el contenido de cada capítulo de este libro.

Prólogo

Josías Fiesco

Este libro es la prueba de que el trabajo colaborativo es y será siempre el camino indicado para alcanzar grandes objetivos. Pues sin la unión de varios autores que con diferentes habilidades y posiciones investigaron y analizaron el tema en mención, no habría sido posible este texto académico.

En el mundo y en Colombia, el consumo colaborativo, el conocimiento abierto y el fácil acceso a la financiación de negocios son fundamentales. Un planeta con miles de millones de habitantes necesita optimizar espacios y tiempos; pequeños cambios como compartir un vehículo, acceder a productos y servicios desde la vivienda, y trabajar equitativamente sin tantos requisitos, son algunos de los ejemplos de los efectos positivos que trae este tema para el desarrollo sostenible del país, cambios que le permitan a los ciudadanos mejorar su calidad de vida.

Según Oppenheimer (2017), “Los adelantos tecnológicos son el principal motor para reducir la pobreza (p. 33) en Colombia y mejorar “la calidad de vida, la pobreza en países en desarrollo ha caído más de la mitad, de 52 % en 1980 a 20 % de la población en 2010, datos del Banco Mundial” (Oppenheimer, 2017, p. 33). La esperanza de vida también aumento de 31 años a 70, este es un claro ejemplo de que la globalización, la globalización de los mercados y la competitividad internacional han beneficiado a los más desfavorecidos para acceder a productos y servicio de mejor calidad. Según Oppenheimer (2017), en la década de 1960 un tercio de la población en el mundo era rica y dos tercios pobre, mientras que hoy en día, según este autor, el bloque más grande es la clase media, una clase que “se ha convertido en el motor de desarrollo” de las economías y de las ciudades, es por esto que todos los esfuerzos deben estar encaminados que las clases más

desfavorecidas aprovechen el consumo colaborativo, se optimicen recursos, se disminuya el desempleo y se cree una nueva cultura de trabajadores que usen las herramientas tecnológicas a su favor.

Claro está que no todo es color de rosa y eso es lo mejor de este libro, los autores muestran diferentes posiciones y puntos de vista. Además, también se habla de los aspectos negativos de las nuevas tecnologías, lo cual es importante, puesto que es algo que se debe regular y controlar, ya que al final lo que debe primar es el bienestar de la población y del entorno.

Resta decir que este libro es la demostración de que la colaboración y el trabajo en equipo da los mejores resultados y que cada uno de sus capítulos describirá objetivamente, la economía colaborativa.

La economía colaborativa y los derechos humanos

Julian Flaminio Peña Reyes

Profesional en finanzas y comercio exterior de la Universidad Sergio Arboleda. Especialista en Finanzas, master en Comercio internacional. Docente de la Fundación Universitaria del Área Andina. Ha trabajado varios años en el sector financiero y actualmente es CSO para Citi Bank, Citi service.

Resumen

La industria 4.0 y la Revolución Digital han generado nuevas formas de emprendimientos y empleos. En cuestión de una década el internet se convirtió en parte fundamental del diario vivir, “el número de usuarios de Internet en el mundo supera el 50 % de la población: 4.000 millones” (Galeano, 2018, p. 5)¹. Uno de los efectos de este fenómeno antes nombrado es la economía colaborativa, en ella se facilita y se dinamiza el intercambio de bienes y servicios, sin embargo, su rápido crecimiento implica nuevos retos para la humanidad, la creación de nuevos empleos y formas diferentes de contratación. Se trata de una revolución económica que debe ser evaluada y controlada para que se aproveche de la mejor manera.

En este texto se observa a través de quienes ya se han montado en el tren del consumo colaborativo, de qué forma han cambiado sus vidas, las oportunidades que han tenido, los problemas surgidos, su calidad de vida y lo más importante sus derechos como seres humanos. Finalmente, la opinión detallada de la Doctora Corpista Daniela Delgadillo, quien analiza de manera objetiva el “impacto de las nuevas tecnologías en la medicina y el acceso a los sistemas de salud” (Delgadillo, 2016).

Palabras clave: Aplicaciones, Calidad de vida, Conocimiento abierto, Consumo colaborativo, Derechos humanos, Derechos laborales, Economía colaborativa, Empleo y desempleo, Finanzas colaborativas, Industria 4.0, Plataformas digitales, Producción colaborativa

¹ 7.669'507.758 de habitantes, es la población actual en el mundo, de los cuales más del 50% usa internet.

Introducción

En la historia siempre habrá personas con necesidades y otras que tienen cómo y con qué satisfacerlas, lo que se debe hacer es facilitar ese encuentro para dinamizar la economía y aprovechar al máximo los recursos escasos. En ese sentido, en este texto se evaluará de qué manera la nueva tendencia económica colaborativa impacta “la calidad de vida y los derechos primarios de las personas” (Skyscrapercity, 2020). Inicialmente el “liberalismo y neoliberalismo implicaron dos acontecimientos históricos de gran valor, la promulgación de la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano, durante la Revolución Francesa, y la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948” (Carreño, 2015, p. 107)², con esto se ve que cada avance cultural, económico y político trae consigo una consecuencia buena o mala para el ciudadano.

En este caso, el auge de la economía colaborativa es el cambio que se vive y, así como la globalización es inevitable, se ve cómo cada día hay más personas que usan plataformas digitales para consumir productos y servicios de todo tipo. La oportunidad que les brinda a quienes antes no tenían los canales indicados para ofertar su trabajo y viceversa es una de las claves del éxito de la misma.

El consumo colaborativo representa la complementación ventajosa desde el punto de vista innovador, económico y ecológico de la economía de la producción por la economía del consumo. Además supone una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en caso de necesidad. (Unión Europea, 2014, p. 1)³

Se partirá de la hipótesis que la economía colaborativa “ha mejorado las condiciones de vida de los usuarios activos de las plataformas digitales” (Docplayer, 2020, p. 1) desde los diferentes roles, tanto demandantes como oferentes. Se llegará a conclusiones

² La revolución Francesa fue un conflicto social y político, con diversos periodos de violencia, que convulsiónó Francia y, por extensión de sus implicaciones, a otras naciones de Europa que enfrentaban a partidarios y opositores del sistema conocido como el Antiguo Régimen. Se inició con la autoproclamación del Tercer Estado como Asamblea Nacional en 1789 y finalizó con el golpe de estado de Napoleón Bonaparte en 1799.

³ Unión Europea ve al consumo colaborativo como un apoyo a la crisis económica.

generales y se partirá de antecedentes en particular. Se comienza con los datos que se tienen y se concluye con “una teoría, por lo tanto se puede decir que asciende de lo particular a lo general” (Coursehere, 2018, p. 2). Se observará y se entrevistará a los principales actores del estudio anteriormente descritos, con esto se forma una posible explicación y posible definición de lo observado; luego se presenta la deducción de predicciones de los fundamentos anteriormente obtenidos y finalmente se concluirá.

La economía colaborativa y los derechos humanos

La economía colaborativa, una salida al desempleo con contradicciones

El artículo 23 de la declaración universal de los derechos humanos nos dice que toda persona tiene derecho al trabajo y a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo (Hussein, 1948, p. 7).

A priori se diría que la persona elige libremente trabajar colaborativamente y así protegerse del desempleo. Sin embargo, hay que decir que la no dependencia del trabajador con las plataformas digitales lo afecta negativamente y se olvida “del derecho a la seguridad social” (Docplayer, 2015, p. 1) y la creación de sindicatos. Hay que preguntarse en qué medida una compensa la otra, pues hoy por hoy el desempleo en Colombia es del 9,5 %⁴ y cada trimestre es más la población ocupada, esto también impulsado gracias a la vinculación laboral, a través de plataformas digitales de más o menos 25.000 personas, número que cada día crece y crece.

La facilidad de los “contratos inteligentes” permite que el aspirante no se vea obstaculizado por estudios, referencias, largas pruebas y demás requisitos que debe cumplir un candidato a un empleo normal. Este tipo de contratos se permiten, ya que el contratista. Este tipo de contrato, además:

⁴ Encuesta a los hogares colombianos

Cuenta con sus propios equipos, materiales y/o herramientas, puede ser reemplazado en cualquier momento, puede elegir si acudirá o no al centro de labores sin temor a perder el trabajo, controla sus horas de trabajo, el trabajo no es permanente, sino temporal y el empleador no provee todos los materiales necesarios (Abogados, 2020, p. 12).

En ese orden de ideas, los derechos laborales y primarios no se ven transgredidos, sin embargo, en Europa ya se han hecho reformas laborales que han regulado la responsabilidad social de las plataformas, el derecho a la formación profesional y a la constitución sindical.

Se puede decir que la mayoría de trabajadores de compañías como Rappi, Uber, Fluvip, Hogaru, Las Partes, Mensajeros Urbanos, Platzi, Tappsi, Babbletype, entre otros, son personas que por alguna u otra razón no han conseguido un empleo formal y apelan a las oportunidades que brindan las plataformas digitales como segunda opción para generar riqueza. Hace poco fue entrevistado un venezolano que quemó su chaqueta y maleta de Rappi, él llegó a Argentina desplazado por la falta de empleo y oportunidades en su país, con la necesidad de dinero ingresó a trabajar con la aplicación mencionada y por problemas con el pago fue bloqueado, el lío yace en que en Argentina no tenía a quién reclamarle o cuestionarle formalmente, como dice él “Exponemos nuestras vidas por una empresa que no da la cara”, ellos pagan por un uniforme, pagan por una caja, se hace una publicidad a una empresa que no tiene un soporte óptimo para responder a este tipo de líos. Básicamente los dejan a su suerte.

Una fuente de ingresos secundaria

Así como algunos dependen exclusivamente de la economía colaborativa para subsistir, hay otros que la han tomado como una fuente alterna de ingresos. Las ventajas que dan las plataformas digitales no se quedan solo en la contratación, sino en lo flexibles de los horarios, ajustándose a la necesidad y disponibilidad del contratista. Hay personas que tienen su empleo formal con un horario fijo, una subordinación y unas prestaciones sociales, pero que aprovechan el consumo colaborativo para optimizar su productividad diaria, semanal o mensual a través de aplicaciones que se acomodan a lo que pueden ofrecer.

Esto en sí mejora el ingreso promedio de los hogares, habrá que ver si mejora también la “calidad de vida de los mismos. La mayoría de la gente” (Issuu, 2020, p. 17), tal vez no sepa la cantidad de alternativas que tiene a la mano para ofrecer productos o servicios colaborativos, por ejemplo, alojar a otra persona durante uno o varios días en su casa, traducir textos a su idioma natal, transportar a otro en su vehículo, dar clases de alguna materia en específico por internet, prestar dinero, en fin, hay demasiadas opciones para aprovechar el auge de las aplicaciones. Obviamente todo esto tiene un riesgo, ya que es gente que no se conoce, la mejor manera de disminuirlo es a través de las calificaciones que aportan quienes ya han usado el producto o servicio, sin embargo, la seguridad está del lado del cliente, pero dónde queda la del oferente, cómo se puede certificar que un usuario es confiable, quién responde en caso de daño al contratista, estos son interrogantes válidos a la hora de trabajar a través de las plataformas digitales.

Se entrevistó a una persona que conduce Uber, la cual tiene su trabajo común y corriente con un sueldo promedio y horario de oficina, es responsable de dos niños pequeños y trabaja a través de esta plataforma luego del trabajo para generar algunos ingresos extra, dicha persona hizo saber que cuando trabaja en las noches el desgaste es mucho, se corre a veces peligro por los ladrones, inclusive por los taxistas, y la ganancia no es mucha, además de esto si no se tiene la experticia en cómo manejarse en la ciudad la rentabilidad es mucho menor. Es allí donde es importante preguntarse si unos centavos de más justifican el desgaste y el riesgo.

También, se logró hablar con alguien que se dedica a trabajar como analista de importaciones en una multinacional, habla dos idiomas y a través de Babbletype genera ingresos extra desde su casa. Babbletype es una compañía que se encarga de traducir investigaciones de mercado en grupos focales y entrevistas de diferentes clientes, mensualmente maneja miles de traducciones, las cuales son repartidas a personas como nuestro entrevistado. Babbletype tiene posiciones de transcripción, traducción y corrección de textos disponibles.

1. Transcripción

Los transcripores de Babbletype pueden trabajar en archivos que van desde oradores únicos hasta varias personas que participan en un

grupo de enfoque. El tema de estas grabaciones generalmente cae en el ámbito de la transcripción general y no está especializado como la transcripción legal o médica.

2. Traducción

Si se trabaja como traductor para Babbletype, se deberá escuchar los archivos en un idioma en el que se tenga fluidez y traducirlos al inglés.

3. Corrección de pruebas

Para garantizar que todas las transcripciones de transcriptores y traductores sean de la más alta calidad, Babbletype utiliza correctores de pruebas. Los correctores de pruebas revisarán las transcripciones y se compararán con el audio para asegurarse de que sean correctas. También se ayudará a llenar cualquier espacio que el transcriptor no pueda entender y volver a revisar los errores de ortografía y corregir cualquier problema de gramática.

En este tipo de plataformas nadie podría trabajar tiempo completo, ya que la asignación de audios a traducir es una o dos veces en el mes. Según lo consultado, una persona promedio que hace de dos a cinco audios en el mes puede obtener ganancias de hasta 300 USD, lo que es un buen ingreso adicional si se tiene en cuenta que se puede hacer desde la casa y no demanda mucho tiempo, además que entre más idiomas se sepa, más audios se pueden hacer.

Con lo anterior se puede ver que hay algunas opciones dentro de la economía colaborativa que le permiten a quien tiene un conocimiento, en este caso otro idioma, la posibilidad de generar rendimientos agregados a su paga mensual de manera fácil, con lo cual se suple la necesidad de un tercero donde todos ganan.

En la economía colaborativa todos producen para todos

Al hacer el análisis de quién se beneficia o se perjudica con el dinamismo y el nuevo rumbo de los negocios digitales, cabe resaltar el surgimiento de un nuevo concepto en el que el usuario o cliente

también trabaja para las aplicaciones. Tal y como lo dice Antonio Casilli (2018) "El consumidor produce una masa crítica de intercambios y transacciones que permiten que la plataforma exista en el mercado. Un consumidor es una parte activa y fundamental de la existencia del algoritmo" (p. 3)⁵

Cada vez que se ve un video en una plataforma digital, cada vez que se hace una compra, se sube contenido, se postea alguna frase o idea que surgió en el momento, inclusive cuando se agrega una historia y se activa la ubicación, se impulsan los algoritmos y se ordena el contenido suficiente para que empresas como YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp, Google, entre otras, obtengan una mejor interacción con sus clientes. A la final hay aplicaciones que pagan hasta por llenar encuestas, las mismas que inconscientemente se hacen para otras plataformas de manera gratuita, hay que ver cuáles están dispuestas a pagar y cuáles no.

En este punto se verá, según Hussein (1948), si la Declaración Universal de Derechos Humanos" permite el uso de los datos privados para fines lucrativos,

En el artículo 12 cita:

Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques (Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948, p. 1) ⁶

Esto deja un espacio muy amplio de interpretación y es lo que ha servido para que algunas páginas vendan nuestros datos y solo se vean afectadas reputacionalmente, se podría decir que es el costo que se paga por descargar y usarlas gratuitamente. Sin embargo,

⁵ Por ejemplo Facebook sostiene que no vende a sus clientes anunciantes los datos personales identificables o los datos agregados. Lo que hace es crear un perfil de usuario (Según interés, grupos afines, gustos, etcétera) y lo que vende es la posibilidad de que un anunciante llegue al público al que apunta, lo cual hace más eficaz una campaña publicitaria.

⁶ Declaración Universal de Derechos Humanos. Artículo 12

las multimillonarias ganancias de las compañías hacen pensar que no hay una distribución equitativa, pues se parte del hecho que los consumidores somos a la misma vez productores.

Adaptación de las normas tributarias para lograr equidad

Amparadas en las leyes, las plataformas digitales son gravadas según el total de datos de oficinas que poseen en una región, pero no se tiene en cuenta los datos producidos por sus usuarios y es algo que ya se ha discutido el Ministerio de Finanzas de Francia. Se debe apropiarse un sistema que permita lograr una verdadera redistribución del capital y los impuestos, con lo cual se pueda invertir en la educación, salud y condiciones mínimas por lo menos para los trabajadores que prestan su servicio a través del mercado colaborativo. Bien lo dice Casilli, investigador del capitalismo digital:

Si hay 30 millones de usuarios de Google en Italia, es justo gravar Google basándose en las ganancias que obtienen de las actividades de estos usuarios. De esta manera, se podría financiar una renta básica, a partir del trabajo digital que cada uno de nosotros lleva a cabo en Internet o en las aplicaciones móviles que utilizamos (Casilli, 2018', p. 1)⁷

No se dice que haya que pagar un sueldo a los usuarios, pero sí hay que ver en qué casos la producción y la dependencia del trabajador con la aplicación requiere una renta básica, prestaciones sociales y unas condiciones que lo favorezcan, esto gracias a la justa distribución de los ingresos.

El beneficio a quienes aportan información y producen sin saber capital informático a las compañías, debe ser el tener una justa repartición de los tributos cobrados por parte del estado (A las aplicaciones), inversión en programas sociales, mejoramiento de la educación, incrementar "el acceso a internet y a las tecnologías de la información" (Pagano, 2018). Toda la información obtenida hace pensar que los beneficios obtenidos por los intermediarios de la economía colaborativa se pueden y se deben mejorar.

⁷Se debe mejorar el cobro de impuestos a las aplicaciones y compañías de la industria 4.0

Satisfacer necesidades específicas

Si se pregunta de qué manera las aplicaciones y plataformas digitales “han mejorado la calidad de vida de las personas” (Afteractive, 2020), se tendría que empezar a analizar las necesidades que se han cubierto desde que aparecieron; el llegar a mercados con mayor facilidad, vender o alquilar productos que se poseen y que antes no generaban ingresos, obtener consultas médicas al instante, entre otros, son algunos de los puntos a favor del capitalismo colaborativo.

Se ha entrevistado a usuarios y a productores con el ánimo de entender los cambios en sus vidas luego de conocer y usar la colaboratividad digital, en el total del estudio se encuentra que dependiendo la aplicación se encuentra la satisfacción del usuario, es por esto que se debe diferenciar los tipos de plataformas o más bien los tipos de “Economía Colaborativa”, actualmente se podría identificar el consumo colaborativo como uno de ellos, es cuando se ponen en contacto oferentes y demandantes de forma gratuita para intercambiar un bien, miles de personas diariamente venden y compran cosas nuevas y usada, por poner el ejemplo de uno de los encuestados, desde que usa MERCADOLIBRE.COM ha mejorado sus ventas sin costo alguno. El conocimiento abierto es el segundo, el gran ejemplo de este es Wikipedia, consiste en ofrecer conocimiento al público en general, sin duda alguna a todos se les ha hecho más fácil la vida, se tiene la información a la mano, un conocimiento infinito y gratuito, hecho por usuarios de la misma página.

El artículo 18 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos nos dice que toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia, además el artículo 19 cita que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión (UNAM, 2020, p. 306)⁸

⁸ Artículo 18 y 19 de la Declaración universal de los derechos humanos

Derechos que se ven impulsados día a día, personas aprenden un mundo nuevo de ideas distintas a lo que ofrecía su entorno, con esto su libertad de pensamiento se aumenta y no está cerrado a lo que comúnmente le enseñaban. La producción colaborativa también es otro tipo de economía colaborativa, donde se comparten proyectos o servicios, importantes para quienes necesitan una mano y finalmente finanzas colaborativas, tal y como se ve en aquel capítulo de los Simpson donde Nelson solicita dinero para emprender su negocio a través de internet, luego de recibir la financiación logra emprender y montar un taller de bicicletas, así como este pequeño ejemplo, en la vida real hay miles de personas que buscan apalancar sus ideas de negocio, el método más popular es el Crowdfunding, donde los usuarios reciben aportes monetarios para sus proyectos, algunas veces de manera desinteresada.

Un impulso al arte

Gracias a las redes sociales ahora las producciones de contenido no solo de fotos, blogs o historias marcan la tendencia, los creadores de videos han puesto una competencia bastante dura a los canales de televisión tradicionales, nacen entonces el famoso influencer, “una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca” (Socialmood, 2018, p. 1)⁹. Las redes sociales, pero principalmente YouTube han sido el puente para quienes no tenían la manera de mostrar sus talentos, preferencias, su vida o cualquier cosa que desearan expresar, también es la competitividad en su máxima expresión, los programas de televisión ven como a través de producciones más baratas y simples la audiencia se ve atraída por lo nuevo, se aumenta la oferta de contenido, cosa que beneficia al consumidor, siempre que se tenga una bandeja de opciones más grande.

También se encuentra con personas que comentan haber cambiado sus vidas luego de ser motivadas por algún influencer.

⁹ En la era DIGITAL, los influencers han tomado un papel relevante en el mercadeo y la moda.

Social Mood dice que para elegir bien un influencer debemos tener en cuenta su capacidad de generar opiniones y reacciones en otros usuarios cuando habla sobre una temática en concreto. Su capacidad de generar conversación en torno a un tema o marca, debemos saber aprovechar este aspecto. Analizar por tanto la tasa de interacción con su audiencia con alguna herramienta o bien a mano sacando un listado de los últimos 30 contenidos. El nivel de participación en la conversación sobre el tema en cuestión.

¿Está publicando todos los días contenido patrocinado? No interesa unirse a personalidades muy promocioneras. Lo importante de un influencer es su vínculo con la audiencia. Buscar los perfiles que más consigan de forma orgánica” (Socialmood, 2018, p. 1).

No solamente son influenciados a ver sino también a crear, miles de personas crean su propio contenido con recursos a la mano, dejan volar sus creatividad y puede expresar lo que verdaderamente tienen, esto va muy de la mano con “los derechos humanos, toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten” (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948, p. 8)¹⁰. El ejemplo más cercano es el de Mauro Gonzales, joven paisa de escasos recursos criado en una invasión, quien gracias a los videos divertidos que empezó a hacer pudo salir de la pobreza, comprarle una casa a su mamá y ser una celebridad hoy por hoy, él lo dice, “gracias a mis videos soy lo que soy”, encontró un medio para dar a conocer su talento y lo consiguió.

El cambio en la medicina y el acceso al sistema de salud

Según Ezekiel, los adelantos en tecnología médica, han originado los dilemas bioéticos a los que se enfrentan los médicos en el siglo XXI. Si bien ofrece ventajas en cuanto al diagnóstico y manejo de un paciente, también ha puesto en complejos debates de si seguir o no adelante con el uso de esta en puntos donde eventualmente podría prolongarse la vida del ser humano hasta trascender más allá de lo biológico.

¹⁰ Artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos

Es un hecho que en base a creencias, culturas no haya unanimidad en sí deben proseguir a lo que se viene, por ejemplo Lancet en 2018 publica el artículo *Are we ready for universal genomic sequencing for newborns?*, ¿Se está listo para la secuenciación genómica para recién nacidos?, no se pretende entrar en discusión en cuanto estos interrogantes, pero hoy por hoy la industria 4.0 se ha adentrado en campos como la ciencia médica que hace un tiempo se creía era imposible, se usan dispositivos móviles que dicen parámetros vitales y a nivel clínico se cuenta con tecnologías como tomógrafos con mayor detalle por su cantidad de cortes, mejoramiento de la calidad de imágenes diagnósticas con el uso de contrastes y hasta dispositivos como Da Vinci, el robot que realiza cirugías, con lo cual se ofrece en el campo operatorio precisión y seguridad a los procedimientos por eso un traje como el de Iron Man, que además de sus increíbles capacidades de lucha, es capaz de monitorear el estado de salud de quien lo usa al realizar una evaluación de los signos vitales y hasta un escaneo de las posibles lesiones internas que pueda tener, es un ejemplo que no se limita solo a la ciencia ficción.

La tecnología ha traído facilidades para el acceso y flujo de la información de todo tipo de fuente, esto ha traído a la consulta el paciente cibercondriaco o el paciente que cree estar enfermo después de haber googleado algunos síntomas y obtener como resultado alguna patología y, por supuesto, no podían faltar quienes tienen puestos los ojos encima de un gran volumen de público los “creadores de contenido, ‘tuitero’, ‘instagrammers’ y un sinfín de anglicismos más que definen un nuevo modelo de fama: el/la influencer digital” (Injuve, 2020) que enfrenta a opiniones de expertos y no expertos en un público con diferentes niveles de educación, según Taramona (2020) “el cambio de modelo de consumo de medios de comunicación y dispositivos móviles va estrechamente ligado al surgimiento del influencer digital” (p. 75), dado que permitió “crear una nueva vía de negocio, convirtiendo a desconocidos en famosos y abriendo las puertas de un nuevo y rentabilísimo modelo publicitario” (Injuve, 2020).

El problema es que la mayor parte de ellos no tiene los conocimientos necesarios para hacerlo, según concluye un reciente estudio hecho por la universidad de Glasgow en Escocia, presentado en el Congreso Europeo de Obesidad (ECO, por sus siglas en inglés), Los investigadores analizaron los perfiles de los 14 influencers más

populares que promueven una vida aparentemente saludable en Reino Unido y los expertos determinaron que solo uno de cada nueve cumplía con criterios necesarios: basarse en una evidencia científica, tener conocimientos nutricionales, ser de confianza, imparcial y transparente (Congreso Europeo de Obesidad, 2018, p. 1).

Sin embargo, tal y como concluye la Doctora Corpista Danela Delgadillo, los dispositivos móviles también proporcionan herramientas más tangibles y certeras en salud como la modalidad de telemedicina permite la “prestación del servicio o garantiza mayor oportunidad, en caso de que la atención presencial esté limitada por barreras de acceso geográfico o baja disponibilidad de oferta” (Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas, 2018) y las aplicaciones móviles que permiten tener acceso a servicios médicos y de enfermería a domicilio con tan solo un clic y que adicionalmente le aporta un sin fin de beneficios al paciente, por ejemplo el evitar la entrada innecesaria a un hospital donde hay el riesgo de contraer algún patógeno que antes no se tenía, o una prolongada estancia en una sala de espera, dado que para un sistema de salud como el de Colombia que tiene hospitales y clínicas colapsadas como lo menciona el doctor Juan Manuel Herrera Arbelaez (2020), Ortopedista y editor de la revista colombiana de ortopedia y traumatología “en cuanto a la disponibilidad de la infraestructura física requerida para la prestación de servicios médicos especializados, hay que ser claros en que a diciembre de 2012, Colombia ocupaba el puesto n° 145 entre 182 países en la disponibilidad de camas por 1.000 habitantes/año” (Herrera, 2013) y servicios como la medicina domiciliaria prestado por compañías del sector privado y “que ofrecen atención las 24 horas los 365 días del año” (Instituto Mexicano de Teleservicios, 2019), podrían desaturar en cierto grado el volumen de consulta de urgencias y prioritaria.

En conclusión, la tecnología brinda oportunidades para acceso, prevención y promoción de la salud, dado que se incentiva a la apropiación de las estrategias, actividades y conocimientos disponibles con bases científicas a las familias y a la sociedad, mejores condiciones de salud y de bienestar (Promover la salud) que buscan generar un ambiente sano, estilos de vida saludables.

Resultados

Lo que se encontró al hacer la investigación es que dentro de los principales beneficios del consumo colaborativo se encuentra la fácil creación de riqueza, además se vio como patrón común que el dinero está allí esperando, porque alguien desde su casa lo haga, aplicaciones de encuestas y traducciones, son las más comunes en este tipo de emprendimientos, además de satisfacer los requerimientos de las compañías, se premia al usuario por brindar su conocimiento u opinión. Otro de los beneficios más relevantes es el acceso a conocimiento gratuito, casi todos buscan información relevante para desempeñar las actividades y gracias a la colaboratividad que se tiene siempre a la mano sin pagar un peso.

No todo es tan positivo, un número significativo de personas que día a día trabajan con las aplicaciones no reciben pago alguno, las compañías se enriquecen con los datos aportados y no hay una distribución correcta de esos rendimientos. Sin embargo, este es un mal menor comparado con la principal queja de la gente que trabaja únicamente a través de las plataformas digitales, a los que se llamará “contratos acomodados”, las compañías lo llaman “contratos inteligentes”, pero en verdad lo que piden los trabajadores es una retribución más allá de la monetaria, unas prestaciones sociales, una capacidad de asociatividad, ser escuchados y no sentirse un número más.

Ya se habló de aspectos negativos y contradicciones a los derechos humanos, sin embargo, también se habló de aspectos que favorecen la calidad de vida y el acceso a productos y servicios de manera más barata. Algo que no se comentó, pero un resultado que se debe destacar es que la economía colaborativa ayuda a que se mejore el entorno donde se coexiste, al reutilizar los productos se contribuye al medio ambiente y es un punto positivo para la economía circular (Aquella donde todo tiene un segundo uso). Se optimizan los recursos, una persona que use su vehículo para llevar a otros que vayan de paso a su oficina, el usar menos papel, comprar menos plástico y demás, “la reutilización y los servicios compartidos son una buena manera de contribuir al cuidado y la sostenibilidad de los entornos” (Bará, 2017, p. 4)¹¹

¹¹ La tendencia verde, o el cuidado al medio ambiente es fundamental para nuestra humanidad, punto a favor de la economía colaborativa. El presente modelo económico lineal de “tomar, hacer,

Conclusiones

Es una utopía tratar de oponerse al dinamismo de los mercados digitales, es como si se quisiera evitar la globalización, son fenómenos a los que hay que adaptarse, pues sin darse cuenta ya se están viviendo. La economía colaborativa es uno de los efectos significativos que trae el auge de la industria 4.0, cada día más personas dependen de los dispositivos móviles, tablets, computadores y demás. Solamente en Colombia 25.000 personas trabajan gracias a las aplicaciones, número que va en aumento, en todo el mundo y sin saberlo la población trabaja indirectamente en esta nueva industria, así sea al postear una foto en Instagram, o al crear una cuenta en Facebook, se están creando datos y algoritmos que benefician económicamente a las grandes compañías.

En la historia siempre que se dan grandes transformaciones culturales, sociales o económicas se ven afectados positiva o negativamente los derechos y la calidad de vida, es por esto que se debe hacer un análisis del impacto real para determinar de qué manera sopesarlo.

Concluido que gracias al auge electrónico el entorno inevitablemente, se ve modificado, el estudio obtenido desde la fuente primaria que son los usuarios de las plataformas digitales establece que dependiendo de la aplicación que se utilice la experiencia con el consumo colaborativo es positivo o negativo, cuando se está frente a Rappi, Uver o Mensajeros Urbanos, por decir algunas, los trabajadores deben proporcionar los recursos necesarios para dar el servicio, asumen un riesgo mayor a otros, en algunos casos son asaltados o golpeados, viven de arriba abajo y lo que esperan es un reconocimiento a su trabajo, no solo compensación monetaria, sino sentirse parte del sistema, un respaldo de la compañía a la que prestan su servicio. Al seguir con estas empresas, ya se habló de lo que piden los que trabajan tiempo completo, ahora se hablará de quienes lo toman como ingreso secundario, la mayoría de entrevistados no perciben la rentabilidad, como ejemplo Uber, ganar \$ 50.000 para gastar \$ 30.000 en gasolina,

desechar” se basa en disponer de grandes cantidades de energía y otros recursos baratos y de fácil acceso, pero está llegando ya al límite de su capacidad física. La economía circular es una alternativa atractiva y viable que ya han empezado a explorar distintas empresas. Por definición, la economía circular es reparadora y regenerativa, y pretende conseguir que los productos, componentes y recursos en general mantengan su utilidad y valor en todo momento. Este concepto distingue entre ciclos técnicos y biológicos.

arriesgar su vehículo y matarse toda la noche no es algo que alguien quiera, se pierde la productividad en el día por unos pocos pesos, así mismo para Mensajeros Urbanos. Sin duda, han sido la salida para muchos desempleados, pero se puede mejorar el servicio al cliente interno (el trabajador).

Las plataformas que remuneran el conocimiento de sus usuarios, así como las de encuestas o traducciones, son las que tienen una mayor apreciación, permiten trabajar flexiblemente desde cualquier lugar, no demandan muchos recursos y se acoplan a las necesidades de sus usuarios. Por medio de las aplicaciones se han financiado negocios y emprendimientos que antes no contaban con el canal adecuado para apalancarse, con lo cual se dinamiza la economía e impulsa la creatividad. Airbnb ha logrado que miles de personas en el planeta viajen de forma más barata, consigan hostales en lugares donde no hay hoteles y le otorga la posibilidad a muchas familias de generar ingresos por la renta de sus cuartos y en algunas ocasiones hasta brindar servicio de comida y aseo. Así como esta aplicación hay muchas otras que optimizan los recursos de la población, incentivan la movilización de capital humano, a través de las fronteras y dan oportunidades de empleo.

La información, la educación en salud, mercadeo social (marketing social) es necesaria para lograr la intersectorialidad, y el desarrollo económico, social, ambiental y cultural que permitan a las diferentes colectividades mantener el equilibrio ambiental, biológico, síquico y social requeridos para su bienestar.

Aunque va en contravía de algunos derechos fundamentales, la economía colaborativa ha servido para sopesar la crisis laboral de los últimos tiempos, ha impulsado las nuevas formas de empleo, "ha permitido mejorar la calidad de vida" (Bará, 2017, p. 1) de quienes han sabido encontrar la aplicación que se ajuste a sus fortalezas y necesidades, ha renovado la forma de llegar al conocimiento, ha impulsado la teoría de la economía circular protegiendo el medio ambiente y sin duda alguna ha transformado la manera tradicional de concebir el factor de producción más importante, el capital humano.

Referencias

Carreño, L. E. (2015). *El empoderamiento de los movimientos sociales: alternativa de garantía de los derechos humanos frente a la ciudadanía como identidad política individualista y excluyente al servicio del neoliberalismo*. Tunja: Derecho y realidad, Vol. 14 - Núm. 27.

Countrymeters. (2018). "Población Mundial". Recuperado de: <https://countrymeters.info/es/World>

DANE. (2018). "Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral". Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Declaración Universal de Derechos Humanos. (1948). "Artículo 12"

Declaración Universal de Derechos Humanos. (1948). "Artículo 19"

Declaración Universal de Derechos Humanos. (1948). "Artículo 20"

Declaración Universal de Derechos Humanos. (1948). "Artículo 27"

EAE Bussines school. (2017). "Economía colaborativa: qué es y beneficios". Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/>

Economipedia. (2018). "Economía colaborativa". Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/economia-colaborativa.html>

Ellen Macarthur Foundation. (2018). "Economía circular". Recuperado de: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>

Global Ilmanifesto. (2018). "Los trabajadores son el corazón del algoritmo". Recuperado de: <https://global.ilmanifesto.it/antonio-casilli-the-consumer-is-a-producer/>

Marketing4ecommerce. (2018). "El número de usuarios de Internet en el mundo supera el 50% de la población: 4.000 millones". Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo-2017/>

Papelesdeinteligencia. (2016). "Qué es industria 4.0 y por qué debería importarte si produces átomos". Recuperado de: <https://papelesdeinteligencia.com/que-es-industria-4-0/>

Socialmood. (2018) ¿Qué es un influencer? Recuperado de: <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer>

Unión Europea. (2014). "Consumo Colaborativo". Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52013IE2788>

El marketing en un contexto de economía colaborativa

Fredy García Castro

Profesional en Marketing y Negocios Internacionales, con MBA en negocios digitales. Co-fundador y director de operaciones de Ideoviral, agencia digital con más de 200 clientes en hispanoamérica, dentro de los que se encuentran destacadas empresas como Century 21, Automás, Color Siete, Fresenius Kabi, Koaj Basic, Jardines de Paz, entre otros. Es profesor de marketing digital, ecommerce y digital community management en la Universidad Sergio Arboleda y Universidad El Bosque. Ha brindado varias conferencias de estos temas en escenarios y organizaciones como World Trade Center, Asociación de Programas de Mercadeo, Webcongress, Universidad Santiago de Cali, Medmark, entre otros.

Resumen

A partir del contexto de la economía colaborativa en Colombia y el resto del mundo, se realizó un análisis para determinar las posibles causas de su crecimiento. También se expusieron varias cifras que demuestran la disrupción y el impacto de este fenómeno en todos los frentes de la economía y cultura global.

Dicho análisis propició un escenario para el estudio del marketing en la economía colaborativa, en donde se explicó la evolución histórica de los fundamentos del mercadeo antes de profundizar en las dimensiones que son clave para la economía colaborativa. Como resultado se planteó el CEMIT, que hace referencia a las cinco dimensiones de la economía colaborativa: Creación de valor, experiencia de usuario, motivación económica, influencia social y tecnología. Una vez se explicó con mayor profundidad cada una de las dimensiones, se propusieron a modo de conclusión los principales retos “de la economía colaborativa en Colombia: regulación” (Sanjuán, Cárdenas, Cañizares, 2018), confianza, integración con el sistema tradicional, masificación y potencialización de las dimensiones.

Palabras clave: Apps, Consumo colaborativo, Economía colaborativa, Internet, Marketing digital, Mercadeo, Modelos de negocio, Plataformas digitales, Psicología del consumidor, Redes Sociales, Startups.

Introducción

Según el Instituto Pascual Madoz (2020) “economía colaborativa es un fenómeno” (p. 3) que ha tenido efectos en múltiples niveles de la cultura de manera global, y el marketing no solo ha sido testigo de ello, sino también un motor que ha hecho posible su desarrollo. Si se toman como referencia algunas de las empresas que se envuelven bajo esta tendencia y que se han posicionado a un ritmo exponencial, como lo son Uber, Airbnb o Rappi, es posible identificar algunos patrones que influyen en la forma en que las empresas han evolucionado su forma de hacer marketing e incluso la manera de desarrollar productos o generar innovación en el mundo empresarial.

Después de las consideraciones anteriores, cabe resaltar que los efectos no solo aplican a las empresas, ya que de manera paralela las personas han cambiado su comportamiento de compra y consumo. Por tal razón, en este capítulo se evaluará cómo los consumidores han asumido un rol más protagonista e interactivo “a la hora de adquirir un producto o comprar un servicio” (Issuu, 2020, p. 3) en la economía colaborativa.

Seguidamente y, a manera de conclusión del capítulo, se construirá un vínculo entre los antecedentes, el contexto y la actualidad de la economía colaborativa, de tal manera que sea posible plantear hipótesis acerca sus oportunidades de mejora y posibles desenlaces, especialmente en el mercado colombiano y desde una perspectiva de mercadeo.

El marketing en un contexto de economía colaborativa

El nacimiento de la economía colaborativa

La sociedad y cultura mundial han tenido grandes cambios a lo largo de la historia, tales como “La revolución industrial en el siglo XVI-II” (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, 2020) y XIX o “la revolución de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación)” (Departamento Nacional de Planeación, 2020) que aún se viven y que inició en la década de los 70.

Algunos autores califican a la economía colaborativa como una nueva revolución. Tal es el caso de Jacques Bulchand y Santiago Meilián (2018), que afirman “Si se acaba generalizando algunas de las tendencias que estamos viendo en estos primeros años de desarrollo del fenómeno, podríamos encontrarnos en una nueva sociedad, con repercusiones similares causadas por la Revolución Industrial o por la revolución digital”. Esta revolución ha tenido también eco en Colombia y así las cifras lo demuestran. Según informa la organización Connecting The Dots, dedicada al “desarrollo de la economía colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 7) en Latam y España, en Colombia hay por lo menos 58 empresas sólidas que se encuentran en esta categoría (Sharecollab, s.f.)¹², pese a que no había ninguna reconocida en el mercado hace apenas algunos años.

Sin embargo, antes de profundizar en el campo de la economía colaborativa desde una perspectiva de marketing, habría que analizar su significado, así como los elementos que la han propulsado. Este término hace referencia a aquel mercado en el que se encuentran empresas, organizaciones o iniciativas que han hecho posible la oferta de productos y servicios entre sus mismos actores, bien sean empresas o usuarios, mayoritariamente a cambio de un beneficio económico, pero también puede ser un beneficio utilitario, social, ecológico e incluso emocional. Allí se encuentran algunos ejemplos, los cuales se desarrollarán con mayor claridad más adelante, como lo son Airbnb, que permite rentar o alquilar espacios de hospedaje entre usuarios de todo el mundo.

A pesar que este nuevo concepto ha tomado mucha fuerza recientemente, no es precisamente una idea nueva. Hay cientos de ejemplos en la antigüedad que podrían ejemplificar la economía colaborativa, eso sí, con menor desarrollo tecnológico que como se vive en la actualidad. Incluso en la década de los 90 ya habían algunas empresas que en la actualidad cuentan con un fuerte posicionamiento de mercado, como lo es eBay. Esta empresa, que de acuerdo a su propia página web es “un lugar en el que se reúnen compradores y vendedores

¹² Hasta el momento, se han identificado 58 empresas disruptivas en la Economía Colaborativa en Colombia, realmente sólidas y con una solución para el usuario final. Esas 58 empresas se encuentran enmarcadas en 19 categorías en las que se puede clasificar la EC, según OuiShare.

para intercambiar prácticamente de todo” (EBay, s.f., 2020, p. 1) ¹³, además, fue fundada en 1995, claramente mucho antes que otras iniciativas como Uber o Rappi. No obstante, fue la crisis financiera mundial del 2008 la que dio un empujón importante a este nuevo concepto. No es casualidad que Airbnb haya surgido en 2008 y Uber en 2009. Pero, ¿Qué tiene que ver la crisis? Considérese la economía colaborativa como “la otra cara de la moneda de la crisis del 2008” (Bulchand, Melián, 2016, p. 4), ya que la economía mundial tenía que dinamizarse de alguna manera después de tremenda caída, y la respuesta era justamente esa, un espacio en el que las plataformas digitales empoderaran a la clase media con alternativas de ingresos adicionales y, a la vez, otorgaran un costo/beneficio atractivo para los usuarios. Adicionalmente, estaba la revolución de las TIC, lapso en el cual las redes sociales y comunidades online crecían vertiginosamente. En pocas palabras, no habría habido un momento más propicio para el afloramiento de “la economía colaborativa” (Repositorio Universidad Pontificia Comillas, 2015, p. 1).

La disrupción de la economía colaborativa

Para nadie es una novedad que las reglas del mercado han cambiado con la llegada de los pesos pesados de la economía colaborativa. Como prueba de esto, la consultora PwC estimó que en 2014 las ventas en Europa en esta categoría fueron de 16.000 millones de euros, y que en 2025 llegarán a superar los 335.000 millones de euros (Buena-dicha, Cañigueral Bagó y De León, 2017a) ¹⁴.

Por lo que se refiere a la generación de empleo, más allá del marco regulatorio a nivel laboral que debe definirse con mayor claridad, no queda duda que “la economía colaborativa se ha convertido en una alternativa” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020) de ingreso o empleo para los colombianos. Hay que tener en cuenta que en

¹³ “Un vendedor pone un artículo a la venta en eBay, casi de cualquier tipo. El vendedor opta por aceptar sólo pujas por el artículo (un anuncio de subasta) u ofrecer la opción de precio fijo ¡Cómpralo ya!, que permite a los compradores adquirir el artículo de inmediato. En una subasta, la puja se abre con el precio que el vendedor especifica y permanece en eBay durante un número determinado de días. Los compradores pujan por el artículo. Cuando finaliza el anuncio, gana el comprador con la puja más alta” (ebay, 2020). FALTA AÑADIR LA PÁGINA DE REFERENCIA

¹⁴ Se debe poner en consideración que dicha estimación está basada en un pronóstico según la tendencia del mercado europeo.

Colombia la tasa de desempleo en marzo de 2019 (hdl.handle.net, 2020) alcanzó la cifra de 10,8 % (DANE, 2019a)¹⁵ y la tasa de empleo informal de 45,6 % (DANE, 2019b)¹⁶. La situación es similar para el resto de América Latina, que tiene una tasa de informalidad de 46,8 % (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017)¹⁷. Así pues, la economía colaborativa ofrece una solución a la problemática, al menos así se indica en un artículo que aborda el aporte generado por la economía colaborativa a la región: “En América Latina, el trabajo como freelance o por plataformas digitales puede ser visto como una oportunidad para mejorar las condiciones laborales de la población y no como una amenaza como lo puede ser en Europa” (Norrito, 2019, p. 6).

Otro gran impacto de este tipo de empresas que no se puede desconocer, es la capacidad para obtener recursos y valorarse en el mercado. Para ejemplificar esta afirmación, qué mejor caso que el de Rappi, primera startup colombiana en convertirse en una compañía unicornio (Dinero, 2018)¹⁸.

A nivel internacional, no deja de sorprender que Airbnb tenga más alternativas de alojamiento que las 5 cadenas hoteleras más grandes del mundo unidas, todo gracias a la economía colaborativa. Según el cálculo de STR, consultora especializada en el sector hotelero a nivel mundial, si se sumaran las opciones de alojamiento de las 5 compañías con más propiedades en el mundo (Marriot, Hilton, InterContinental, Wyndham y AccorHotels), se llegaría a “una cifra cercana a los 3,9 millones de habitaciones” (hdl.handle.net, 2020, p. 1) (STR, 2017)¹⁹. Esta cifra es superada con creces por Airbnb, pues la plataforma ya cuenta con más de 5 millones de opciones de alojamiento en más de 81.000 ciudades de todo el mundo (Forbes, 2018)²⁰.

¹⁵ Esta cifra corresponde a marzo de 2019 según información oficial del DANE. Para marzo del 2018, esta misma tasa era de 9,4 %.

¹⁶ La “proporción de ocupados informales en las 13 ciudades y áreas metropolitanas estudiadas en Colombia fue 45,6 % para el trimestre enero - marzo 2019” (Submitted Universidad Santiago de Cali, 2020).

¹⁷ El BID afirma en este mismo documento que “la digitalización de las transacciones en las plataformas colaborativas representa una gran herramienta para formalizar esta economía” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).

¹⁸ “Son consideradas como ‘unicornio’ Aquellas nacientes compañías que logran el valor de los US\$ 1.000 millones durante su proceso de levantamiento de capital” (Micontabilidad, 2005)

¹⁹ La cifra hace referencia al número de habitaciones disponibles en las propiedades de las compañías mencionadas.

²⁰ Forbes estima que el valor de mercado de Airbnb es de US\$ 38.000 millones

Más notoriedad, más acción

Si bien el impacto económico de la economía colaborativa no para de sorprender, es evidente que este ha venido acompañado de reconocimiento y notoriedad en la sociedad en general. En España, por ejemplo, IAB realizó un estudio en el que mostraron a los españoles una lista de compañías como Ebay, BlaBlaCar, Uber, Airbnb, Alquilermiscoas, Eatwith, entre otras, y posteriormente les preguntaron a los encuestados cuáles conocían. El resultado de este estudio arrojó que el 92 % de los usuarios de internet conocen alguna empresa de la economía colaborativa (IAB Spain, 2016) ²¹.

Dicha notoriedad se acentúa en unas categorías específicas como lo demostró el estudio, ya que los encuestados reconocieron en primer lugar a las plataformas de compra y ventas de productos como eBay, que tiene un modelo muy similar al de MercadoLibre en Latinoamérica. El segundo lugar lo ocupó la categoría de transporte, en donde hay empresas como BlaBlaCar, un gigante que aún no penetra el mercado Colombiano, y que permite a sus usuarios ponerse de acuerdo para compartir vehículos, de tal manera que puedan realizar viajes juntos. En esta misma categoría está Uber, quizás una de las empresas más polémicas en cuanto a su regulación. Al cerrar el top 3 se encuentran aquellas empresas relacionadas con estancias, como Airbnb o Wimdu.

En Estados Unidos el panorama de crecimiento no es diferente. Según una proyección publicada en Statista, el número de usuarios de la economía colaborativa se duplicaría entre 2016 y 2021 “(Sharing economy: number of users U.S. 2016-2021 | Statistic, 2017)” (Statista, 2020, p. 1), de modo que se pasa de 44 millones de usuarios, a casi 87 millones. Allí también hacen referencia a cómo este tipo de plataformas “se han vuelto cada vez más populares en los últimos años” (Forexcoyaima, 2016, p. 1) gracias a los smartphones y aplicaciones móviles, que hacen más fácil el acceso a cualquier usuario.

Lo interesante es que las personas no solo reconocen la economía colaborativa, sino que también son usuarios activos de la misma. El estudio anual de eCommerce de IAB España, que se había mencionado

²¹ Los encuestados podían marcar una plataforma tecnológica, independientemente de si la habían usado o no.

anteriormente, estableció que el 59 % de los internautas había realizado alguna actividad en las páginas o apps de la economía colaborativa, y que incluso el 45 % de los que la usan, lo hacen en doble sentido, es decir, tanto para comprar productos o servicios, como para ofrecerlos.

Las redes sociales son en gran medida un factor elemental que explica la velocidad con la que este concepto se hizo reconocido por la sociedad. Como se explicará con más detalle, muchas personas se sienten bien consigo mismas y sus valores al usar este tipo de plataformas, y por ende comparten su experiencia con otras personas a través de los diferentes formatos en las redes sociales: Historias, publicaciones e incluso transmisiones en vivo, comúnmente llamadas *streaming*. Pero el marketing se abordará en el siguiente apartado, sin dejar dudas que “la economía colaborativa sacudió el mundo de los negocios” (Camara de Comercio de Barranquilla, 2020, p. 1), por efecto dominó terminaría sacudiendo también al mercadeo.

Del marketing 1.0 al ‘marketing colaborativo’

“Analizar el fenómeno de la economía colaborativa” (Repositorio Institucional UCAM, 2020, p. 1) desde una perspectiva de marketing, permite entender con mayor facilidad la razón de su *boom*. Ahora bien, resulta conveniente entender que el mercadeo que predominaba antes de la economía colaborativa era el marketing 1.0, que se caracterizaba por tener una comunicación unidireccional a través de medios tradicionales, y que daba todo el protagonismo al producto o servicio comercializado. Incluso algunos autores han afirmado a lo largo del tiempo que el marketing 1.0 era “anónimo, intrusivo, enfocado en transacciones masivas y estructurado en torno a las cuatro P’s” (Erragcha y Romdhane, 2014)²²

Una vez el mercado se saturó con este enfoque, empezó a tomar fuerza el nuevo marketing 2.0, siendo 2005 el año en que su popularidad se hizo evidente. Autores como Marc Cortés calificaron este periodo como “una transición hacia una nueva forma de entender y usar internet” (Cortés, 2009, p. 2)¹². Allí se empezó a abonar terreno para el nacimiento de la economía colaborativa, pues el protagonismo lo empezaba a

²² Las cuatro P’s hacen referencia al mix del marketing: producto, precio, plaza y promoción. Es uno de los fundamentos más importantes en el mercadeo.

perder el producto para dárselo al consumidor. El centro de la discusión pasaba a ser entonces el cómo se daba solución a los problemas, necesidades y deseos de los usuarios. Asimismo, es conveniente destacar que la comunicación ya no sería unidireccional, sino bidireccional. Los clientes tenían ahora la oportunidad de interactuar con las marcas, especialmente teniendo en cuenta el auge de las redes sociales.

Varios años después, Philip Kotler, “uno de los autores más importantes del marketing a nivel mundial” (Universidad Piloto, 2020, p. 1), lanzó su libro *Marketing 3.0*. Este lanzamiento realizado en 2010, fue considerado por muchos profesionales de la industria como la biblia del marketing, y cómo no, si relataba y reflexionaba de manera impecable la evolución y futuro del marketing. Allí se estableció que el consumidor no es un individuo egoísta que solo piensa en sus necesidades, sino que su perspectiva se amplía a tal punto que ahora le preocupan las necesidades de los demás, e incluso la del planeta. Por esta razón, en este marketing 3.0 no solo se reafirma la importancia que tiene el consumidor, sino que además se profundiza en aspectos más trascendentales, como los valores de “los consumidores, en cómo la decisión de compra” (Business, 2006) de un consumidor puede ser afectada por su visión del mundo.

Poco tiempo después, Michael Porter y Mark Kramer, estrategias empresariales mundialmente reconocidos y académicos de la universidad de Harvard, lanzaron el artículo *La creación de valor compartido*, en donde propusieron que la solución a la desconfianza en el capitalismo está en “crear valor económico de una manera que también cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos” (Submitted to Universidad San Francisco de Quito, 2020), o en otras palabras, “las empresas deben reconectar su éxito de negocios con el progreso social” (Michael Porter & Mark Kramer, 2011, p. 5)²³. Este concepto tiene una cabida enorme en la economía colaborativa, como se analizará más adelante, y es sin duda una fiel representación de los principios del marketing 3.0 propuesto por Kotler.

Pese al desarrollo de los conceptos de marketing anteriormente explicados, se ha sido testigos de la vertiginosa evolución tecnológica

²³ Los autores “definen valor compartido como como las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las” (Modelos de Gestion Empresarial, 2014, p.) FALTA AÑADIR LA PÁGINA

en las comunicaciones. Ello ha llevado a plantear un marketing 4.0, de nuevo por Philip Kotler, que sin duda no hubiese podido existir sin el marketing 1.0, 2.0 y 3.0. Este nuevo marketing relata la transición de lo tradicional a lo digital, y describe la importancia de adaptarse a las herramientas tecnológicas y el internet para la gestión y el éxito de los negocios. Allí se expone una idea clave para la economía colaborativa: La transición de la verticalidad a la horizontalidad.

Esta horizontalidad hace referencia a cómo las estructuras empresariales, desde varios puntos de vista, “han cambiado de manera radical en los últimos años” (Gobernabilidad, 2020). Por ejemplo, la innovación ya no surge directamente de la empresa hacia el mercado (Vertical), sino que es el mismo mercado el que aporta en la innovación a través de fuentes alternativas. Ya no es la gran empresa la que tiene la única verdad por medio de la publicidad, sino que la credibilidad se centra más en un grupo de consumidores que se han empoderado. He ahí el éxito de plataformas como TripAdvisor. Por último, cabe resaltar en este concepto que la horizontalidad también tiene como efecto que las empresas más pequeñas tengan ahora la capacidad de competir de igual a igual contra las grandes, todo gracias a que esta nueva era tecnológica premia a aquellas empresas capaces de generar un espacio de interacción. Kotler afirma al respecto: “será más competitiva la que pueda conectar, por un lado, con comunidades de consumidores y colaboradores para cooperar y, por otro, con sus competidores para hacerlo de manera colaborativa” (Kotler, Kartajaya y Setiawan, 2016, p. 29).

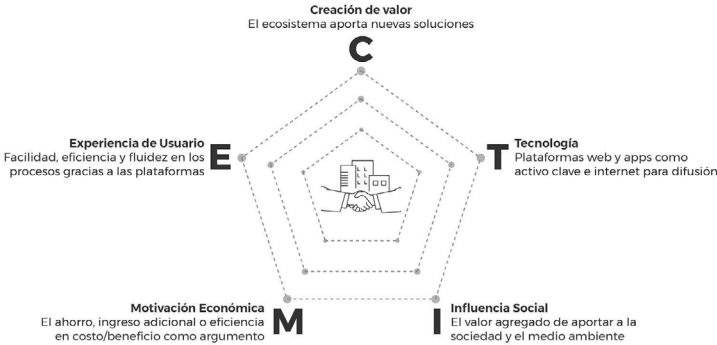
Toda esta evolución global que se ha dado a lo largo de los años en la cultura, en el comportamiento del consumidor y en la tecnología, han ocasionado que el marketing busque la forma de adaptarse, y da como resultado la transición lenta del marketing 1.0 al 4.0. Hoy por hoy se puede hablar incluso de marketing colaborativo, un enfoque desarrollado exclusivamente para aquellas compañías que son lo suficientemente atrevidas como para pensar que una acción colectiva puede más que la estructura individualista tradicional. Por esa razón, se desarrolla a continuación un planteamiento de marketing para “las empresas de la economía colaborativa” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020)²⁴.

²⁴ “comunidades donde opera. La creación de valor compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económico y social” (Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP, 2020).

CEMIT, las 5 dimensiones de marketing en la economía colaborativa

Si se es consecuente con los factores y el contexto que propiciaron el crecimiento de la economía colaborativa, se podría afirmar que son 5 las dimensiones de marketing que la sostienen: Creación de valor, experiencia de usuario, motivación económica, influencia social y tecnología. De ahora en adelante, se hará referencia a estas dimensiones como CEMIT por sus iniciales.

Figura 1. CEMIT – dimensiones del marketing



Fuente: Elaboración Propia

Habría que aclarar que las empresas no eligen entre una dimensión u otra, ni tampoco que es un proceso cíclico que abarca dimensión por dimensión. El CEMIT representa entonces los enfoques de marketing de todas las empresas de la economía colaborativa. Eso quiere decir que cualquier compañía que haga parte de este fenómeno, tiene un determinado desarrollo en cada una de esas cinco dimensiones, con mayor acentuación en unas que en otras según su modelo de negocio y estrategia de comunicación. Por ejemplo, un emprendedor podría proponer un modelo de negocio con un avanzado desarrollo tecnológico, alta motivación económica y fuerte influencia social, pero baja implicación de su ecosistema para crear valor y experiencia de usuario promedio. Para hacer hincapié en este planteamiento, se profundizará cada una de las dimensiones a continuación con argumentos y ejemplos reales en Colombia y el resto del mundo.

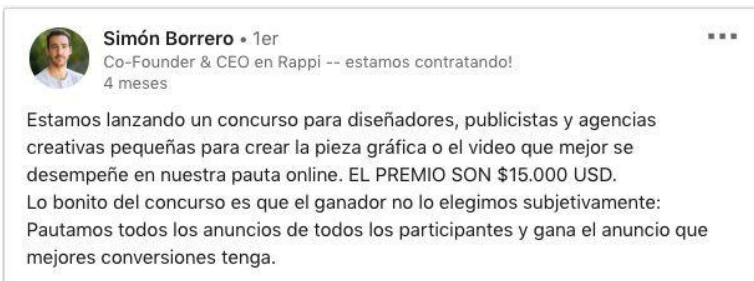
Creación de valor

Siempre se había hablado de la creación de valor como un beneficio exclusivamente financiero, en donde las empresas se fijan como objetivo la generación de riqueza o utilidad por medio de la actividad comercial a la que se dedican. Sin embargo, se ha sido testigos de cómo este concepto ha evolucionado, especialmente en la economía colaborativa.

Así pues, la primer dimensión del marketing en la economía colaborativa tiene que ver con su capacidad para desarrollar productos y servicios que aporten una solución a la medida, y cómo esa solución innovadora no solamente proviene de la empresa, sino de todos los posibles actores del ecosistema: Clientes finales, usuarios, proveedores, aliados o incluso agentes externos.

Si se lleva esto a la práctica, significa que una empresa de la economía colaborativa debería empoderar a todos estos actores del ecosistema para el desarrollo de sus productos o servicios. La consecuencia de esto será la construcción de una comunidad más comprometida con la solución, en lugar de esperar pasivamente a que la empresa tradicional la proponga. Por ejemplo, a principios de 2019 Rappi propuso un reto abierto a toda su comunidad: Crear un anuncio efectivo para generar nuevos usuarios. Cualquiera podía participar, con el formato publicitario que quisiera. El ganador no sería elegido por un jurado, sino que pondrían todos los anuncios a prueba, y el más efectivo se llevaría la suma de US \$ 15.000 como premio.

Figura 2. Concurso para participar desde el marketing



Fuente: Captura de pantalla de publicación de Simón Borrero en LinkedIn, co-fundador y CEO de Rappi. (2019). Recuperado de: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6488502683073331200/>

Si bien no hay una estadística oficial del número de participantes en la actividad, cientos de profesionales, tanto empleados como *freelancers*, hicieron comentarios al respecto en redes sociales, donde indicaron su participación. Incluso lo hicieron agencias de todos los tamaños. He allí un caso en el que la creación de valor por parte de todo el ecosistema es una dimensión importantísima.

El caso de Rappi es sin duda interesante, pero hay otra compañía latinoamericana que ha llevado la creación de valor a otro nivel: Ideame. Esta iniciativa que en primera instancia se desarrolló en Argentina, ya se expandió a otros “países de América como Brasil, Chile, Uruguay, Colombia, México y Estados Unidos” (Edoc, 2020, p. 1). Esta plataforma hace parte de la categoría *crowdfunding*, que es el financiamiento colectivo de proyectos. Consiste en que las personas que tienen una idea, la pueden compartir en el sitio web *idea.me*, y las personas que hallen interés en estas ideas la pueden financiar con pequeños aportes, a cambio de recompensas que no necesariamente son económicas.

Como tercer ejemplo, cabe mencionar a la compañía colombiana Mensajeros Urbanos, que le brinda la posibilidad a las empresas de tener un mensajero en cuestión de minutos. El director ejecutivo dijo en una entrevista a Portafolio: “cada vez que un cliente nos visita, lo invitamos a que se siente con nosotros y nos cuente sus necesidades, y construimos con ellos” (Portafolio, 2017, p. 4). Construir soluciones de la mano con el cliente, es entonces una técnica de marketing muy valiosa para las empresas del sector, quienes deben buscar la mejor manera de poner en manos de su ecosistema la creación de valor, de tal forma que la innovación surja naturalmente y brinde más potencial de aceptación.

Experiencia de usuario

Uno de los conceptos que han marcado la tendencia con el surgimiento de nuevas plataformas tecnológicas, sitios webs y apps, es el de “experiencia de usuario o UX, por sus siglas en inglés” (Global Digital, 2020, p. 1) *User Experience*. Yusef Hassan Montero, un reconocido académico del área digital la define como “la experiencia usando un producto, cómo este es capaz de resolver nuestras necesidades y objetivos de forma eficiente y fluida, la que determinará su aceptación social y su diferenciación entre competidores” (Yusef Montero, 2015, p. 5).

En este sentido, la economía colaborativa ha revolucionado la “manera en que los clientes interactúan con las empresas” (Issuu, 2020, p. 64), pues da a sus usuarios el poder de la auto-gestión. Si se piensa en la manera en que funcionan plataformas como Rappi, Cabify o Mensajeros Urbanos. En todas estas compañías, los usuarios pueden ejercer su rol por medio de la plataforma, con tan solo algunos clics o toques. Si alguien quiere solicitar un servicio, le basta con entrar a la app y seguir las indicaciones de manera intuitiva. Lo mismo le sucede a quien presta el servicio, es suficiente con ingresar al aplicativo, aceptar la solicitud y seguir instrucciones sencillas.

Esta facilidad de uso y nula intermediación de personas, hace que el proceso sea eficiente y brinde una experiencia que genere satisfacción a los usuarios y uso frecuente de la plataforma. Asimismo, todas estas compañías mantienen a sus usuarios informados, al disminuir la incertidumbre y de nuevo aumentar la satisfacción. Por ejemplo, la experiencia que antes generaba solicitar un servicio de taxi a domicilio, es muy diferente lo que hoy se experimenta con plataformas como Cabify, en donde es posible ver en tiempo real en dónde está el conductor y cuánto tardará en llegar según el tráfico actual.

Otro ejemplo en la dimensión de experiencia de usuario es UberEats, el cual se pone en comparación a los domicilios tradicionales de los restaurantes. No es una experiencia precisamente grata el tener que guardar todos los números de los restaurantes, o buscarlos en la colección de imanes que está en la nevera de los hogares. Si a eso se le suma el hecho que el usuario tendrá que esperar cruzado de brazos a que su pedido llegue, en algunas ocasiones llamar al restaurante a preguntar por el estado de su pedido, y recibir respuestas que no sirven de mucho porque el domiciliario no se encuentra en el lugar, se tendrá como resultado una baja satisfacción del cliente. UberEats es una de esas plataformas que hace bien su trabajo al permitirles a los usuarios tener todos los restaurantes en un solo lugar, hacer el pedido en pocos pasos, elegir el método de pago más conveniente y rastrear desde su celular el pedido. Eso sí que resuelve la necesidad de una manera eficiente y fluida, y por ende es una buena experiencia de usuario.

A modo de conclusión, en esta segunda dimensión, la experiencia de usuario plantea permanentemente el mismo interrogante: ¿Cómo

se puede hacer más sencilla la interacción entre los actores de la plataforma? Quien sea lo suficientemente dinámico para responder, y además proactivo para actualizar su respuesta día a día, ojalá al crear valor con sus mismos usuarios, será el gran vencedor de la contienda.

Motivación económica

La situación económica mundial no es fácil, por ello se estudió anteriormente cómo la economía colaborativa podría haber surgido como respuesta a la crisis financiera del 2008. Pues bien, los usuarios que usan “las plataformas de la economía colaborativa” (Ciriec, 2020, p. 7) normalmente tienen una motivación económica detrás, bien sea de ahorro, eficiencia en el costo/beneficio o de ingreso.

Es inevitable hablar acerca de Rappi en esta tercera dimensión, una startup colombiana que ha tenido un impacto social de enormes magnitudes. En el año 2017, Rappi se proponía “cerrar el año con 10.000 rappidenderos” (La República, 2017, p. 4), y apenas 2 años después, el objetivo de la compañía sería terminar 2019 con una presencia regional que superara los 120.000 rappidenderos (La República, 2019, p. 1). Por supuesto que detrás de todas las personas que están trabajando en esta plataforma, hay una necesidad de ingreso que se resuelve. Más allá de la regulación en materia laboral que debe establecerse con mayor precisión para este tipo de empresas, es claro que Rappi está siendo el sustento de miles de familias en Colombia y Latinoamérica.

Otros casos interesantes y además reconocidos en esta tercera dimensión, son los de Airbnb y Uber. Ambos tienen una característica en común: Ponen a producir activos de terceros, es decir, ganan una comisión por los servicios que brindan los vehículos y propiedades que no les pertenece. Los usuarios que sí poseen estos bienes, terminan siendo beneficiados porque estas plataformas ponen a su disposición una enorme base de datos de clientes, lo cual hace que sus esfuerzos de marketing para promocionar el servicio sean prácticamente nulos, y teniendo como efecto además que su estructura de costes sea primordialmente variable. Por ejemplo, sin tener en cuenta los impuestos a pagar en cada país, una persona que posee un vehículo y desea trabajar en Uber, solo necesita pagar gasolina y gastos de mantenimiento, según se preste el servicio a los usuarios. Lo mismo le sucede a los

dueños de propiedades inmuebles cuando ganan dinero al alquilar su espacio y tienen en su mayoría gastos de mantenimiento o de implementos de hogar según el uso dado.

Sin embargo, quienes ofrecen el servicio no son los únicos con una motivación económica, pues el mismo efecto aplica para los usuarios compradores, que van en busca de un ahorro o una mayor eficiencia en su gasto. Como representación de esta situación, se encuentra a ByHours, una compañía que permite reservar hoteles por 3, 6 o 12 horas y elegir además la hora del check-in. La propuesta de valor de la compañía tiene una motivación económica muy clara e interesante tanto para los huéspedes, como para los hoteles. Por un lado, los huéspedes pagan por el tiempo real en que usan el hotel, no hay un pago de más; y por el otro, los hoteles tienen la posibilidad de rentar sobre la misma habitación varias veces al día, con lo cual se saca más provecho a su capacidad.

El argumento de marketing de ByHours, sin duda, tiene que ver mucho con la motivación económica, este ha llevado a la plataforma a expandirse a 50 países a nivel mundial, y pese a sus planes de incorporarse al mercado estadounidense, de momento es Colombia su principal mercado en todo el continente americano (Byhours, s.f.)²⁵. Todas las empresas de la economía colaborativa, en general, aplican esta dimensión, unas en mayor medida que otras, pero seguirá siendo uno de los grandes beneficios de esta nueva revolución.

Influencia social

El grado de satisfacción personal al realizar una acción que se considera bien vista por la sociedad, es un elemento que ha motivado a muchas personas a ser usuarios activos de la economía colaborativa. Este efecto tiene una fidelidad con el concepto original de la economía colaborativa, que como su mismo nombre lo indica, se trata de una colaboración entre dos partes para lograr un beneficio mutuo, y en general, de la sociedad. Una solución en la que todos ganan.

²⁵ En Colombia, ByHours tiene listados más de 185 hoteles, mientras que el segundo y tercer lugar son ocupados por Ecuador y México, con 82 y 72 hoteles respectivamente.

Algunas empresas han usado esta dimensión como bandera de comunicación de marketing, como es el caso de Afluenta. La frase con la que recibe este sitio web a sus visitantes lo dice todo: “Créditos e inversiones entre personas sin bancos. Mejor para todos” (Afluenta, 2020, p. 1). Asimismo, su eslogan “crédito humano” está muy alineado con este enfoque. Esta *fintech*²⁶ hace parte de la disrupción en el mercado financiero, y se hace que el acceso de las personas a este sistema sea mucho más sencillo y democratizado, de tal manera que puedan concretar sus proyectos y metas personales. Tradicionalmente se piensa que un inversionista es alguien con mucho dinero y poder, y que un ciudadano del común no tendría muchas alternativas para rentabilizar su pequeño capital. Sin embargo, este tipo de plataformas actualmente cambian dicha creencia, y permite que las personas construyan su futuro de una forma alternativa.

Otro de los elementos que suele abarcar la influencia social, es el impacto medioambiental. Muchas personas a nivel mundial han aumentado su conciencia ambiental, preocupándose cada vez más por el impacto en el planeta que tiene su propio consumo. Esto ha propiciado que compañías como BlaBlaCar expongan argumentos de peso para hacer parte de su modelo de negocio. Para poder hacerlo, la compañía contrató varias firmas de investigación, con el fin de demostrar el impacto positivo en el medio ambiente que produce el compartir los vehículos con otras personas, en lugar de hacer viajes solos. En dicho estudio, concluyeron que “el uso del coche compartido reduce 1.6 millones de toneladas de CO₂ al año” (Universitat Politècnica de València, 2020, p. 1) y que además “la proyección del coche compartido supondrá un ahorro de emisión en 2023 de 6.4 millones de toneladas de CO₂” (Blablacar, 2019, p. 1).

Empresas en Colombia también generan un impacto medioambiental positivo, dando la oportunidad a prendas de vestir que están en buen estado de tener un segundo dueño. Tal es el caso de tiendas online como Gotrendier, Renuevatucloset y Closeando, que siendo parte del ecosistema de la economía colaborativa aportan una solución sencilla para evitar el desperdicio.

²⁶Término proveniente del inglés y que mezcla la palabra Finanzas (Finance) y Tecnología (Technology).

La influencia social tiene además un plus, y es que promueve la difusión entre los usuarios. Incentivar esa divulgación resulta entonces un complemento perfecto para las empresas de la economía colaborativa que tienen un impacto social positivo, pues el argumento a la hora de invitar a otra persona a unirse, resulta mucho más natural, creíble y convincente, por el simple hecho de tener un trasfondo que va más allá de lo económico.

Tecnología

A la hora de desarrollar modelos de negocio de economía colaborativa, se suele integrar la tecnología como uno de sus principales elementos, pues es esta quien hace posible la escalabilidad a millones de usuarios, y esta disrupción es quizá uno de los efectos con más impacto en la economía mundial. Si se le quitara la plataforma tecnológica a Rappi, Uber o Airbnb, ¿Qué quedaría de ellos? Poco o nada, así de importante es esta última dimensión.

Como uno de los referentes para ejemplificarlo, se trae a colación a *Mesfix*, una compañía que se encuentra en un momento de crecimiento exponencial. Esta startup colombiana mezcla dos aspectos en su modelo de negocio: *crowdfunding*²⁷ y economía colaborativa. Quiere decir entonces, que en Mesfix las empresas pueden subastar sus facturas por cobrar a cambio de liquidez, mientras que inversionistas (Que son personas naturales u otras empresas) pueden comprar una fracción o la totalidad de la factura a cambio de una rentabilidad obtenida en el momento en que esta es pagada. La tecnología desarrollada por la compañía es completamente disruptiva frente a las alternativas tradicionales que ofrecen los bancos. Para una mipyme, hacer todos los trámites que el factoring requiere puede resultar siendo un proceso complicado, pero Mesfix lo hace ver mucho más sencillo cuando le ofrece una solución que está literalmente al alcance de sus manos, y que de paso, cumple con todas las regulaciones financieras y legales.

En una transmisión en vivo realizada por Ideoviral, agencia experta en marketing digital, a Juan Sebastián Muñoz, director del área de

²⁷ "El crowd (Grupo de personas) compra las facturas por cobrar al descuento emitidas por empresas (Factoring)" (Mesfix, 2020).

mercadeo de Mesfix, este último afirmó “una de las preocupaciones en mercadeo y creo yo, en toda la compañía, es poder generar herramientas tecnológicas que nos ayuden a lograr la escalabilidad de manera sostenible... Mesfix no existiría sin la plataforma, es vital para nosotros” (Ideoviral, 2019). Sin el desarrollo tecnológico, resultaría una misión imposible para Mesfix atender a las miles de empresas e inversionistas que hacen parte del mercado. La misma situación atravesaría Airbnb sin su plataforma, que necesitaría de miles y miles de personas conectadas de tiempo completo a un teléfono “en el área de servicio al cliente” (Repositorio Institucional Universidad Militar Nueva Granada, 2015, p. 321), para siquiera atender una parte de sus usuarios.

No obstante, la tecnología no solo hace referencia a las plataformas que hacen posible la operación de las empresas de la economía colaborativa, sino también a las estrategias digitales implementadas para conseguir usuarios. Como se había mencionado anteriormente en este capítulo, el marketing 4.0 trae consigo una transformación hacia lo digital, que por supuesto involucra a los medios online a las estrategias tradicionales de mercadeo. Allí se encuentra un nuevo panorama de canales y tácticas digitales como SEM, SEO, redes sociales, display, marketing de contenidos, marketing *automation*, entre muchos otros, que exigen nuevas habilidades a los profesionales del mercadeo para planificar y ejecutar estrategias efectivas. Aquella empresa que haga parte de la economía colaborativa y no use internet para su difusión, aprovechará tan solo una minúscula parte de su potencial.

Conclusiones y retos de la economía colaborativa en Colombia

El panorama para las empresas que pertenecen a esta nueva corriente es más que prometedor. Tal parece que el nacimiento de empresas de la economía colaborativa está lejos de detenerse y, por el contrario, todo indica que serán una ficha clave en la economía mundial moderna. No obstante, habrá algunos retos que debe asumir para favorecer:

- 1. Regulación:** El mundo ha sido testigo de los miles de interrogantes jurídicos que plantean estas nuevas empresas de la economía colaborativa, que han crecido de manera tan vertiginosa, que las

leyes existentes no ha sido suficientes para delimitarla. Se tendrá que hacer un esfuerzo conjunto con todos los actores del país para regular de manera correcta y clara, de tal forma que no se obstaculice su crecimiento ni tampoco se haga daño a las bases económicas que sostienen el país.

- 2. Confianza:** Las plataformas tendrán que trabajar fuertemente por ganar la confianza de los usuarios, sin importar cuál sea su rol dentro de las plataformas. El hecho de contar con herramientas y recursos que anulen el fraude, las estafas y los errores fatales de servicio al cliente o experiencia de usuario, propiciará un crecimiento más seguro y acelerado de este tipo de compañías.
- 3. Integración con el sistema tradicional:** Las empresas de la economía colaborativa no deberían conformarse con la disrupción tecnológica. “Para que la transformación digital sea una realidad” (Caja Rural De Asturias, 2020, p. 1), deben buscar la manera de integrarse con el gobierno y las empresas tradicionales, de tal manera que la creación de valor involucre a todo el sector productivo colombiano, dando como resultado una posibilidad de crecimiento exponencial en donde todos ganen.
- 4. Masificación:** La economía colaborativa debe romper la barrera del *awareness* o reconocimiento, para alcanzar niveles sin precedentes de usuarios activos. El uso masivo de las plataformas es lo que da valor a los proyectos, pues una plataforma en sí no lo puede generar sola. Por supuesto que la tecnología y la experiencia de usuario serán unos aliados clave para lograrlo.

Potencialización de las dimensiones: Las empresas pertenecientes a la economía colaborativa deberán asumir un compromiso para desarrollar el CEMIT, que son las 5 dimensiones vistas en este capítulo: Creación de valor, experiencia de usuario, motivación económica, influencia social y tecnología. En la medida que evolucionen cada una de estas dimensiones, las oportunidades de mercado a nivel internacional se abrirán. Aquellas que logren desarrollarlas todas, serán el centro de atención de inversionistas, usuarios y posibles aliados.

Referencias

Afluenta. (s.f.). *Afluenta® | Finanzas Colaborativas | Créditos e Inversiones entre personas*. Recuperado 24 mayo de 2019: <https://www.afluenta.com/>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Publicaciones. Recuperado 18 mayo de 2019: <https://publications.iadb.org/es/retos-y-posibilidades-de-la-economia-colaborativa-en-america-latina-y-el-caribe>

BlaBlaCar. (2019). *Estudio sobre el impacto medioambiental del coche compartido*. BlaBlaCar. Recuperado el 24 mayo de 2019: <https://blog.blablacar.es/blablalife/reinventing-travel/responsabilidad-social-corporativa/estudio-sobre-el-impacto-medioambiental-del-coche-compartido>

Buenadicha, C., Cañigüeral Bagó, A., & De León, I. (2017a). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Publicaciones. Recuperado 14 mayo, 2019: <https://publications.iadb.org/es/retos-y-posibilidades-de-la-economia-colaborativa-en-america-latina-y-el-caribe>

Bulchand, J., & Melián, S. (2018). *La Revolución de la Economía Colaborativa*. (Ed. rev.). España: LID.

Byhours. (s.f.). *Destinos BYHOURS | ByHours.com*. Recuperado 24 mayo, 2019: <https://www.byhours.com/destinos-byhours.html>

Cortés, M. (2009). *Del 1.0 al 2.0: claves para entender el nuevo marketing* (Ed. rev.). España: Bubok Publishing.

DANE. (2019a). *Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral*. Recuperado 15 mayo, 2019: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

DANE. (2019b). *Empleo informal y seguridad social*. Recuperado 15 mayo 2019: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Dinero. (2018). *Imparable: Rappi se convierte en el primer 'unicornio' colombiano*. Recuperado 16 mayo, 2019:

<https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/valoracion-de-rappi-la-empresa-colombiana-de-domicilios/261596>

EBay.(s.f.).¿QuéeseBay?Recuperado14mayo,2019:<https://www.ebay.es/pages/help/account/questions/about-ebay.html>

Eragcha, N., & Romdhane, R. (2014). *New Faces of Marketing In The Era of The Web: From Marketing 1.0 To Marketing 3.0*. *Journal of Research in Marketing*. Recuperado 17 mayo de 2019: <http://www.jormonline.com/index.php/jorm/article/view/46>

Forbes. (2018). *As A Rare Profitable Unicorn, Airbnb Appears To Be Worth At Least \$38 Billion*. Recuperado 16 mayo de 2019: <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2018/05/11/as-a-rare-profitable-unicorn-airbnb-appears-to-be-worth-at-least-38-billion/>

IAB Spain. (2016). Estudio Anual de eCommerce 2016. Recuperado de https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-e-commerce-iab-2016_publica1.pdf

Ideoviral. (2019). Mesfix y la economía colaborativa [Archivo de vídeo]. Recuperado 24 mayo de 2019: https://www.youtube.com/channel/UCS2W-ZEsuH-rsW6x7Zf59KA?view_as=subscriber

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0*. Madrid, España: LID Editorial Empresarial.

La República. (2017, 24 febrero). Rappi le apuesta a cerrar el año con 10.000 Rappitenderos. Recuperado 23 mayo de 2019:

<https://www.larepublica.co/internet-economy/rappi-le-apuesta-a-cerrar-el-ano-con-10000-rappitenderos-2476356>

La República. (2019). Las fórmulas que llevaron a la compañía Rappi al éxito en menos de cuatro años. Recuperado 23 mayo de 2019:

Montero, H. Yusef. (2015). *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*. Recuperado 22 mayo de 2019: https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf

Norrito, R. (2019, 27 enero). La economía colaborativa, construcción desde Latinoamérica. Recuperado 24 mayo de 2019: https://www.ouishare.net/article/la-economia-colaborativa-construccion-desde-latinoamerica?locale=en_us

Portafolio. (2017). *'No le tenemos miedo a Uber': Mensajero Urbanos*. Recuperado 23 mayo de 2019: <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/entrevista-a-fundadores-de-mensajeros-urbanos-503475>

Porter, E. Michael, & Kramer, R. Mark. (2011). La creación de valor compartido. Recuperado 16 mayo de 2019: <http://www.filantropia.org.co/archivo/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>

Sharecollab.(s.f.).*Inicio-ConnectingTheDots-Colombia*. Recuperado 13 mayo de 2019: <http://colombia.connectingthedots.co/>

Sharing economy: number of users U.S. 2016-2021 | Statistic. (2017, junio). Recuperado 18 mayo de 2019: <https://www.statista.com/statistics/289856/number-sharing-economy-users-us/>

STR. (2017). *HNN - Updated infographic: Look at hotel industry's 'largest'*. Recuperado 16 mayo, 2019, de <http://hotelnewsnow.com/Articles/115537/Updated-infographic-Look-at-hotel-industrys-largest>

Economía y plataformas colaborativas: herramienta tecnológica para los fines del Estado Social de Derecho

Juan Mauricio Torres Bueno

Abogado, especialista en Derecho de Seguros y de la Seguridad Social, especialista en Derecho Comercial y Magister en Derecho con énfasis en Regulación Minera, Petrolera y Energética.

Resumen

La irrupción acelerada de la denominada Economía Colaborativa, a nivel global, constituye un fenómeno, que actualmente, gracias al impetuoso “desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones” (Globalplay, 2020, p. 5), llegó para quedarse, al transformar precipitadamente múltiples aspectos de la vida cotidiana, los modelos de negocios tradicionales y “el acceso a bienes y servicios” (Doi, 2020, p. 10) de toda índole. Esta realidad, dinámica, cambiante y en expansión permanente, exige una reflexión desde la perspectiva jurídica, que se ajuste a su naturaleza, bondades, potencialidades y efectos negativos, de tal modo, que su regulación, logre colocar el desarrollo tecnológico de la Economía Colaborativa al servicio del Estado Social de Derecho, de modo que se conviertan las plataformas en herramientas eficaces para lograr sus fines.

En este escrito, se realiza una reseña de la evolución del modelo de estado, al destacar sus elementos característicos, se revisan los aspectos que deben ser objeto de regulación y se establece la necesidad de adoptar un nuevo enfoque regulatorio acorde “con la realidad de la Economía Colaborativa” (Instituto de Estudios Fiscales, 2020) y los fines del Estado social de Derecho en Colombia.

Palabras clave: Agenda, Autorregulación, Dignidad, Economía Colaborativa, Enfoque amplio, Estado liberal, Estado Social de Derecho, Guía, Libertad, Mínimo vital, Plataformas colaborativas, Regulación.

Introducción

Bajo el esquema económico de carácter global en la actualidad, permanentemente enmarcado por la influencia “del desarrollo incesante de las tecnologías de la información y las comunicaciones” (Ecix Group, 2020), suceso que algunas voces autorizadas han calificado como la cuarta revolución industrial. Actualmente se está inmerso, desde hace más de un par de lustros²⁸, en el advenimiento de la denominada *economía colaborativa*, cuya vertiginosa e irresistible incursión en la diaria, ha generado cambios en todos los ámbitos, económicos y sociales, a nivel mundial, con “efectos en el corto, mediano y largo plazo” (Sinaloa, 2020), difícilmente medibles conforme a su ritmo de expansión y modificación de los mercados en que penetra.

Sin duda, el panorama descrito, representa, desde la perspectiva jurídica, un inmenso desafío para el derecho y la regulación, que necesariamente convida a ser afrontado con una nueva visión, más acorde con el avance tecnológico y la dinámica incontenible de los hechos o desarrollos que giran a su alrededor, escenario que manifiestamente, invita, o mejor, exige su análisis a nivel local, “a la luz del marco constitucional de nuestro estado social de derecho” (Asociación de Recicladores de Bogotá, 2017, p. 1), sin llegar a perder de vista que se trata de una nueva realidad, diferente a la de la economía tradicional y cuya regulación se orienta bajo parámetros distintos.

Dada la importancia y el impacto del avance de las nuevas tecnologías, cuyos efectos se ven reflejados en la economía y por ende en el ser humano, resulta apenas lógico considerar el desarrollo del concepto de *economía colaborativa*, en la cual, *prima facie*, se entiende que las personas se convierten en generadoras de sus propios ingresos, a través de sus profesiones o el ejercicio de oficios o labores reunidas a través de plataformas colaborativas. Contexto en el cual se busca que el Estado, por antonomasia regulador, intervenga, ojala lo mínimo

²⁸ “No es casual que la EC se haya disparado poco tiempo después de haberse producido la crisis financiera de 2008. Pese a que la tecnología ya estaba lista para ser aplicada a procesos de intermediación P2P, desde comienzos de la década de 2000, la crisis financiera terminó de crear las condiciones exógenas necesarias para estimular su crecimiento acelerado. La necesidad económica surgida como consecuencia del desempleo, unida a la subutilización de recursos económicos hizo del consumo colaborativo una opción económicamente atractiva.” Cfr. BUENADICHA César, CAÑIGUERAL Albert, DE LEÓN Ignacio L. “Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe.” p. 6.

posible, o de la mejor forma en estas actividades, para lo que se tiene en cuenta un enfoque eminentemente social, bajo el cual se analicen los esquemas de economía colaborativa, como una herramienta que subordinada a la tutela del Estado, le permita a aquellas personas que no están integradas al trabajo en el sistema de empresa tradicional generar los ingresos necesarios para mantener o alcanzar un mínimo vital, que a su vez los integre como aportantes dinamizadores de la economía.

En este orden de ideas, resulta inicialmente necesario realizar una breve reseña del modelo de estado que rige en Colombia y sus antecedentes, con el objetivo de establecer sus principales elementos, los cuales constituyen los parámetros infranqueables que deberán tenerse en cuenta al momento de analizar el fenómeno de la economía colaborativa. Asimismo, para este fin, seguidamente se procederá a revisar los análisis y propuestas de las posibles formas de regulación, que, en otras latitudes con un mayor desarrollo de esta nueva forma de economía, se han planteado para asumir el reto en los mercados, bajo las llamadas plataformas colaborativas.

Finalmente, para concluir el documento, se hará un análisis de la necesidad de adoptar un nuevo enfoque respecto de la economía colaborativa, bajo el entendido de que esta encierra nuevas realidades que difícilmente pueden ser reguladas bajo los esquemas regulatorios existentes y por las autoridades establecidas, visión que imperativamente, debe atender los principios de la Carta del 1991, pero también permite a la Economía Colaborativa convertirse en herramienta tecnológica que contribuya a alcanzar “los fines del Estado social de derecho” (Repositorio Institucional Universidad Militar Nueva Granada, 2015) en Colombia.

El Estado Social de Derecho en Colombia

El denominado “Estado Social de Derecho” (Dipósit Digital de la Universitat de Barcelona, 2020, p. 1), tal como se conoce en la actualidad, puede considerarse reciente en el caso colombiano, toda vez que, en su construcción, han influido o intervenido, tanto la concepción y evolución misma del derecho local, como el desarrollo doctrinal del modelo de estado, el cual comienza desde el modelo del Estado

liberal, pasa por el Estado de bienestar y llega al modelo del Estado social. De modo que, cuando se habla del Estado Social de Derecho en Colombia, necesariamente se debe remontar al origen del derecho mismo en el país, siendo necesario señalar que su desarrollo inicialmente respondió y acogió los parámetros o postulados del derecho continental europeo, bajo el cual, el imperio de la ley resultó literal, pues la aplicación exegética de la norma se daba en forma autónoma, manteniendo como criterios auxiliares de interpretación en forma subsidiaria a la “jurisprudencia y los principios generales del derecho” (Universidad Externado de Colombia, 2020, p. 1).

No obstante, lo anotado y con excepción de algunos intentos anteriores, es “hasta la entrada en vigencia de la Constitución de 1991” (Secretaría General del Senado, 2020, p. 1), que el panorama cambió, toda vez que el texto constitucional, por mandato propio, dejó de ser un discurso político, una carta del “deber ser”, un referente, para adquirir valor de norma superior, es decir, de “norma de normas”, cuyo texto e interpretación, por parte de la Corte Constitucional, resulta obligatorio y vinculante, situación que ha generado un cambio práctico y algunas veces dramático “en el desarrollo e implementación del modelo de estado social” (Irade, 2020, p. 1) de derecho, a partir de su promulgación, que contrasta con el modelo de la constitución que le precedía. Se erige entonces la Corte, como protectora de la Carta y sus contenidos, panorama que sin duda inicia una nueva era en el derecho colombiano, que se podría definir como la era del Estado Social, del cual se pueden considerar sus primeros espectadores, pues este, todavía está por desarrollarse y adaptarse a las nuevas realidades.

Del Estado Liberal al Estado Social

Para los fines de este escrito, brevemente se señalarán los elementos del Estado Liberal y su arribo al Estado Social, sin olvidar tener en cuenta que este último recoge los principios del primero, pero los adecua bajo la óptica de lo social, es decir, cada uno de los principios del Estado liberal es evaluado y considerado desde el prisma de lo social.

La doctrina liberal, asume que el estado debe proporcionar a los ciudadanos, un marco normativo mínimo, bajo el cual, estos puedan realizarse como personas de manera individual, autodeterminarse sin mayores

interferencias por parte de este en la esfera privada, donde no le es dable inmiscuirse, es decir, el Estado tiene como fin proteger las libertades individuales y la autonomía de sus ciudadanos, para lograrlo, parte de considerar a todos los habitantes iguales ante la ley sin distinción alguna.

Bajo la anterior concepción, que la ley tiene el deber de proteger, el Estado Liberal debe velar porque las leyes como expresión de la voluntad general, traten a todos por igual, de tal manera que formalmente todos tengan las mismas oportunidades. En ese sentido, las leyes necesariamente resultan abstractas y generales. Con base en esta igualdad y la libertad de los individuos, el Estado asume el papel de garante de las relaciones entre los ciudadanos y más allá, como guardián del orden público interno, de la defensa externa y de las decisiones políticas necesarias para salvaguardar el desarrollo de la sociedad.

En este modelo de Estado impera la libertad individual, con las limitaciones impuestas por la normatividad, que básicamente restringe la actividad del Estado a un papel de regulador vigilante, el cual no debe intervenir las leyes del mercado, pues los individuos son forjadores de su destino dentro de la sociedad y la libertad de estos, implica desarrollarse según sus ideales personales, además de generar para sí un mayor o menor grado de bienestar material, condición que indefectiblemente trae consigo una acumulación de riqueza o por el contrario de pobreza. La libertad como principalísimo bien jurídico protegido, se encuentra por encima de la igualdad, que, en la práctica, resulta formal en este modelo de Estado, pues esta última no prospera bajo las normas del mercado, que se encuentran debidamente resguardadas desde el ordenamiento jurídico, el cual garantiza la autodeterminación de los individuos.

Ahora bien, en el Estado Liberal la Constitución, como se expresó en párrafos anteriores, se considera más un documento relativo a la organización del Estado compuesto usualmente de disposiciones descriptivas, que no se entiende con carácter o fuerza normativa, sino que constituye un marco necesario para la ordenación del país, que dispone u ordena al poder legislativo la expedición de las leyes, al ejecutivo su cumplimiento y al poder jurisdiccional impartir justicia, todo bajo la moldura organizacional de la carta, que fija los respectivos límites, razón por la cual, el cumplimiento de sus directrices no resulta exigible vía judicial, como sí

lo son las normas expedidas por el legislativo, que valga decir, son aplicadas sin interpretación en referencia a la carta, sino conforme al mismo sistema normativo desarrollado por orden de la constitución.

La protección brindada por el Estado Liberal a la libertad del individuo, forjó la sociedad actual, dependiente del comercio y el mercado como expresiones de la autodeterminación de sus asociados, sin embargo, esta característica condujo al advenimiento de la desigualdad material, efecto indeseado y que el modelo resulta incapaz de frenar en la práctica, sin pena de coartar la libertad económica. Panorama que intentó mitigar mediante programas de subsidios y políticas especiales enfocadas en los más necesitados, que una vez establecidas, se hacen permanentes necesariamente, a fin de garantizar acceso a mejores condiciones materiales, que permitan una igualdad menos formal y más material, lo que a su vez incide en la libertad del sujeto que encuentra mayores facilidades para ejercerla.

Una vez evidenciada la necesidad de intervención del Estado, materializada a través de los programas de ayuda para sectores frágiles o débiles, algunos Estados, con el ánimo de cerrar la brecha de desigualdad, ampliaron su injerencia mediante la adopción de una política estatal de bienestar, caracterizada por una intromisión de mayor envergadura, que implica la “prestación de todo tipo de servicios” (Index of, 2020, p. 1) a la totalidad de los habitantes sin distinción alguna, esquema que, por sus particularidades, demanda una gran cantidad de recursos y una inmensa actuación administrativa que conllevan un alto riesgo de tipo fiscal. En este modelo, el Estado se encuentra principalmente obligado a buscar la igualdad material, mediante la satisfacción de necesidades básicas de los pobladores. Puede decirse entonces, que el Estado de bienestar va más allá de la igualdad formal del Estado Liberal, cuyo valor principal es la libertad por encima de la igualdad, para llevarla al plano material o real, con lo cual deja atrás el criterio neutral de no intervención del Estado Liberal, que juega un papel de actor central en la superación de las desigualdades sociales que no logra disminuir el Estado Liberal.

Hasta el momento se entiende, que tanto el Estado Liberal como el Estado de bienestar, centran indefectiblemente su atención en el individuo, sin embargo, cada uno lo protege bajo un concepto distinto, el primero bajo el criterio de la libertad del individuo por encima

de todo valor, que a su vez delimita la intervención del Estado, cuyo resultado es una igualdad de carácter formal; el segundo, que centra sus esfuerzos en la satisfacción de necesidades básicas en búsqueda de una igualdad real o material de todos los asociados. Ahora bien, en el denominado Estado social el centro también es la persona humana, siendo la igualdad un valor con la misma importancia que la libertad, es decir, ambas se equiparan lo que en la práctica genera un concepto de estado más allá del Estado Liberal y con consecuencias diferentes a las del Estado de Bienestar.

En el Estado Social los conceptos de la dignidad humana y la solidaridad “juegan un papel protagónico central en la consecución de los fines del estado” (Repositorio Universidad Nacional Autónoma de México, 2020), pues bajo estos, el Estado Social protege y respeta la autonomía del individuo como en el Estado Liberal y proporciona la ayuda necesaria como en el Estado de bienestar, pero fundamentalmente a aquellos individuos, que por sí mismos, no tienen la capacidad de alcanzar un nivel económico que les permita vivir con dignidad, es decir, se garantiza la intervención del Estado de acuerdo a las circunstancias particulares o concretas del individuo, que por motivos de dignidad lo requiere, por lo que la intervención resulta limitada y conforme a la solidaridad debida entre los individuos o sectores más opulentos con aquellos que menos tienen, acción que ejecuta el Estado Social, de acuerdo con un esquema normativo de carácter constitucional exigible.

Puede decirse que en el Estado social, la intervención del Estado rompe el abstencionismo o inhibición del Estado Liberal, para ir más allá en auxilio de aquellos que bajo el uso de su libertad no generan para sí un nivel adecuado o digno que les permita ejercer su libertad plenamente, se trata entonces de una intervención no universal como en el Estado Bienestar, sino complementaria, que suple las carencias de una vida indigna, valiéndose para este fin del principio de solidaridad, que permite al Estado auxiliar a aquellos ciudadanos desvalidos.

En el Estado Social, se mantiene la idea de la autodeterminación del individuo, que le permita alcanzar y sostener un nivel de vida digno, sin embargo, cuando esto no sucede, el estado debe intervenir, a fin de elevar su existencia a condiciones dignas, pues la realidad demuestra que no todos los individuos resultan exitosos en dicho

objetivo, especialmente tratándose de sociedades heterogéneas, en las cuales, existen grupos con un grado de mayor o menor capacidad de acceso a la riqueza y los medios de producirla, incluso, hallándose algunos en situación de debilidad manifiesta²⁹ por sus condiciones culturales, sociales, económicas y físicas, que sin la intervención efectiva y material del Estado no lograrían elevar su nivel de vida y ejercer sus derechos libremente. La igualdad formal de los individuos otorgada por la ley busca ser materializada en el Estado Social, en el cual los recursos deben ser manejados con este fin, donde se acude al principio de solidaridad que implica redistribución de cargas y recursos entre los asociados. Se entiende, entonces, que los conceptos de dignidad y solidaridad en el Estado Social, adquieren una dimensión que trasciende lo ético y se imponen en el mundo material, bajo un esquema normativo que los hace exigibles y en esa medida de obligatoria observancia para el Estado y todos sus asociados.

Cuando se habla de un nivel de vida digna en el Estado Social, se hace referencia a la obligación que tiene este de garantizar un mínimo vital que permita un nivel de existencia acorde con la calidad de persona, de ser humano. Por lo tanto, debe el Estado hallar las fórmulas que permitan dicho acceso. Es deber del Estado armonizar y ordenar los aspectos sociales, jurídicos, económicos y tecnológicos que se requieran, a fin de proporcionar medios, elementos, condiciones, entornos y situaciones estables que permitan a los individuos alcanzar un ingreso mínimo con el cual se puedan desarrollar como personas verdaderamente libres y dueñas de su destino.

Finalmente, en lo que a la constitución se refiere, en el caso del Estado Social colombiano, esta no se considera un documento relativo a la organización del Estado compuesto de disposiciones descriptivas sin fuerza normativa, como se conceptuaba en el Estado Liberal, sino que adquiere valor de norma del ordenamiento jurídico, exigible y aplicable, de carácter jerárquico superior. Por lo tanto, sus disposiciones jerárquicamente superiores a las leyes, son fuente primaria de

²⁹ Cfr. Constitución Política de Colombia. Artículo 13. "... El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados. El Estado protegerá especialmente a aquellas personas que por su condición económica, física o mental, se encuentren en circunstancia de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan".

interpretación y de aplicación obligatoria y preferencial, bajo el entendido que existen unos fines del Estado que el ordenamiento jurídico debe observar y el sistema judicial proteger en sus decisiones.

De lo anteriormente reseñado, se puede indicar que su relevancia radica en la necesidad de establecer o enunciar los principios básicos de todo Estado considerado democrático, como lo son la libertad y la igualdad, que valga decir, han sido históricamente concebidos con diferentes matices y efectos, de acuerdo con el modelo de Estado adoptado en su momento y el modelo económico implantado. En otras palabras, la breve reseña de los modelos de estado realizada, permite una aproximación con el fin de apreciar y distinguir las diferentes nociones y de este modo comenzar a visualizar un marco jurídico-económico apropiado, bajo el cual poder ver de una nueva forma o enfoque, el fenómeno de la economía colaborativa, toda vez que esta rompe los esquemas tradicionales y en consecuencia, requiere ser analizado desde el modelo de Estado más humano y más moderno, que es el Estado Social de Derecho.

Si bien, resulta claro que la Economía Colaborativa difiere de la economía tradicional, en tanto en esta el consumidor adquiere, sin perder dicha calidad, la de prestador de un servicio (Como se verá más adelante en su definición), es a partir de esa característica o circunstancia que “el Estado social de derecho debe encontrar una nueva forma de abordar este fenómeno económico” (Biblioteca Digital Universidad Nacional de Colombia, 2017), desde los principios jurídicos que lo gobiernan, de tal forma, que la regulación pertinente que resulte necesaria, no sea el resultado de la aplicación de parámetros ya previamente estudiados y definidos para la economía tradicional, que valga afirmar, no se compadecen con sus características, lo que imperativamente exige un cambio de perspectiva. Por lo tanto, resulta al menos necesario generar este interrogante, aún más, cuando el Estado Social de Derecho colombiano está en plena implementación y desarrollo permanente, dado su carácter reciente, lo que permite establecer que a pesar de ser incipiente, tiene ante sí el desafío de adaptar el nuevo modelo económico a sus fines, con lo cual se entiende que la economía tradicional persiste, pero gradualmente permite que la economía colaborativa gane espacio en los consumidores y su comportamiento, que en últimas, no son más que los ciudadanos que confían legítimamente en la capacidad del

Estado de brindar un ambiente económico y jurídico seguro, en el cual puedan desarrollarse libremente y generar su propio ingreso digno, sin mayores barreras u obstáculos, o que se identifiquen con aquellos que usualmente tienen que sortear en el ambiente de la economía tradicional, que resulta excluyente.

Entender cómo los modelos de Estado fueron desarrollándose y además de coexistir paralelamente con el sistema económico tradicional, permite comprender que también la economía colaborativa también requiere de un proceso evolutivo propio, que le permita ir cogiendo sus deficiencias y maximizar sus bondades, pero en concordancia con los fines del Estado Social Derecho. En otras palabras, comprender la evolución del concepto de Estado y sus elementos, manteniéndolos a la vista como principio y fin, sugiere la posibilidad de un nuevo enfoque más fortalecido al momento de intentar regular el nuevo esquema económico que constituye la economía colaborativa.

A continuación, se hará una aproximación a la definición de economía colaborativa y todo lo que esta abarca.

Economía Colaborativa (EC)

Definición (EC)

Respecto de la economía colaborativa, comúnmente llamada *sharing economy*³⁰, que constituye un fenómeno considerablemente reciente. En pleno desarrollo, cabe indicar que se han intentado varias definiciones, al buscar acercarse y abarcar la totalidad de las realidades que esta engloba.

³⁰ Cfr. BANÚS M. (2016): "El Nuevo Panorama Económico Global tras la Crisis Económica de 2007 y el auge de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Implicaciones legales y empresariales". Universidad Pontificia de Comillas. P.20 "En 2010 Rachel Bootsman y Roo Rogers comenzaron a divulgar la expresión *sharing economy*, comúnmente traducida como «economía colaborativa». Desde entonces, han aparecido numerosas definiciones que intentan explicar lo que comenzó como un movimiento social en la red, pero que hoy ya está muy presente en muchos sectores del día a día. Aun así, todavía no hay un consenso en torno a la definición de la economía colaborativa. Es un concepto muy amplio que cubre una gran variedad de actividades, desde la economía de acceso hasta la llamada *gig economy*, pasando por la economía colaborativa P2P y la economía compartida (Committee of the Regions, 2015). Hay quien apunta que el término «compartida» no es el más apropiado, puesto que muchas de las actividades consideradas como economía colaborativa implican que haya un pago por el bien o servicio y no una reciprocidad. Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/34645/retrieve>

En este sentido, se podría inicialmente señalar que la economía colaborativa son:

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 actividades, a la vez que permiten incrementar la escala en que se llevan a cabo y realizarlas de forma diferente a la tradicional ³¹ (Ciriec Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa, 2020, p. 235).

No obstante, la anterior definición, bien vale citar algunas otras a continuación, en la medida en que todavía son usadas para definir la misma realidad:

- “El término originariamente empleado para describir el fenómeno fue el de “consumo colaborativo” (*collaborative consumption*), pero resultó insuficiente por ser la economía colaborativa algo más que consumo ³²”.
- “También es frecuente el término “economía entre pares” (*peer-P2P- economy*), 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” (Universidad Libre de Colombia, 2020, p. 3).
- “Entre empresarios y consumidores, empresarios y empresarios o, incluso, entre consumidores y empresarios ³³”.

³¹ Cfr. ALFONSO, R. (2016): “Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social”, CRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 88, 231-258, p. 235. Disponible en: <https://www.redalyc.org/html/174/17449696008/>

³² Ibidem. Citando a: FELSON, M. & SPAETH, J. (1978): “Community Structure and Collaborative Consumption A Routine Activity Approach”, *The American Behavioral Scientist*, Mar/Apr. BOTSMAN, R. & ROGERS, R. (2010): *What’s Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, Ed. Harper Collins, New York

³³ Ibidem. Citando a: CHASE, R. (2015): *Peers Inc: how people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism*, Public Affairs, New York. FRAIBERGER, S. & SUNDARARA-

- “La palabra “malla” (mesh), 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 Twitter³⁴”.
- “La expresión “economía de bolos” (gig economy) 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 móviles, proporcionando oportunidades de trabajo y horarios flexibles a los sujetos (v.gr., plataformas como TaskRabbit o Lyft), pero que no deja de ser sólo una parcela –importante- de la economía colaborativa³⁵”.
- “La llamada “economía de acceso” (access economy) 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 mismos³⁶” (Ciriec España, 2020, p. 236).
- “La expresión que ha adquirido mayor popularidad es la de “economía de uso compartido” o “economía del compartir” (sharing economy), 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 intercambio³⁷”.

JAN, 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.

³⁴ *Ibidem*. Citando a: GANSKY, L. (2010): *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, Portfolio, New York.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ *Ibidem*. Citando a: RIFKIN, J. (2000): *The Age of Access: The New Culture of HyperCapitalism Where All of Life Is A PaidFor Experience*, Tarcher, New York. KELLY, K. (2009): “Better Than Owning”, 21-1-2009, Available at: <http://kk.org/thetechnium/better-thanown/>

³⁷ *Ibidem*. Citando a: Benkler, Y. (2004): “Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production”, 114 *Yale Law Journal*, 27. 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). Entre otros, también Orsi, 2012, Kassan & Orsi, 2012, Cannon & Chung., 2015, Of-Hearts, 2014, Richardson, 2015, Woskko, 2014.

- “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”) ³⁸”.
- “Y quienes ponen su atención en el instrumento que permite la nueva realidad y utilizan, en consecuencia, la expresión “economía de plataforma” (platform economy)” (Universidad Libre de Colombia, 2020, p. 4)³⁹ .

De los conceptos arriba citados, es posible que surjan más interrogantes que respuestas respecto de este fenómeno. Por lo tanto, ¿Qué se debe entender entonces por economía colaborativa? Sobre el particular y para los efectos de este escrito, bien cabe adoptar como definición de base, la señalada “en la Comunicación de la Comisión de la Unión Europea” (Focus on The Global South, 2020).

“Una Agenda Europea para la economía colaborativa”⁴⁰ que reza:

A los efectos de la presente Comunicación, el término «economía colaborativa» se refiere a 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. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes i) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias — pueden ser particulares que ofrecen servicios de manera ocasional («pares») o prestadores de servicios que actúen a título profesional («prestadores de servicios profesionales»); ii) usuarios de dichos servicios; y iii) intermediarios que —a través de una plataforma en línea— conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos («plataformas colaborativas»). Por lo

³⁸ Ibidem. Citando a: Sundararajan, A. (2016): *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of CrowdBased Capitalism*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts

³⁹ Ibidem. Citando a: 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.

⁴⁰ Communication on a European agenda for the collaborative economy; COM(2016) 356; 2 de Junio de 2016; <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>

general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro (Repositorio Universidad Pontificia Comillas, 2015, p. 20).

No obstante, se trata de una definición extensa, resulta, sin embargo, relevante en la medida en que esta quedó establecida en la “*Comunicación de la Comisión, al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico Social Europeo y al Comité de las Regiones*” (Universitat Jaume I, 2020, p. 1), como el punto de partida de las recomendaciones fijadas en la Agenda Europea para la economía colaborativa (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 1), que señala el derrotero a seguir toda vez que “Ofrece orientación jurídica y política a las autoridades públicas, los operadores del mercado y los ciudadanos interesados con vistas a un desarrollo equilibrado y sostenible de la economía colaborativa” (SlideShare, 2020, p. 1). “Estas orientaciones no vinculantes sobre la manera de aplicar la legislación vigente de la UE a la economía colaborativa abarcan las cuestiones fundamentales a las que se enfrentan tanto los operadores del mercado como las autoridades públicas” (European Council Council of the European Union, 2020, p. 1)⁴¹.

Desde ya, cabe señalar, que la ‘Agenda’, “sirvió de base para la elaboración” (WorldWideScience.org, 2020) de la *Guía Metodológica para el desarrollo de Políticas Regulatorias en un Entorno de Economía Colaborativa* (Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, 2020, p. 1) en Colombia, documentos que más adelante se revisarán⁴².

Crecimiento y expansión de la economía colaborativa a nivel global

La economía colaborativa es escasa, pero está creciendo rápidamente y ganando cuotas de mercado importantes en algunos sectores. Se estimó que en 2015 los ingresos brutos de plataformas y proveedores colaborativos en la UE ascendió a 28 000 millones de euros. Los ingresos de la UE en cinco sectores clave casi se duplicaron en comparación con el año anterior y está previsto que sigan expandiéndose con fuerza. El crecimiento ha sido fuerte

⁴¹ Ibidem

⁴² Ibidem. Señala: “La Guía que presentamos se soporta en el documento “Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa”, presentada por la Comisión de la Unión Europea en junio de 2016106 y es el resultado del análisis sectorial realizado en detalle en el Informe 3.

desde 2013 y se aceleró en 2015, cuando las grandes plataformas invirtieron considerablemente en la expansión de sus operaciones europeas. Algunos expertos consideran que en el futuro la economía colaborativa podría representar para la economía de la UE un aumento de entre 160 000 y 572 000 millones de euros. Existe, por lo tanto, un gran potencial para que nuevas empresas conquisten (Comisión Europea, 2020, p. 2).

“Estos mercados en rápida expansión. El interés de los consumidores es de hecho grande, tal como confirman una consulta pública y una encuesta del Eurobarómetro” (European Council Council of the European Union, 2020, p. 2).

“En la actualidad y a nivel mundial hay más de 17 compañías con operaciones superiores a los US \$1.000 millones, que INCORPORAN más de 60.000 empleados y US \$15.000 millones en financiamiento en el ámbito de la EC” (Owyang, 2016, p. 47). No obstante, según el mapa que figura a continuación (Figura 1) y donde se observa la ubicación de dichas compañías, ninguna está “situada en la región de ALC. Mapa 1. La economía colaborativa ha creado 17 empresas de US \$1.000 millones (y 10 unicornios)⁴³” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020, p. 47).

Figura 1.



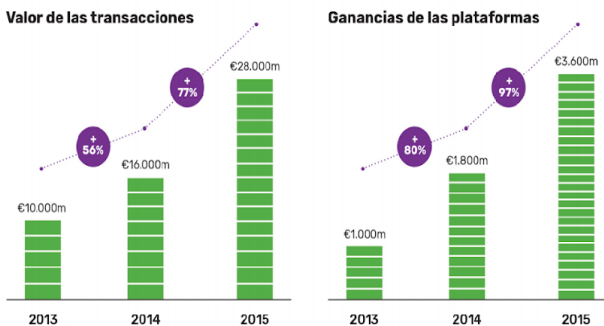
⁴³ Cfr. BUENADICHA César, CAÑIGUERAL Albert, DE LEÓN Ignacio L. Óp. Cit. P 47

En 2016, una encuesta del Eurobarómetro (Unión Europea, 2016) reveló que más de la mitad de la población de la Unión Europea (UE) tiene conocimiento acerca de la EC, y que 1 de cada 3 internautas utilizan plataformas de EC al menos una vez al año. A su vez, más del 5% de la población de la UE suministra productos y servicios a través de este tipo de plataformas (Gráficos 1 y 2). Del mismo modo, en Estados Unidos, según datos de eMarketer (2016), el 50% de los adultos consultados afirmó haber utilizado plataformas digitales para adquirir bienes de segunda mano⁴⁴ (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020, p. 7).

La consultora PwC (2014) estimó que los ingresos asociados a este tipo de servicios fueron de alrededor de €16.000 millones durante ese año. En 2016, la estimación ha subido a €28.000 millones, y se espera que, de continuar esta tendencia, llegará a superar los €335.000 millones en 2025. Claramente, estas cifras muestran que no estamos en presencia de una moda pasajera o de una reacción puntual a la crisis económica, sino del futuro de muchos sectores de la economía ⁴⁵(Banco Interamericano de Desarrollo, 2020, p. 7).

“Beneficios y total del valor de las transacciones facilitadas por plataformas de economía colaborativa en Europa, 2013-15” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020, p. 8).

Figura 2. Transacción en Comparación con los Beneficios



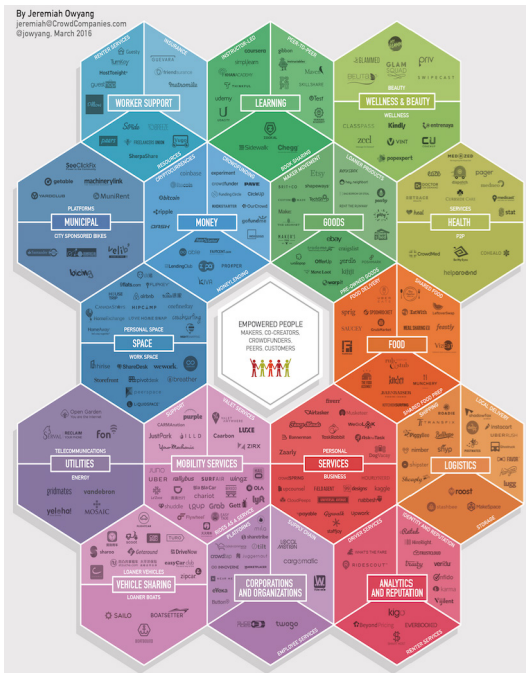
Fuente: Análisis de PwC (2016).

⁴⁴ Ibidem

⁴⁵ Ibidem

El crecimiento mencionado se explica por la alineación de incentivos, que favorecen la generación de ingresos al proveedor de los servicios. En promedio, más del 85 % del valor de las operaciones facilitadas por plataformas de EC lo recibe el proveedor y no la plataforma (Vaughan y Daverio, 2016). Esta posibilidad de generar ingresos es una de las principales motivaciones de los usuarios proveedores en las plataformas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020)⁴⁶.

Figura 3. Grafica de panel del movimiento empresarial colaborativo



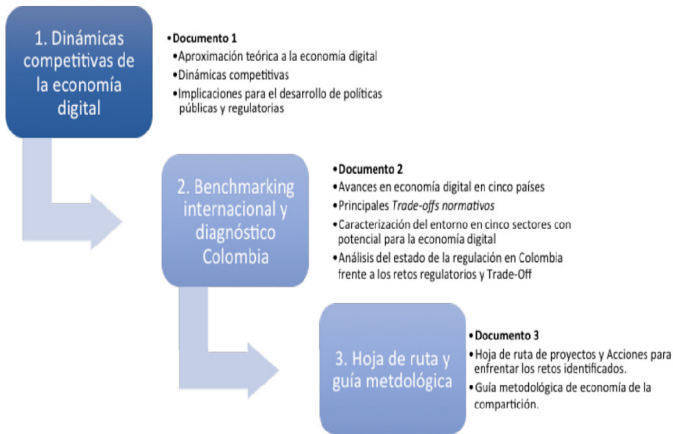
Fuente: <https://ritholtz.com/wp-content/uploads/2016/10/honeycomb.png>

Situación en Colombia

En Colombia, la Comisión de regulación de Comunicaciones, se conforma, por una parte, del “impacto de las tecnologías emergentes

⁴⁶ Ibidem

y la posibilidad de aprovechamiento” (Globalplay, 2020, p. 7) de los beneficios de la economía digital y colaborativa y, por otra, de la necesidad de “diseñar los mecanismos a través de los cuales sea posible integrar las mejores prácticas dentro del entorno de política y regulación en Colombia para avanzar en el fomento de la transformación digital” (Globalplay, 2020, p. 7), expidió en el año 2017 la denominada *Hoja de Ruta Regulatoria para el desarrollo de la Economía Digital en Colombia* (Universidad Externado de Colombia, 2020, p. 1), en la cual, “identificó las acciones y proyectos que deben ser abordados por las entidades del gobierno colombiano para enfrentar los retos y oportunidades de la economía digital, bajo el marco institucional actual y con un horizonte de tiempo de cinco (5) años” (Globalplay, 2020, p. 7). Con la siguiente estructura de (3) documentos:



Fuente: https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/hoja_ruta/Resumen_ejecutivo_Hoja_Ruta.pdf

En el tercer documento es la *Hoja de Ruta Regulatoria para abordar los Retos y Oportunidades de la Economía Digital en Colombia* (Globalplay, 2020, p. 2), es elaborada

a partir de los retos identificados en los documentos 1 y 2, se planifican proyectos y acciones desde diversas instituciones requeridas para la modernización del marco normativo colombiano, con el fin

de facilitar el desarrollo de nuevos modelos de negocio y las innovaciones tecnológicas en el entorno de una economía digital en Colombia (Globalplay, 2020, p. 2).

Así mismo, se establece en esta, una Guía Metodológica para el desarrollo de Políticas Regulatorias en un Entorno de Economía Colaborativa (Globalplay, 2020, p. 2)⁴⁷, diseñada como “herramienta para otras entidades del gobierno, a la hora de precisar la normatividad” (Globalplay, 2020, p. 2) requerida para regular los “nuevos modelos de negocio e innovaciones tecnológicas derivadas de la economía colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 2).



Fuente: Elaboración propia

Guía Metodológica y recomendaciones para el desarrollo de Políticas Regulatorias en un Entorno de Economía Colaborativa⁴⁸

Del acápite anterior, se colige como lo muestra la gráfica precedente, el desarrollo o análisis que antecedió a la estructuración de la *Guía*

⁴⁷ Cfr. Arthur D. Little – Telbroad. Unión temporal. Contrato de Consultoría CRC No. 103 de 2016. Hoja de ruta regulatoria para abordar los retos y oportunidades de la economía digital en Colombia Informe 4. Aspectos regulatorios para modernizar el marco normativo colombiano. Estructuración de la hoja de ruta a 5 años. Revisión de la batería de indicadores de la economía digital. Guía de recomendaciones para otras entidades de gobierno. Bogotá, 2017.

⁴⁸ *Ibídem.*

Metodológica y recomendaciones para el desarrollo de Políticas Regulatorias en un Entorno de Economía Colaborativa (Globalplay, 2020, p. 1) que a continuación se describe.

Lo primero es indicar que la “Guía” fue elaborada a partir de los contenidos establecidos en la “*Agenda Europea para la economía colaborativa* de la Comisión de la Unión Europea” (Esade, 2020, p. 1). Esta “Guía” establece como su punto de partida los principales “Temas de análisis en la economía colaborativa” que a continuación se enuncian y coinciden con los señalados por la “Agenda”, así:

- “Clasificación del servicio y mercado” (Globalplay, 2020, p. 10),
- Presencia de innovadores
- “Diferenciación de mercados y acceso a los mismos” (Globalplay, 2020, p. 10)
- “Responsabilidad de las plataformas
- Regulación plataformas ex ante
- Protección al consumidor” (Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, 2020)
- “Régimen laboral” (Globalplay, 2020, p. 10)
- “Régimen tributario” (Globalplay, 2020, p. 10)
- “Autorregulación” (Globalplay, 2020, p. 10)
- Ajustes de normas sectoriales según desarrollo de los mercados

Así mismo, la “Guía” especifica las “*Preguntas típicas*”, que eventualmente surgen a nivel de las entidades que podrían llegar a regular algún aspecto de la economía colaborativa. Para este fin, las agrupa bajo los siguientes aspectos a saber:

• **Servicio prestado por la plataforma y responsabilidad**

El entendimiento detallado de los servicios que presta la plataforma y si esta es solo un intermediario o es en realidad un prestador directo de servicios, define la responsabilidad ante los consumidores y por ende determina si la entidad sectorial debe o no proceder a establecer una normatividad en esta materia y ante

quienes debe cumplirse dicha normativa, si es que ella es indispensable para la buena prestación del servicio (Globalplay, 2020, p. 13).

- **Mercados en que actúan las plataformas**

La comprensión detallada de en qué mercado actúa el nuevo jugador de la economía digital y la plataforma correspondiente y si la prestación de los servicios apunta a un mercado comercial/profesional o a ciudadanos que prestan servicios ocasionalmente, determina igualmente que tratamiento normativo debe darse a la plataforma y a los servicios provistos (Globalplay, 2020, p. 14).

- **Reglas de acceso a los mercados**

“Es importante precisar si la operación o comercialización de las plataformas requiere de reglas de acceso asociadas y cuáles son, si aplican, las razones de interés público que justifican las medidas que se adoptarían” (Globalplay, 2020, p. 14).

- **“Efectos producidos”**

“Qué efectos positivos y negativos se pueden presentar, en los consumidores en la creación de negocios o en los innovadores o en las ciudades del país” (Globalplay, 2020, p. 14).

- **Medidas de protección al consumidor sectorial**

La retroalimentación sobre la calidad del servicio, podría reemplazar ciertas medidas administrativas en forma dinámica y eficiente.

- **Régimen de impuestos aplicable**

Se debe precisar qué tipo de impuestos aplicar y cómo asegurar su recaudo.

- **Información a suministrar por las plataformas**

Se debe determinar la información estratégica que resulte valiosa para “mejorar la prestación de los servicios a los ciudadanos” (Globalplay, 2020, p. 15).

- “Decisiones se toman en fases o todas a la vez” (Globalplay, 2020, p. 15).
- “Monitoreo de los mercados y del impacto de las decisiones” (Globalplay, 2020, p. 15).

Acto seguido, la “Guía” establece un total de catorce (14) lineamientos que se consideran necesarios para llevar a cabo el análisis de las “preguntas típicas”, de tal modo, que las entidades con su uso puedan encontrar y adoptar las decisiones de normatividad o regulación que resulten pertinentes tras realizar dicho ejercicio. Así mismo, indica los aspectos por definir en cada uno de los lineamientos que esboza, así:

1. “Naturaleza del servicio suministrado por la plataforma y mercado en el que actúa

¿Plataforma digital colaborativa es o no responsable por la prestación del servicio final al consumidor?” (Globalplay, 2020, p. 20).

¿Plataforma digital colaborativa actúa o no en el mismo mercado de los jugadores sectoriales, tiene o no impacto considerable en el mercado o se pueden diferenciar los mercados cuando exista riesgo de que lo haga?

Se debe “realizar consulta con todas las partes interesadas y estudios con apoyo de expertos en la materia, de modo que la definición de los servicios y mercados se haga con todos los elementos de juicio y de manera abierta y transparente” (Globalplay, 2020, p. 22).

2. “Acceso a los nuevos mercados

Reglas ex ante para diferenciar los mercados en que actúan la plataforma digital colaborativa y los jugadores tradicionales y necesidad de reglas ex ante para proteger al consumidor” (Globalplay, 2020, p. 23).

3. “Diferenciación de los mercados

Umbral en que se apoyan las reglas ex ante para diferenciar los mercados en que actúa la plataforma digital colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 23).

4. “Regulación ex ante de las plataformas

Clasificación sectorial de los servicios prestados por los nuevos jugadores de la economía digital colaborativa, respetando el principio legal de acceso libre de los ciudadanos a las plataformas digitales, contenidos y aplicaciones” (Globalplay, 2020, p. 24).

5. Desregulación de los mercados con jugadores tradicionales

Oportunidades de “desregulación en los sectores tradicionales, dada la influencia de la economía digital colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 25).

6. Responsabilidad de las plataformas digitales colaborativas

Grado de responsabilidad sectorial de “las plataformas digitales colaborativas” (Globalplay, 2020, p. 25).

7. Efectos producidos por la entrada al mercado de las plataformas

“Cuantificación hasta donde sea posible de efectos positivos y/o negativos de las plataformas actuando en los mercados” (Globalplay, 2020, p. 27).

8. Medidas de protección al consumidor

“Adecuado balance en las medidas de protección al consumidor aplicadas a los nuevos jugadores de la economía digital colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 28).

9. Régimen tributario a aplicar

“Tributación sectorial y local aplicada a los nuevos jugadores de la economía digital colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 28).

10. Autorregulación en las plataformas digitales colaborativas

“Medidas de autorregulación que se deben aplicar a las plataformas digitales colaborativas o reglas ex ante en caso de que las anteriores no funcionen” (globalplay, 2020, p. 29).

11. Mercados laborales o de aliados de negocios

“Realimentar a la autoridad nacional sobre las discusiones que en materia laboral en la economía colaborativa, vayan surgiendo en cada sector” (Globalplay, 2020, p. 29).

12. Decisiones a tomar en fases o en paquete

“Decisión sobre qué medidas se adoptan inicialmente y cuales se adoptan con posterioridad” (Globalplay, 2020, p. 31).

13. Auditoria y régimen de sanciones

“Régimen de auditoria y sanciones apoyado en la información generada por los mecanismos de autorregulación a las plataformas y calificación de la calidad de servicios de los consumidores” (Globalplay, 2020, p. 31).

14. Monitoreo de los mercados

“Herramientas y metodologías para el monitoreo, ojalá en línea, de los mercados y los impactos en consumidores y proveedores en el sector” (Globalplay, 2020, p. 31).

Finalmente, la “Guía” señala las siguientes conclusiones que a continuación se citan:

Teniendo en cuenta la prioridad legal que existe en Colombia para el desarrollo de la Sociedad de la Información, las TIC que la soportan, las plataformas, contenidos y aplicaciones igualmente apoyadas en las TIC y por ende la economía digital, el país debe estar dispuesto a darle impulso en todos los sectores a los nuevos jugadores, innovadores y nuevos modelos de negocios digitales (Globalplay, 2020, p. 33).

Igualmente, son claros los beneficios en la economía, la competencia en los sectores, la generación de nuevos negocios, la mejora de los servicios para los ciudadanos y la generación de nuevos ingresos para aquellos que no se encuentran en el mercado labo-

ral tradicional. Asimismo, según lo demuestra la experiencia internacional, es posible y beneficioso para las entidades sectoriales adoptar decisiones que permitan que los beneficios se obtengan, generando un escenario normativo y/o regulatorio que controle los posibles riesgos de prestación ilegal de los servicios, asegure el pago de los impuestos respectivos y defina las condiciones para garantizar la seguridad de los consumidores y la calidad de los servicios. Igualmente, se tiene una oportunidad de modernización sectorial, permitiendo a las entidades una operación eficiente y una mucha mejor comprensión de los mercados, a la vez que se aprovecha la entrada de nuevos jugadores para mejorar la calidad de los servicios a los ciudadanos e incrementar los ingresos fiscales en las ciudades o regiones, en las que actúan los nuevos jugadores de la economía digital” (Globalplay, 2020) ⁴⁹. (p. 33)

De las anteriores conclusiones, se evidencia, por una parte, la necesidad que el país tiene de avanzar en la implementación de modelos de negocios digitales, especialmente de economía colaborativa, cuyos beneficios, dinamizan “la economía, favorecen la competencia en general, la creación de nuevos negocios y de fuentes de ingresos” (DN Consultores, 2020) para aquellas personas que no hacen parte de la economía y el mercado laboral tradicional. Por otra parte, se considera beneficioso establecer un panorama regulatorio que le permita a esta nueva economía desarrollarse en favor de los consumidores, con parámetros de calidad y seguridad. Así mismo, la economía colaborativa también constituye una oportunidad “no sólo para el sector privado, sino para el sector público” (Forum de Comercio Internacional, 2015), en la medida que este adopte dichas tecnologías y sus bondades.

Situación en Europa

Teniendo en cuenta la tradición jurídica continental europea, a partir de la cual se construyó a nivel local el derecho, vale la pena revisar lo establecido, “por la Comisión de la Unión Europea” (euskadi.eus, 2020, p. 1), frente al fenómeno de la Economía Colaborativa, en comunicación “al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico Social Europeo y al Comité de las Regiones” (Ciriec Revista Jurídica de Economía Social

⁴⁹ *Ibidem*.

y Cooperativa, 2020, p. 1)⁵⁰, denominada “Agenda Europea para la economía colaborativa” (Ciriec Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa, 2020, p. 1), la cual, como ya se indicó en párrafos anteriores, “sirvió de base para la elaboración” (WorldWideScience.org, 2020) de la “Guía Metodológica y recomendaciones para el desarrollo de Políticas Regulatorias en un Entorno de Economía Colaborativa” (Globalplay, 2020, p. 1) en Colombia.

Para abordar la descripción de la “Agenda”, en la mejor forma posible, se considera pertinente citar el trabajo realizado sobre el particular, “en el marco del Proyecto Convenio de colaboración entre la UCLM y el Ilustre Colegio Notarial De Castilla-La Mancha” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 1), publicado en la “revista CESCO de Derecho de Consumo Nº 18/2016” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 1), denominado “Agenda europea para la economía colaborativa”⁵¹, que acertadamente extrae lo fundamental de dicho documento.

La economía colaborativa ha pasado de ser una práctica casi desconocida a posicionarse como motor de recuperación de la economía europea. La adquisición y prestación de servicios a través de plataformas y proveedores colaborativos ha experimentado una evolución constante desde el año 2013, alcanzando en 2015 los ingresos brutos de este sector en Europa los 28.000 millones de euros (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 108).

La Comisión Europea considera que la economía colaborativa puede contribuir de manera importante al empleo y al crecimiento en la Unión Europea si se fomenta y desarrolla de manera responsable, para lo cual ha hecho pública una Comunicación que recoge la Agenda Europea para la economía colaborativa, cuyas propuestas principales recogemos en este documento” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 108).

⁵⁰ Communication on a European agenda for the collaborative economy; COM(2016) 356; 2 de Junio de 2016; <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>

⁵¹ Montoro. Lourdes. Centro de Estudios de Consumo Universidad de Castilla-La Mancha. Revista CESCO de Derecho de Consumo Nº 18/2016. Agenda europea para la economía colaborativa. p. 107-112 <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/1108/928>

1. Requisitos de acceso al mercado ⁵²

La diferenciación entre los distintos modelos de negocio de la economía colaborativa es esencial en orden a determinar los requisitos de acceso al mercado que podrían establecerse para cada una de las modalidades (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020). (p. 108)

Los prestadores de servicios profesionales están sujetos a lo dispuesto en la Directiva 2006/123/CE de Servicios, aunque una regulación más flexible propiciaría un aumento de la productividad y podría facilitar la entrada en el mercado de nuevos agentes, reducir el precio de los servicios y garantizar una mayor oferta para el consumidor. La Comisión afirma que las prohibiciones absolutas y las restricciones cuantitativas de una actividad constituyen normalmente una medida de último recurso que sólo debería aplicarse cuando no existan medidas menos restrictivas para alcanzar el mismo objetivo de interés público legítimo (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 108).

A diferencia de la prestación de servicios por profesionales, la prestación de servicios peer-to-peer se refiere a la relación entre dos o más particulares para el intercambio de bienes o servicios a cambio de determinada contraprestación. La aplicación de la Directiva de servicios a estas relaciones es más cuestionable, pero posible, y el tratamiento de los particulares puede ser distinto en cada uno de los Estados miembros. En algunos países, se consideran servicios profesionales aquellos prestados a cambio de una remuneración, mientras que los servicios entre particulares tienen

⁵² Communication on a European agenda for the collaborative economy; COM (2016) 356; 2 de Junio de 2016; <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>. p. 7-8. "Cuando evalúan si los requisitos de acceso al mercado aplicados a la economía colaborativa son necesarios, están justificados y son proporcionados para alcanzar un objetivo de interés público claramente identificado, los Estados miembros deben tener en cuenta las características específicas de los modelos de negocio de la economía colaborativa. La evaluación y calificación la realiza el usuario, no la plataforma colaborativa. A efectos de regulación de las actividades en cuestión, los particulares que ofrezcan servicios entre pares de manera ocasional a través de plataformas colaborativas no deben ser tratados automáticamente como prestadores de servicios profesionales. Establecer umbrales (posiblemente por sector) con arreglo a los cuales una actividad se consideraría una actividad no profesional entre pares puede ser una manera adecuada de avanzar. Se recomienda a los Estados miembros que aprovechen la oportunidad para revisar, simplificar y modernizar los requisitos de acceso al mercado generalmente aplicables a los operadores del mercado. Deberían tener por objeto liberar a los operadores de cargas reglamentarias innecesarias, independientemente del modelo de negocio adoptado, y evitar la fragmentación del mercado único".

por objeto compensar los gastos realizados por el prestador de servicios. Otros Estados miembros han optado por establecer umbrales económicos en función del nivel de ingresos generados o la regularidad de la prestación del servicio, por debajo de cuyo límite los prestadores de servicios suelen estar sujetos a requisitos menos restrictivos” Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 109).

Por otro lado, las plataformas colaborativas proporcionan un servicio a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un prestatario de servicios, de forma que estarían ofreciendo un servicio de la sociedad de la información y quedarían sometidas a la normativa contenida en la Directiva sobre el comercio electrónico. Sin embargo, también cabe la posibilidad de que la plataforma colaborativa actúe como intermediario entre el prestador de servicios y el usuario de los mismos, de forma que se convertiría en un proveedor de servicio subyacente que podría estar sometido a requisitos más estrictos impuestos por la normativa sectorial, como requisitos de autorización u obtención de licencias empresariales” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 109)⁵³.

Para determinar si la plataforma colaborativa actúa como prestador de servicios de la sociedad de la información o como intermediario será necesario valorar varios elementos de hecho y de Derecho, en particular: si la plataforma colaborativa fija el precio final del servicio subyacente, si establece unos términos y condiciones de contratación propios para la prestación subyacente de los servicios o si posee activos clave para prestar el servicio subyacente. Si se reúnen estos tres requisitos, la plataforma ejerce un control significativo sobre el prestador de servicios subyacente que implica que, además de un servicio de la sociedad de la información, presta también el servicio subyacente”. (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 109).

La Comisión llega a la conclusión de que los particulares que ofrezcan servicios peer-to-peer de manera ocasional a través de plataformas colaborativas no deben ser tratados automáticamente como prestadores de servicios profesionales. El establecimien-

to de límites económicos conforme a los cuales una actividad se consideraría una actividad no profesional entre particulares podría ayudar a realizar esta distinción y facilitar la identificación de la normativa aplicable a cada caso en cuestión (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 109).

2. Responsabilidad contractual y extracontractual ⁵⁴

Las plataformas en línea, como proveedores de servicios intermediarios de la sociedad de la información, se benefician de una exención de responsabilidad en relación a la información que almacenan, de conformidad con lo dispuesto en la Directiva sobre comercio electrónico, siempre que la actividad que realizan se considere servicio de almacenamiento de datos (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 109) ⁵⁵.

Una plataforma colaborativa puede ofrecer también actividades auxiliares o conexas al almacenamiento de datos, por ejemplo, medios de evaluación o calificación, seguro, modalidades de pago, verificación de la identidad, etc. En principio, la exención de responsabilidad no resulta aplicable a servicios distintos del almacenamiento de datos, sin perjuicio de la responsabilidad que corresponda de acuerdo con lo previsto en la normativa europea de protección de datos personales (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110).

Las medidas para hacer frente a los contenidos ilícitos en línea son decisión empresarial voluntaria de la plataforma colaborativa, de forma que la cuestión de si se benefician o no de la exención de responsabilidad de los intermediarios debe evaluarse caso por caso" (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110).

⁵⁴ *Ibid.* Op. cit p. 9. "Se insta a las plataformas colaborativas a seguir adoptando medidas voluntarias para combatir los contenidos en línea ilícitos y aumentar la confianza (por ejemplo, ayudando a garantizar la calidad de los servicios ofrecidos por los prestadores de servicios subyacentes en su plataforma). Dichas medidas voluntarias no deben significar automáticamente que las plataformas colaborativas que se benefician de las exención de responsabilidad de los intermediarios ya no puedan seguir haciéndolo".

⁵⁵ El contenido resaltado es una modificación a la cita con el fin de destacar los elementos.

3. Protección del “consumidor colaborativo”⁵⁶

Para aumentar la confianza de los consumidores en los modelos de negocio de economía colaborativa, la Comisión Europea recomienda que las plataformas informen con claridad a sus usuarios de si están negociando con particulares o con profesionales, para que conozcan si la normativa europea de protección al consumidor resulta o no de aplicación (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110)

La cuestión de si el prestador del servicio subyacente es o no comerciante, tendrá que valorarse caso por caso, teniendo en cuenta la frecuencia con que se prestan los servicios, la existencia de un fin lucrativo o el volumen de negocio del prestador de servicios” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110).

Las medidas tendentes a aumentar la confianza de los consumidores y su protección no deben, sin embargo, dificultar la actividad de aquellos particulares que ocasionalmente presten servicios en el marco de un sistema de economía colaborativa, de forma que se les exijan obligaciones de información desproporcionadas u otras cargas administrativas” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110).

4. Trabajadores de la economía colaborativa⁵⁷

La legislación laboral es competencia de los Estados miembros, limitándose la UE a establecer unas normas sociales mínimas que se complementan con jurisprudencia. Por ello, es posible

⁵⁶ *Ibid.* Op. cit p. 12. “De conformidad con la normativa de la UE sobre consumidores y comercialización, se insta a los Estados miembros a buscar un enfoque equilibrado para garantizar que los consumidores gocen de un alto nivel de protección, en particular con respecto a las prácticas comerciales desleales, sin imponer obligaciones de información desproporcionadas u otras cargas administrativas a los particulares que no son comerciantes pero que prestan servicios de manera ocasional. La eficacia y el uso de mecanismos de confianza en línea (por ejemplo., etiquetas de calidad) destinados a aumentar la confianza y la credibilidad deben mejorarse para promover la participación en la economía colaborativa con mayor confianza”.

⁵⁷ *Ibid.* Op. cit p. 14-15. “A fin de ayudar a las personas a aprovechar todo su potencial, aumentar la participación en el mercado de trabajo y fomentar la competencia, al tiempo que se garantizan una condiciones de trabajo justas y una protección social adecuada y sostenible, los Estados miembros deberían: - evaluar la adecuación de su normativa nacional en materia de empleo, considerando las diferentes necesidades de los trabajadores por cuenta propia y ajena en el mundo digital, así como la naturaleza innovadora de los modelos de empresa colaborativa;- ofrecer orientación sobre la aplicabilidad de su normativa nacional en materia de empleo a la luz de modelos laborales de la economía colaborativa”.

que existan divergencias entre la consideración de un ciudadano como trabajador en los distintos Estados miembros, lo que genera inseguridad. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha considerado necesario establecer un concepto de trabajador comunitario apoyándose en el principio de la libertad de movimiento de los trabajadores, entendiéndolo que la característica esencial de una relación laboral es que una persona presta servicios para y bajo la dirección de otra persona” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020) “por un determinado periodo de tiempo y recibe una remuneración como compensación por su actividad”. (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110).

“Los criterios de subordinación a la plataforma, naturaleza del trabajo y remuneración podrían resultar de ayuda a los Estados miembros a la hora de determinar si puede considerarse a una persona como trabajador de una plataforma” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 110).

Con la finalidad de ayudar a los ciudadanos a aprovechar su potencial, aumentar la participación en el mercado laboral y mejorar la competitividad, garantizando al mismo tiempo unas condiciones de trabajo justas y una protección social sostenible y adecuada, la Comisión recomienda que los Estados miembros adapten su legislación laboral a las nuevas necesidades de trabajadores por cuenta ajena y autónomos en el mundo digital y con observancia de los innovadores modelos de negocio de la economía colaborativa” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 111)

5. Fiscalidad ⁵⁸

La actividad de las plataformas de economía colaborativa está sujeta, al igual que el resto de actividades económicas, al grava-

⁵⁸ *Ibíd.* “Se insta a los Estados miembros a facilitar y mejorar la recaudación de impuestos utilizando las posibilidades que ofrecen las plataformas colaborativas, dado que estas ya registran la actividad económica. Las plataformas colaborativas deben adoptar una actitud proactiva en la cooperación con las autoridades fiscales a fin de establecer los parámetros para el intercambio de información sobre las obligaciones fiscales, al tiempo que garantizan el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos personales y sin perjuicio del régimen de responsabilidad de los intermediarios establecido en la Directiva sobre el comercio electrónico. Se invita a los Estados miembros a evaluar su normativa fiscal para crear condiciones de competencia equitativas para las empresas que prestan los mismos servicios. Los Estados miembros deben proseguir también sus esfuerzos de simplificación, aumentando la transparencia y publicando orientaciones en línea sobre la aplicación de la normativa fiscal a los modelos de empresa colaborativa” (Op. cit p. 16-17).

men del IRPF, impuesto de sociedades e IVA. Sin embargo, existen dificultades para identificar a los obligados tributarios y los ingresos sujetos a gravamen, dada la falta de información por parte de los prestadores de servicios. Pero la trazabilidad de las operaciones registradas a través de plataformas en línea podría simplificar esta tarea. La Comisión apuesta por un intercambio eficaz de información entre plataformas, autoridades y prestadores de servicios para ayudar a reducir la carga administrativa. La ampliación de las operaciones susceptibles de realizarse a través de la administración en línea podría igualmente ayudar a esta finalidad (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 111).

6. Seguimiento

La Comisión pretende realizar un seguimiento de la evolución de la economía colaborativa, que tendrá por objeto conocer las tendencias de los precios y la calidad de los servicios e identificar los obstáculos derivados de las normativas nacionales divergentes o de lagunas reglamentarias. Entre los instrumentos de seguimiento se contempla el recurso a encuestas periódicas de consumidores y empresas sobre la utilización de la economía colaborativa, el seguimiento de la evolución reglamentaria en los Estados miembros, diálogo entre las partes interesadas en el marco del Foro del Mercado Único dos veces al año, y resumen en el Cuadro de Indicadores del Mercado Único de los resultados del seguimiento de la economía colaborativa” (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 111).

Conclusión

La Comisión considera que los nuevos modelos de la economía colaborativa pueden aportar importantes beneficios al desarrollo y evolución del Mercado Único europeo, así como facilitar una modernización de la economía. La finalidad es fomentar la confianza de consumidores, empresas y autoridades públicas en la economía colaborativa, y ayudar a los Estados miembros a aplicar coherentemente la legislación de la UE en todo el mercado único (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 111).

En la práctica, estas recomendaciones de la Comisión se traducen en el apoyo a la actividad de plataformas colaborativas como Bla-bla-car, Uber, Cabify o Airbnb, que hasta ahora se habían encontrado con numerosas trabas a su actividad en algunos Estados miembros debido, sobre todo, a las quejas procedentes del sector transportes o alojamiento turísticos, servicios a día de hoy más demandados por los consumidores colaborativos (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 112).

El fomento de las actividades de economía colaborativa faculta a los particulares para compartir los gastos generados con ocasión de la prestación de determinado servicio, por ejemplo el de transporte, siempre que se encuadre en el marco de una relación peer-to-peer entre particulares y que el prestador no persiga lucrarse económicamente de su actividad o encubrir la prestación de una actividad de forma profesional y evitar así el pago de impuestos y la aplicación de la normativa de protección al consumidor (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 112).

La diferenciación entre plataforma que actúa como prestador de servicios o como mero intermediario entre particulares es esencial para determinar la normativa que le resulta de aplicación. A este respecto, será necesario tener en cuenta la frecuencia con que se presten los servicios, el fin lucrativo del prestador y su volumen de negocio (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 112).

La Comunicación de la Comisión es un documento no vinculante que se limita a dar directrices a los Estados miembros para el fomento de la economía colaborativa. Sin embargo, sólo se mencionan dos propuestas concretas, a saber, el establecimiento de umbrales económicos a los beneficios obtenidos por la actividad de prestación de servicios y la limitación temporal en los arrendamientos de vivienda vacacional, para que los particulares que intercambien servicios en una plataforma colaborativa sin superar estos umbrales no se vean perjudicados por el establecimiento de requisitos más estrictos exigibles a los profesionales del sector. Por lo demás, las indicaciones de la Comisión se limitan a recomendar una revisión de la legislación de los Estados miembros para adaptarla a los nuevos modelos de economía colaborativa (Universidad de Castilla-La Mancha, 2020, p. 112).

Estado Social de Derecho y economía colaborativa

Un nuevo enfoque

A partir de la evolución del concepto de Estado, la cual fue revisada al inicio de este documento, donde se destacó el modelo del Estado Liberal, su paso al Estado de Bienestar y su llegada al modelo Estado Social, enfocándose “en los principios básicos de libertad e igualdad y la aplicación de la ley” (Handle, 2020) y la constitución; y establecido el alcance del concepto de economía colaborativa, su auge y los parámetros bajo los cuales se busca regularla, tanto a nivel local como en la Unión Europea, se intentará esbozar un enfoque que permita adaptar esta nueva realidad al Estado Social de Derecho colombiano.

Al entender que en la economía colaborativa el consumidor adquire adicionalmente la calidad de prestador de servicios, aspecto cardinal que la diferencia de la economía tradicional, es necesario, desde el Estado Social de Derecho analizar las características propias de esta nueva realidad económica, a efectos de encontrar la mejor forma de afrontarla. Se trata, entonces, de acoplarla a los fines que busca el Estado Social de Derecho, por lo cual se advierte que se requiere un enfoque amplio e inicialmente flexible, a partir del cual se puedan construir nuevas fórmulas de regulación, o adaptar las existentes modificándolas o excluyéndolas, es decir, se debe innovar frente a dicho fenómeno, de conformidad con su naturaleza dinámica y cambiante, además de buscar las soluciones a los conflictos que se presenten o que eventualmente surjan, empeño que implica su justo conocimiento y magnitud.

Es claro que la irrupción de la economía colaborativa en Colombia constituye un desafío regulatorio y una oportunidad económica y social única, que debe ser entendida y manejada conforme a la visión de Estado establecida en la constitución de 1991. De ahí que, el enfoque debe no solamente englobar totalmente la naturaleza del fenómeno económico, sino ir más allá, al fijar como objetivo su aprovechamiento, para maximizar aquellos aspectos que puedan ser entendidos como bondades, en tanto logren impulsar la materialización de los fines del modelo de Estado.

Si bien a nivel internacional, se han escrito a la fecha, múltiples teorías desde diferentes disciplinas, entorno a “la forma en que debe enfrentarse el fenómeno de la Economía Colaborativa” (CIRIEC España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 2020, p. 17), también es cierto, que dichos análisis y estudios corresponden a otras latitudes con realidades sociales, económicas y culturales diferentes, en donde no se comparten las mismas circunstancias, ni el mismo marco jurídico, sin embargo, las experiencias en regulación, a veces casi experimentales, deben ser analizadas a fin de evitar mayores tropiezos y efectos no deseados⁵⁹

Como se indicó anteriormente, la economía colaborativa constituye una oportunidad única, la cual debe imperativamente entenderse como la posibilidad de utilizar los mecanismos y dinámicas propias de esta, en la búsqueda efectiva de una redistribución de ingresos con miras a una mayor igualdad material o a un nivel digno de vida, razón que invita a generar un nuevo enfoque desde el Estado, pero con participación de los actores. Es decir, el imperio del Estado, al alcance de los ciudadanos para forjar un entorno jurídico-económico eficiente y democrático.

⁵⁹ “Prohíben Rappi y otras ‘apps’ de domicilios en Buenos Aires por motivos de seguridad. Pedidos Ya y Glovo son las otras empresas damnificadas por la decisión de un juez que pide que se cumplan los requisitos legales para los repartidores. En concreto, el juez Roberto Gallardo instó al Ejecutivo local a impedir el funcionamiento de esas empresas de ‘delivery’, así como de toda las firmas que realicen la actividad de mensajería y reparto a domicilio que no cumplan con la normativa, “hasta tanto esté acreditada judicialmente la adecuación” a los requisitos legales. Las firmas deberán garantizar que todos sus repartidores circulen, ya sea en moto o bicicleta, utilizando casco, que la caja portaobjetos esté anclada y no en la espalda del repartidor, y circulen con seguro de vida y accidentes. También que posean libreta sanitaria, y que los vehículos cuenten con adecuada señalización nocturna. El titular del juzgado de primera instancia en lo Contencioso Administrativo y Tributario número dos ordenó también al gobierno de Buenos Aires que diseñe y ejecute un plan de contingencia económica y social para todos los repartidores de esas firmas, cuya actividad ha crecido de forma exponencial en los últimos tiempos. Además, solicita que compense la “reducción de sus ingresos dinerarios”

hasta que se normalice la situación objetiva y el encuadre legal de las empresas. Esta decisión se da después de que el 6 de diciembre pasado el tribunal dispusiera de forma precautoria, a pedido de la Defensoría del Pueblo, organizaciones sindicales y diversas empresas, una serie de medidas por el grave riesgo a la seguridad en la vía pública y por la integridad de los conductores de bicicletas. Sin embargo, el fallo del juez destaca que esas medidas, que habían sido trasladadas al Ejecutivo, no fueron cumplidas. “De la información oficial aportada por el Ministerio de Salud, surge que en el lapso de un mes y solo en relación a los hospitales públicos de la Ciudad, se registraron 25 accidentes en la vía pública que involucraron a conductores de motos o bicicletas afectadas al servicio de mensajería y/o reparto a domicilio”, remarca el dictamen”. Información extraída de: <https://www.pulzo.com/mundo/prohíben-rappi-argentina-por-seguridad-repartidores-PP677328>

La rigidez de la normatividad establecida para la economía tradicional, que en algunas ocasiones tiende a restringirla, en principio, no debería trasladarse sin suficiente análisis y valoración a la economía colaborativa, pues básicamente constituye un serio error, ya que se requiere una nueva visión frente a este fenómeno que le permita desarrollarse libremente, con el fin de establecer sus verdaderos alcances en Colombia. Una economía que se encuentra en sus inicios, no debe ser objeto de fuertes regulaciones, producto de la inmediatez o afán regulatorio, que impiden el desarrollo de su máximo potencial, con esto, no se quiere desconocer la necesidad de generar algún tipo de marco regulatorio o de aplicar el existente una vez adaptado, sin embargo, debe atenderse primeramente a la naturaleza misma de la economía colaborativa para establecerlo, no debe entonces intentar regularse la economía colaborativa bajo las mismas formas y normas preestablecidas para un modelo de economía diferente, pues seguramente los efectos no serán iguales y probablemente resulten nocivos para el impulso económico que esta representa.

En otros lugares del mundo, los desarrollos de la economía colaborativa han sido mayores y generado, por parte de los jugadores de la economía tradicional, molestias, acusaciones de competencia desleal, de precarización del empleo, de evasión fiscal, entre otras. De modo que, no se puede perder de vista que son fenómenos que seguramente pueden llegar a ocurrir en las plataformas colaborativas locales e internacionales que presten sus servicios en Colombia, lo cual, no quiere decir que se deben copiar las reacciones y las soluciones establecidas en otros países, pues en algunos hay tendencia a la regulación y en otros, por el contrario, se ha buscado fortalecer las iniciativas de economía colaborativa más allá de generar normas que delimiten, des-aceleran o impidan su desarrollo ⁶⁰.

⁶⁰ Sobre el particular en el caso Uber. Amaya María, Forero Hernán. "Intervención estatal en la economía colaborativa: Crowdfunding en Colombia". Universidad Militar Nueva Granada. Facultad de Derecho. Bogotá D.C. 2016. Extraído de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15521/HERNANDARIOFOREROCARRILLO2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y> "El Tribunal Superior de Londres, dictamino que el servicio de UberX está plenamente permitido teniendo en cuenta que la forma en la que se calculan las tarifas de cada viaje es completamente legal y no vulnera ninguna disposición establecida dentro de su ordenamiento jurídico, lo anterior teniendo en cuenta que la empresa "Transport for London" que se encarga de gestionar el transporte en esta ciudad, demanda a la compañía indicando que estaba vulnerando la norma "Private Hire Vehicles (London) Act 1988" que prohíbe que los autos particulares estén equipados con taxímetros, infiriendo que la aplicación móvil desarrollada por Uber empleaba un sistema equivalente al usado por los "Black cabs" (taxis). En consecuencia a lo anterior, fue declarado que 35 el sistema de GPS usado por la Compañía para calcular las tarifas no estaba regulado y por tal motivo se podrían seguir prestando

El marco constitucional establecido por la carta de 1991, bajo el cual se ha regulado la economía tradicional en Colombia, también debe ser el marco de la economía colaborativa. Sin embargo, se cree que este tipo de economía reciente, en principio, no debe intentar regularse inmediatamente en forma tan detallada ni tan minuciosa, pues inicialmente, a la par de su desarrollo, debe preferiblemente encontrar sus límites en la constitución, toda vez que se encuentre ante un fenómeno de nuevas realidades, que no atiende los parámetros con los cuales se rige la economía tradicional, se aboga entonces, por un mecanismo de soft-law⁶¹ que busque en forma práctica y flexible, establecer cuáles pueden ser las soluciones regulatorias para

dichos servicios. (Transport for London vs Uber & Others, 2015)'. También, sobre el particular en el caso AirBnB Ibidem "A través del acto denominado "Deregulation Act 2015" establece los parámetros que deberán tener en cuenta los propietarios de bienes inmuebles en relación con el llamado "Short-term use accommodation", en dicha regulación se establece que solo podrán poner estos bienes a disposición de los turistas por un término máximo de 90 días al año sin la necesidad de adquirir una licencia otorgada por el Estado; lo anterior con el fin que las personas tengan la posibilidad de aumentar sus ingresos y así mismo aumente la oferta de alojamiento turístico en el país, con el fin principal de aumentar el turismo en general, estableciendo así una restricción adecuada puesto que de esta manera no se ve afectada la cantidad de viviendas a disposición de los ciudadanos residentes permanentemente en Reino Unido (United Kingdom Government, 2015). Esta medida se suma a otras tomadas por el gobierno de Reino Unido en favor de la economía colaborativa (United Kingdom Government, 2015), tras la publicación del documento titulado "Unlocking the sharing economy, an independent review" (avalado por el gobierno de Reino Unido a través del Ministro de Estado para los Negocios, la Empresa y la Energía, Hon Matthew Hancock) por parte de la CEO de la compañía Love Home Swap (competencia de AirBnb) Debbie 45 Woskrow, en donde realiza una serie de recomendaciones ante la necesidad latente de regular en favor de las personas todos los sistemas de economía colaborativa que mediante la innovación tecnológica crean diferentes alternativas en beneficio de la población y la economía de la Nación, en lugar de fijar una posición restrictiva en favor de las empresas que se rigen bajo modelos tradicionales (Woskrow, 2014).

⁶¹ BALDASSARE Pastore. Soft Law y La Teoría de las Fuentes del Derecho Università degli Studi di Ferrara. (2014) "El soft law está presente también en los ordenamientos nacionales. En este ámbito, de hecho, los fenómenos que necesitan cumplir con la necesidad de flexibilidad y articulación de la intervención regulativa son varios. Se trata de experiencias relacionadas con la difusión de organismos como autoridades administrativas independientes y comisiones éticas, designadas para establecer y hacer respetar las reglas deontológicas y comportamentales de determinadas profesiones o actividades. Estos sujetos operan principalmente a través de la formulación de consejos, directivas y recomendaciones que, aunque no produzcan efectos jurídicos y prescindan de una estricta disciplina vinculante, mantienen una relevancia en el mundo jurídico. Asimismo, estos fenómenos están relacionados con la definición de aquellas formas de autodeterminación normativa que necesitan de disciplinas ligeras, elásticas y flexibles como respuesta a la complejidad del orden social. Las "normas ligeras" se utilizan también en algunos sectores de ordenación vigente para orientar la actividad de los destinatarios hacia un objetivo, sin necesidad de imponer un determinado comportamiento. Estos fenómenos indican un cambio en el modelo de regulación: no tan orientado hacia normas rígidas, impuestas a los ciudadanos en general y basadas en circunstancias analíticas, sino más bien enfocado a la necesidad del proceso normativo de adaptarse a las dinámicas sociales, económicas y tecnológicas en constante mutación. Estos cambios también nos llevan a un modelo más idóneo que tenga en cuenta los diferentes intereses en juego con el fin de orientar el comportamiento de los sujetos, sin obligarle a ninguno en concreto" (p. 80). Recuperado de: https://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatolica/revistas_ucatolica/index.php/SoftP/article/view/1772/1616.

los desafíos que las plataformas de economía colaborativa vayan presentando y que permitan su adaptación a los fines del modelo de Estado, pero con la visión puesta en que estas se conviertan para los ciudadanos y el Estado, en herramientas prácticas que ayuden a materializar un mínimo vital y más allá, bajo la tutela de un estado acompañante.

“En la medida en que la economía colaborativa” (Instituto del Derecho Social y del Trabajo, 2017) vaya desarrollándose en el país, seguramente presentará fuertes discusiones y conflictos que eventualmente deberán ser solucionados por los jueces en sede de tutela, cuando se vulneren derechos fundamentales, fallos que, en caso de ser revisados por la Corte Constitucional, en uso de sus facultades, permitirá al máximo tribunal, establecer parámetros a seguir para regular la economía colaborativa conforme al texto de la carta y con suerte se adopte el enfoque de “herramienta” para conseguir los fines del Estado de Derecho que se patrocina en este escrito.

La nueva visión menos rígida, requiere indudablemente, de cara al futuro, de una autoridad regulatoria de carácter técnico, como la CREG, que le permita al Estado estar a la vanguardia de los incesantes cambios tecnológicos, en constante diálogo con las plataformas colaborativas, con los posibles jugadores que quieran entrar al mercado digital, alejada de la influencia de grupos de interés y en comunicación con los entes del estado cuyas competencias requieran de su orientación técnica y concepto en temas transversales.

El dinamismo de la economía colaborativa que “va de la mano con el desarrollo tecnológico” (Itsafae, 2020), requiere de una visión nueva que incluya autoridades con capacidad técnica y jurídica, que lleven a subordinar la tecnología a “los fines del Estado social de derecho” (Universidad Libre de Colombia, 2020), a impulsar el desarrollo, la innovación local, la formalización, “garantizar condiciones justas de trabajo y la oportuna protección de los consumidores” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).

En este orden de ideas, bien vale pena dar lectura minuciosa a las palabras del “presidente de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) de España, José María Marín Quemada” (Com-

petition Policy International, 2020, p. 1), con ocasión de la Clausura de la Jornada “Retos y Oportunidades de la Economía Colaborativa en la Logística y el Transporte” (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2019, p. 1)⁶² que mantiene un enfoque amplio. A continuación se abordan:

Retos y oportunidades de la economía colaborativa en la logística y el transporte (Universidad de Jaén, 2020) 15 de febrero de 2018. Clausura:

1. La economía colaborativa ha sido una de las prioridades de la CNMC en los últimos años.
 - La “CNMC ha sido una de las primeras autoridades de competencia” (Ciriec Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa, 2020, p. 1) en el ámbito mundial en analizar en profundidad este fenómeno.
 - En otoño de 2014 se lanzó la primera consulta pública sobre “Economía colaborativa y nuevos modelos de prestación de servicios por internet” (Economía Colaborativa y Regulación, 2016, p. 1) (más de 200 contribuciones) la economía colaborativa muestra un mayor potencial y donde algunas autoridades hacen más esfuerzos para frenarla.
 - A principios de 2016 se lanzó una segunda consulta pública, en esta ocasión sobre unas “Conclusiones Preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa” (Universidad de Strathclyde, 2020, p. 1) (más de 1.000 respuestas). Pero la labor de la CNMC ha ido más allá de los estudios e informes. La CNMC ha asumido la tarea de impugnar la normativa que menoscaba la competencia sin respetar los principios de regulación económica eficiente sobre dos bases:
 - » Necesidad: Toda normativa “ha de estar justificada por la existencia de fallos de mercado” (Universidad de Valladolid, 2020, p. 1) o razones imperiosas de interés general.

⁶² <https://www.cnmc.es/en/node/367232>

- » Proporcionalidad: Los costes de la regulación no pueden superar los daños que se pretenden evitar.
- Las impugnaciones:
 - » Han afectado a normativa de índole estatal, autonómica y local.
 - » Han afectado a distintos sectores, aunque “en los últimos años con un énfasis especial en turismo y transporte” (Documents, 2017, p. 1), pues es donde la economía colaborativa muestra un mayor potencial y donde algunas autoridades hacen más esfuerzos para frenarla.
- En las sentencias que se han ido produciendo (5 desde 2014 más 1 caso en el que la Administración se avino a cambiar la norma), los tribunales han confirmado la visión de la CNMC:
 - » “Gran parte de este éxito se debe a que en nuestros informes económicos explicamos los efectos nocivos de la normativa y procuramos cuantificar el coste para la eficiencia y el bienestar” (Competition Policy International, 2020, p. 2).
 - » Advertencia: Las sentencias son un “aviso a navegantes” para autoridades que estén pensando en restringir el fenómeno de la economía colaborativa (solo estarán “comprando tiempo”; creo, hasta que una sentencia judicial anule su normativa por ser contraria a la libertad de empresa, amparada por la Constitución.
 - » A la unidad de mercado, la buena regulación y la libre competencia, amparadas por leyes.
- 2. La CNMC mantiene un vivo y genuino interés en seguir investigando la economía digital.
 - Se trata de un fenómeno en evolución constante: Actualmente “se habla más de “economía digital” o “economía de las plataformas” que de “economía colaborativa”. La razón es que se trata de un fenómeno transversal” (Universidad de Jaén, 2020, p. 2), que “afecta tanto a los nuevos modelos de negocio como a los tradicionales” (Cixug, 2020).

- La economía digital no se puede parar, pues está impulsada por unos factores tecnológicos y socioeconómicos de carácter estructural.
 - » Particularmente los tecnológicos (Uso de apps, uso de la geolocalización por GPS) son muy visibles en los ámbitos de la logística y el transporte.
- La economía digital no se debe parar, pues ofrece unas enormes posibilidades de eficiencia y competencia.
 - » La economía digital permite crear nuevos servicios y mercados y ensanchar los existentes, creando mayor competencia. Esto puede generar grandes ganancias de bienestar, innovación y crecimiento económico.
- Es cierto que la economía digital es disruptiva para los operadores y para los reguladores:

Los operadores instalados deben adaptarse a la entrada de nuevos competidores de nuevos modos de prestación de servicios. Pero también estos operadores instalados pueden abrazar estas innovaciones en el transporte y la logística.

- » Los reguladores tienen que revisar la regulación sectorial de acuerdo a principios de regulación económica eficiente y modernizar la regulación horizontal en materia fiscal y laboral, un aspecto clave para todos los sectores, pero especialmente para transporte y logística. La nueva economía de plataformas digitales supone retos en este sentido, pero también supone ventajas por la trazabilidad de las transacciones.
- Por eso, los operadores instalados y los reguladores deben evitar la introducción de restricciones para retrasar la economía digital. “La CNMC permanecerá especialmente vigilante para evitar comportamientos de operadores contrarios a la competencia en el sector digital y regulaciones que protegen injustificadamente a los sectores tradicionales” (Universidad de Jaén, 2020, p. 3).
- Precisamente, una de las prioridades de la CNMC este año es reforzar y mejorar el uso de su legitimación activa para impugnar normas distorsionadoras de la competencia.

Se va a:

- Mejorar los mecanismos de detección, evaluación y acción, ante actos o disposiciones de las administraciones públicas, que obstaculicen la competencia efectiva.
- Promover la mejora de la colaboración y coordinación con “las autoridades de competencia de las comunidades autónomas” (Competition Policy International, 2020, p. 4)

En fin, muchas gracias por su atención durante estos minutos y a trabajar.

Finalmente, el cambio de enfoque en la regulación debe partir preferiblemente de un ejercicio de colaboración y entendimiento entre el Estado y las plataformas colaborativas, sin desconocer su autoridad y sus fines, en el cual se llegue a fórmulas que generen resultados económicos favorables a los usuarios. Este cambio de visión también incluye que el estado reciba información valiosa en tiempo real, pues las plataformas colaborativas pueden ejercer un control superior, gracias a la capacidad vigilante de cada usuario y la misma plataforma⁶³, característica que el Estado finalmente podrá aprovechar y para esto tendrá que estar en forma de plataforma colaborativa para ejercer ciertas actividades. Bien vale la pena que el Estado sea un jugador más de la economía colaborativa se adapte y regule conociendo desde adentro.

Autorregulación y corregulación

La propuesta de un enfoque más amplio y la existencia un órgano regulador del fenómeno, se considera que no resulta suficiente, pues la autorregulación es un elemento clave y complementario para abordar

⁶³ “La era de la información no excluye al derecho de su ámbito de influencia. Las plataformas digitales permiten un control de cumplimiento normativo que hace unos años era inimaginable para la Administración pública. Esta idea abstracta podemos explicarla en la actualidad con supuestos concretos: plataformas como Airbnb [donde particulares y profesionales alquilan pisos, casas y/o habitaciones] han suscrito acuerdos con algunas ciudades —por ejemplo, Amsterdam o San Francisco— para intercambiar información y recaudar determinadas tasas. Uber [la plataforma que ha soliviantado a los taxistas de todos el mundo] ya comparte información con autoridades en materia de movilidad o trabaja con la autoridad fiscal de Estonia. En España, el Ministerio de Hacienda accede en tiempo real a la actividad entre los operadores de juego online y sus jugadores”. Recuperado de: <https://ecolaborativa.com/tag/autorregulacion/>

la realidad variante de la economía colaborativa. Cuando se habla de autorregulación, se entiende que se hace alusión a directrices, parámetros u obligaciones de comportamiento asumidos libremente, con el fin de organizar y permitir cierto desarrollo. Se proyecta ordenar la voluntad a códigos de conducta previamente establecidos de común acuerdo.

En el caso de las plataformas colaborativas, el desarrollo o implementación de un sistema robusto de autorregulación resulta fundamental, en la medida en que son estas mismas plataformas, las llamadas a proteger su entorno digital, su negocio, a efectos de mantener niveles aceptables en diferentes aspectos que bien podrían ser intervenidos por el estado y no de la mejor forma dado su desconocimiento.

Al tener en cuenta el aspecto tecnológico y su incesante desarrollo, así como la necesidad del Estado de estar en permanente comunicación con este nuevo fenómeno económico y sus exponentes principales, en las plataformas colaborativas se considera la autorregulación como la ruta más adecuada para permanecer a la vanguardia de los cambios. En otros términos, debe permitirse la autorregulación y realizarse un acompañamiento permanente para entenderla y desautorizarla cuando resulte necesario, bajo un enfoque amplio que permita su progreso y mejora.

Lo anterior, bien puede entenderse como una corregulación, es decir, que el Estado intervenga en aquellas fórmulas propuestas por los actores del mercado y de este modo mantener un canal de comunicación permanente y lo más importante actualizado. Se prevé que para llegar a este escenario los actores deben tener plena confianza en el sistema regulatorio, en cual el mecanismo de autorregulación juegue o tenga un papel de mayor relevancia, siempre bajo el acompañamiento del ente regulador estatal.

En este orden de ideas y con ocasión del “Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «La economía colaborativa y la autorregulación»” (Repositorio Universidad Pontificia Comillas, 2015, p. 36)⁶⁴, sin embargo, el tema no fue incluido en la *Agenda Europea para la economía colaborativa*⁶⁵. A continuación se desarrollan:

- Un papel especial para la autorregulación
 - » El CESE siempre ha entendido que ni las instituciones de la UE ni las autoridades nacionales deben definir los contenidos de los códigos de autorregulación, que deben dejarse a la discreción total de las partes, siempre y cuando no pretendan obtener un reconocimiento vinculante entre las partes.
 - » No obstante, “en la medida en que tales acuerdos aspiren a ser reconocidos «como instrumento accesorio de regulación en un determinado ordenamiento jurídico», el CESE declaró, en su Dictamen antes citado, que la UE debe «definir claramente los parámetros que determinan su reconocimiento, los principios por los que deben regirse y sus límites». Esta doctrina se aplica plenamente al caso de la economía colaborativa, que no debe quedar al margen de ella” (EUR-Lex, 2020, p. 44).
 - » El CESE lamenta que el nuevo Acuerdo Interinstitucional entre el Consejo, el Parlamento y la Comisión, aprobado el 13 de abril de 2016, no haya sido perfeccionado por dichas instituciones en el sentido preconizado por el Comité en su Dictamen sobre la autorregulación y la corregulación (SRCR) en lo referente a lo que en esta materia constaba en el anterior acuerdo; lamenta asimismo que la cuestión de la SRCR se limite ahora a una referencia vaga en la Comunicación sobre el paquete «Legislar mejor», que remite a una nota a pie de página en la que se enuncian los principios para un mejor uso de la SRCR y a la plataforma CoP, aparte de algunas menciones dispersas en las «Directrices» y la «Toolbox».
 - » “Ahora bien, si hay un ámbito en el que es necesario definir los parámetros antes enunciados para dotarlo de credibilidad

⁶⁴ Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «La economía colaborativa y la autorregulación» (Dictamen exploratorio) (2016/C 303/05). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016AE0933&from=ES>

⁶⁵ CIRIEC España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 2020.

y confianza entre los usuarios ese es sin duda el de la economía colaborativa, que ganaría mucho con un marco de autorregulación y correulación sólidamente construido a escala europea” (EUR-Lex, 2020, p. 44).

- » “Se espera así con expectación la anunciada agenda europea para la economía colaborativa y se insta ya a la Comisión a que no descuide los aspectos de la regulación de esta actividad y el papel que en ella deben desempeñar la autorregulación y la correulación” (EUR-Lex, 2020, p. 44).

Alternativa, plataformas cooperativas

Finalmente se debe destacar que, si bien se aboga por una elasticidad y flexibilidad de las normas, por una autoridad especial y la posibilidad de autorregulación, mientras esto se discute, la economía colaborativa ya entrega soluciones a partir de sus propios desarrollos, los cuales han abierto la posibilidad de nuevas formas alternativas de plataformas, más éticas y con menos precarización laboral, en donde los usuarios pueden llegar a ser los dueños.

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 (Ciriec Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa, 2020, p. 9)⁶⁶

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

⁶⁶ Cfr. ALFONSO, R. (2016). Op. Cit. p244

valor y conferirles la propiedad de las plataformas, como medio más colaborativo de hacer economía colaborativa (Ciriec Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa, 2020, p. 17) ⁶⁷.

Un ejemplo del cambio que se avecina como efecto de las plataformas colaborativas convencionales es Fairbnb.coop ⁶⁸:

“Pero, ¿qué es Fairbnb.coop? Es una plataforma de alquiler vacacional que solo contiene alojamientos legales y éticos y dona el 50% de la comisión de servicio a proyectos sociales locales elegidos por los vecinos y los viajeros” (Fairbnb.coop, 2020, p. 2).

Fairbnb.coop ofrece cuatro ventajas respecto a otras plataformas:

- **Transparencia:** Colabora activamente con administraciones públicas para asegurar la legalidad de las propiedades que ofrece.
- **Valor local añadido:** El 50% de la comisión recaudada se dona a proyectos sociales elegidos por los viajeros y los residentes.
- **Participación:** La comunidad local ayuda a crecer y contribuye a decidir cómo opera la plataforma en su zona.
- **“Homesharing” eral:** Política de ‘1 usuario – 1 casa’. Como regla general, los anfitriones solo pueden ofrecer una propiedad en alquiler” (Fairbnb.coop, 2020).

Características diferenciadoras:

- » “Somos transparentes Compartimos datos no personales sobre nuestras transacciones con administraciones públicas de forma que puedan entender el impacto del real del turismo en su área” (Fairbnb.coop, 2020, p. 4).

⁶⁷ Ibid. Op. cit p. 253

⁶⁸ <https://fairbnb.coop/es/>

- » “Somos 100% respetuosos con las regulaciones locales y autonómicas las cuales complementamos con sugerencias de nuestras comunidades locales” (Fairbnb.coop, 2020, p. 4).
- » “Aplicamos la política ‘1 usuario – 1 casa’ para prevenir la existencia de ‘multi-hosts’ en nuestra plataforma, limitando así el efecto de los alojamientos vacacionales en el mercado de vivienda” (Fairbnb.coop, 2020, p. 4).
- » “Nuestra plataforma no es propiedad de inversores desconocidos sino de aquellos que trabajamos en ella, de quienes la usan y quienes sienten el impacto de su uso” (Fairbnb.coop, 2020, p. 5).
- » “Operamos con un modelo de copropiedad, pero también de co-gobernanza” (Fairbnb.coop, 2020, p. 5).
- » “Nuestras decisiones se toman de forma colaborativa a través de un modelo de gobernanza distribuida” (Fairbnb.coop, 2020, p. 5).
- » “ Fomentamos las economías y proyectos locales: la mitad de nuestra comisión vuelve a la comunidad local a través de donaciones a proyectos seleccionados por vecinos y viajeros” (Fairbnb.coop, 2020, p. 6)..
- » “ Los Nodos Locales son el motor de nuestra organización a nivel local y representan nuestra conexión con el territorio y la “tecnología real” de Fairbnb.coop.” (Fairbnb.coop, 2020, p. 6) ⁶⁹.

Conclusiones

Los principios de libertad, igualdad, libertad de empresa, dignidad y mínimo vital encuentran en la economía colaborativa, un vehículo para su materialización, siempre y cuando el Estado logre generar un entorno regulatorio, que no obstaculice el desarrollo de los modelos de negocio actuales y futuros que permiten las plataformas colaborativas.

El marco constitucional “del Estado social de derecho, debe encontrar en los mecanismos regulatorios aplicados a la economía colaborativa” (Biblioteca Digital Universidad Nacional de Colombia, 2017),

⁶⁹ Ibidem.

un medio que le permita aprovechar las plataformas y modelos de negocio actuales y futuros, como fuentes dignas de ingresos de sus ciudadanos.

La autodeterminación de los ciudadanos, requiere que el marco regulatorio de la economía colaborativa, no solamente la proteja, sino que impulse el aprovechamiento de las posibilidades que esta puede aportar en ese sentido.

Las recomendaciones hechas en la Agenda para la Economía Colaborativa, que orienta jurídicamente cuestiones fundamentales que el operador o regulador del mercado tendrá que manejar, no obstante, su utilidad se considera que requiere un marco de principios rectores y que sean resultado de un estudio o “análisis de la economía colaborativa a nivel local, con el objetivo de subordinarla a los fines que busca el estado social de derecho” (Economía Colaborativa y Regulación, 2016, p. 26) en Colombia.

El recorrido realizado permite establecer, sin lugar a dudas, la incontrovertible necesidad de regular un fenómeno que en Colombia todavía resulta incipiente y en esa medida, se requiere de un esfuerzo del Estado, con el fin de generar canales de comunicación y colaboración apropiados con los actores de esta nueva economía, que permitan un mejor entendimiento del fenómeno, a efectos de intentar su regulación.

El reto regulatorio en Colombia es utilizar la economía colaborativa, como motor de desarrollo, que capte un segmento de la población que no genera ingreso para un nivel de vida digno, toda vez que no encuentra lugar en los modelos de negocios tradicionales.

El enfoque regulatorio debe estar dirigido a instaurar una regulación que convierta los esquemas de economía colaborativa en una herramienta, que, subordinada a la tutela del Estado, les permita a aquellas personas que no están integradas al trabajo en el sistema de empresa tradicional, generar los ingresos necesarios para mantener o alcanzar un mínimo vital.

Colombia está a tiempo de establecer un órgano regulador del mercado digital y de las plataformas colaborativas, cuyo carácter eminentemente técnico, requiere de un conocimiento especializado para ser intervenido en debida forma y conforme a “las necesidades presentes y futuras de los ciudadanos” (Mviv Vivienda, Información y Actualidad, 2020) que las utilizan.

A nivel local e internacionalmente los esfuerzos se han concentrado en estudiar los diferentes aspectos que de un modo u otro resultan ambiguos, sin embargo, pareciera que se ve al modelo de economía colaborativa, como un depredador de la economía tradicional, cuando lo que se debe es entender que se está ante un fenómeno irresistible, al cual se debe adaptar antes que generar políticas prohibicionistas.

El esfuerzo regulatorio debe contar con un enfoque nuevo que entienda la naturaleza del fenómeno que va a regular, con tal fin resulta conveniente adoptar un mecanismo de principios generales, un organismo regulador para todos los “modelos de negocio que se establezcan alrededor de la economía colaborativa” (Documentop Documentos de Búsqueda, 2020, p. 268), un acercamiento entre la autoridad regulatoria y los actores del mercado en la cual se permitan modelos de autorregulación con el acompañamiento del Estado.

El Estado colombiano debe innovar e ir más allá de los parámetros establecidos en Europa, además debe incursionar en la economía colaborativa como actor e impulsar las plataformas de carácter cooperativo que ya empiezan a generarse.

El mercado contemplado desde la óptica de un Estado Social de Derecho, permite señalar que la intervención regulatoria, más allá de corregir los fallos del mercado, delimitar “el ejercicio de la libertad de empresa” (Coeccr Reparar su Automóvil con Exito, 2020) y proteger la competencia, debe propender por el respeto de sus fines y en esa medida, la exigencia de su aislamiento efectivo del vaivén político y el aumento sus capacidades profesionales y logísticas, resulta esencial para el cumplimiento de su tarea.

Los nuevos retos de la economía colaborativa: la responsabilidad civil de Uber y aplicaciones similares frente a terceros en accidentes de tránsito

Alfy Rosas Sánchez

Abogado y especialista en derecho administrativo de la Universidad Libre a la espera de ceremonia de grado en Maestría de Responsabilidad “Civil y del Estado en la Universidad Externado” y estudiante de Doctorado en la Universidad de Buenos Aires. Docente de derecho público y asesor de diferentes entidades del Estado, actualmente trabaja en la Presidencia de la República. Representó al país en diversos escenarios internacionales como el *Concurso Interamericano de Derechos Humanos de la American University* en Washington, el modelo de Naciones Unidas sobre cambio climático en Lima y las conferencias de Derecho Internacional Humanitario de las Américas.

Resumen

La economía colaborativa y sus lógicas suponen la existencia de grandes retos para el mundo jurídico, entre ellos, la determinación de la responsabilidad civil de algunas aplicaciones ante accidentes de tránsito. El uso Uber, Cabify, Beat, entre otras, no implica la existencia de contratos de transporte, lo que pareciera diluir su posible responsabilidad civil ante accidentes de tránsito. Sin embargo, tratándose de la conducción de vehículos, la imputación derivada de actividades riesgosas implica un análisis diferente, enfocándose en el provecho o beneficio que la actividad riesgosa reporta para las partes. De esta forma, el presente artículo intenta analizar la responsabilidad de estas aplicaciones bajo el esquema de la responsabilidad civil derivada del riesgo.

Palabras clave: Actividades riesgosas o peligrosas, Contrato de transporte, Economía colaborativa, Responsabilidad civil, Riesgo provecho o beneficio.

Introducción

Las nuevas formas de economía colaborativa y sus intrínsecas relaciones con el comercio electrónico imponen inmensos retos al mundo jurídico, no solamente por lo estática que pareciera la legislación mundial y en especial la colombiana, sino que además, las dinámicas propias de la tecnología e innovación dejan en un absoluto rezago a las lentas respuestas del derecho.

En el caso particular de servicios como Uber, Beat, Cabify, entre otros, no se tienen respuesta univocas sobre su responsabilidad ante accidente de tránsito en el que se encuentren inmersos vehículos “que estén prestando el servicio de transporte” (Revistas Científicas Editorial Usco Universidad Surcolombiana, 2020, p. 2) a través de esas aplicaciones. Por lo anterior, en las siguientes líneas se buscará solucionar diversos interrogantes sobre el particular, para ello se partirá de la naturaleza jurídica de los contratos de los usuarios con estas plataformas y de estas, a su vez, con los proveedores del servicio, es decir, las personas que conducen esos vehículos.

De esta forma, se presentará el esquema general de la responsabilidad civil enfocado en las formas de atribución de las llamadas actividades riesgosas o peligrosas, para ello se hará énfasis en cada uno de sus escenarios, para concluir si quienes se aprovechan económicamente de la actividad, sin que presenten propiamente el servicio, están llamados a responder en el escenario jurídico colombiano.

Contratos a través de las aplicaciones

Es una verdad a gritos que la tecnología e innovación han desembocado en un sin número de actuaciones jurídicas que antes eran inimaginables, las cuales van desde solicitar créditos a entidades financieras en tan solo minutos, compras de todo tipo de bienes e inclusive la adquisición de servicios en tiempo real.

También es una verdad que en la legislación colombiana, a pesar de no tener el dinamismo de la tecnología, permite todo este tipo de interacciones e inclusive las ampara bajo ciertos tipos contractuales, pues desde el mismo Código Civil se conceptualiza sobre los contratos consensuales, entendidos como aquellos que requieren para su perfeccionamiento única y exclusivamente el acuerdo de voluntades entre los elementos esenciales del contrato (Alary Houin, 1991). Así, por ejemplo, en el caso de la compraventa se requiere solamente del acuerdo entre la cosa a vender y su precio para que se entienda perfeccionado ese contrato.

Por su parte, al entender las complejidades del mundo del comercio, el legislador no optó por el establecimiento de tipos de contratos únicos y, por tanto, bajo las reglas de “la autonomía de la voluntad” (La Web del Emprendedor, 2020), las partes pueden crear contratos atípicos e innominados (Saavedra, 2004) sin ningún tipo de restricciones más allá del orden público.

En virtud de lo anterior, se encuentran cientos de contratos, que pese a no tener una regulación expresa que reglamenten su forma de ejecución, cumplimiento y terminación, precisamente por ser innominados o atípicos, sí tienen diversos marcos regulatorios derivados de normas generales abiertas que amparan a cada una de las partes ante incumplimientos y daños originados en esa relación contractual (Zarate, 2014).

Sin entrar en la discusión sobre la legalidad o no de este tipo de aplicaciones, pues depende de las decisiones políticas que se brinden al respecto y su análisis amerita muchos más capítulos, se encuentra que al descargarlas y al aceptar los términos y condiciones, se está celebrando un contrato, que al mismo tiempo que se solicita un servicio

y este es aceptado, se perfecciona otro contrato, con lo cual se evidencian tres contratos paralelos, cuya coexistencia es necesaria para el cumplimiento funcional de estas empresas. Estos contratos son: (i) El del usuario con Uber al descargar la aplicación, (ii) El del conductor del vehículo que prestará el servicio de transporte con UBER y (iii) El del usuario que necesita el servicio del transporte, y el del conductor que lo presta.

Respecto del primero de ellos, basta con verificar las condiciones en las aplicaciones para concluir que estas empresas buscan, de todas las formas posibles, enfatizar en que no son prestadores de servicios de transporte e inclusive señalan que el usuario reconoce que “UBER no presta servicios de transporte o de logística o funciona como una empresa de transporte y que dichos servicios de transporte o logística se prestan por terceros contratistas independientes, que no está empleados por UBER” (Uber, 2017, p. 2), lo que pese a ser criticado, no deja de ser cierta precisamente por la concepción de negocio que desde el comienzo pensaron sus creadores.

Circunstancia similar ocurre con el contrato que celebra ese llamado afiliado o proveedor independiente, es decir, el conductor del vehículo con Uber, pues en este se indica que se presta el servicio con total autonomía, sin horarios o formas prestablecidas que impliquen subordinación, pero sí con unas normas básicas de funcionamiento, lo cual no implica abrir discusiones sobre posibles contratos realidad, pero interesan para las discusiones que más adelante se presentarán.

Por último y más importante, se encuentra el contrato celebrado entre el usuario que solicita un servicio y el proveedor independiente o conductor, lo cual es abiertamente un contrato de transporte, pues una de las partes se compromete con la otra a llevarlo de un lugar a otro, mientras que su contraparte se obliga pagar un precio por ello, lo cual, sin lugar a dudas, constituye la hipótesis enunciada “en el artículo 981 del Código de Comercio Colombiano” (Suma Legal, 2019, p. 1).

Si se pretendiera analizar lo anterior de forma global, se encuentra que Uber celebra una suerte de contrato de corretaje, pues pese a que este no presta el servicio de transporte se ocupa como agente intermediario, en palabras del Código de Comercio, “en la tarea de poner en

relación a dos o más personas, con el fin de que celebren un negocio comercial” (Cámara de Comercio del Huila Decreto 410, 1971, 2020, p. 347), sin que se encuentre inmersa su responsabilidad con las dos partes más allá del deber de información que, a decir verdad, es una de las obligaciones mínimas en el marco del transporte y la logística. De esta forma, Uber no tiene responsabilidad laboral alguna con sus proveedores independientes, a pesar del beneficio mutuo que la actividad representa y mucho menos con los usuarios que lo solicitan.

No obstante, el escenario de la responsabilidad civil ante posibles daños “que se presenten en el ejercicio de esta actividad” (Ettsa, 2020), ya sea contractual o extra contractual, presenta lógicas y respuestas judiciales diferentes, las cuales, si bien no se han evidenciado en la jurisprudencia colombiana por lo novedoso en el tiempo que esto pareciera, con el paso de los años seguramente se dará.

Responsabilidad civil de Uber ante accidentes de tránsito

Cuando se habla de “responsabilidad nos referimos al deber de rendir cuentas desde el punto de vista humano, moral o jurídico” (Universidad de San Buenaventura, 2017, p. 57), es decir, “asumir las consecuencias de sus actos” (Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona, 2020, p. 57) o el de terceros (Visintini, 2015) lo que en derecho se circunscribe al deber de reparar daños, pues es evidente que por vivir en sociedad, las personas comportan un doble riesgo: dañar y ser dañados (Henao, 1998). Bajo este escenario, es claro que cuando alguna persona dañe a otra, deberá reparar ese daño, lógica que no es más que la materialización del *alterum non laedere*, es decir, no dañar a nadie, pues básicamente sí se tiene la obligación general de no dañar, lo común y a penas normal es que ante cualquier daño ocasionado surjan algunas consecuencias, como por ejemplo, el deber de reparar.

Esta secuencia lógica que indica que ante un daño surgen consecuencias es tan antigua como el ser humano, inclusive si se quisiera, se podría hablar de la consecuencia bíblica del hecho de que Adán mordiese la manzana “*pero del árbol del conocimiento del bien y del mal no comerás, porque el día que de él comas, ciertamente morirás*” (La Santa

Biblia, Génesis 2:15), con ello se contraponen la justificación del decaimiento y esclavitud de la sociedad que la misma biblia relata en otro acápite (La Santa Biblia, Romanos 8:19–22) o en la fórmula hebraica del Levítico, inspirada en la legislación babilónica de la ley del talión que recogió el código Hammurabi dos siglos antes de cristo y que, en todo caso, mostraba que ante un daño se generaba una consecuencia, así, por ejemplo, la Ley 25 de ese código indica que si “se incendió la casa de uno, y otro que fue para extinguirlo se ha apoderado de algún bien del dueño de la casa, será arrojado en el mismo fuego” (Perspectivas, 2020, p. 24). De esta forma, se busca significar que ante la generación de daños es evidente que deben existir ciertas consecuencias y que una de ellas, es la obligación de reparar.

Ahora bien, resulta importante aclarar que en el caso de accidentes de tránsito en los cuales se esté prestando servicios de Uber, pueden converger los supuestos de la responsabilidad contractual (Por los vínculos antes referidos) y extracontractual porque es perfectamente viable que un tercero, que no es usuario ni proveedor, resulte afectado en estos accidentes y, ante la inexistencia de un vínculo obligacional, se estaría en presencia de responsabilidad extracontractual.

Visto lo anterior, en un accidente de tránsito en el cual por imprudencia un conductor de Uber dañe a un tercero o un usuario y le cause lesiones o inclusive la muerte, ese conductor deberá reparar a las víctimas directas e indirectas de ese daño, sin embargo, se generan todo tipo de dudas respecto de la responsabilidad de la empresa Uber, debido a que, como se adujo anteriormente, ellos no prestan servicios de transporte.

Para resolver el anterior planteamiento, resulta necesario analizar la estructura general de la Responsabilidad Civil con cada uno de sus elementos, para luego aterrizar en el fundamento o título de imputación, que sería, virtualmente, el que brindaría una respuesta clara sobre el particular.

Elementos de la Responsabilidad Civil

Tradicionalmente la responsabilidad ha sido considerada bajo 3 elementos estructurales, estos “son (i) El hecho generador del daño, (ii) La culpa, y (iii) El nexa causal” (Biblioteca Digital Universidad Nacional

de Colombia, 2017, p. 3) entre estas, sin embargo, este criterio se ha revaluado poco a poco, pues una verdad cierta en la jurisprudencia es que puede surgir responsabilidad aun cuando se actúe sin culpa, como en los eventos de daños especiales hablando del “Consejo de Estado o riesgos en la Corte Suprema de Justicia” (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2020). De esta manera, se pasa de ese criterio tradicional a otros que indican que a pesar de requerirse del daño y causalidad, la responsabilidad puede ser subjetiva cuando se pruebe la culpa u objetiva cuando este inmerso el riesgo. Con esto, pareciera que la discusión dejó de centrarse en la culpa para enfocarse en el elemento central y básico de todo juicio de responsabilidad, esto es, el daño (Koteich, 2012). A pesar de lo anterior, se repasarán brevemente estos elementos para culminar con el riesgo, pues se considera que para resolver el planteamiento inicial ese fundamento es determinante.

El daño “es el elemento principal de la responsabilidad” (Repositorio Institucional Universidad Militar Nueva Granada, 2015) del Estado y como consecuencia, pese a casos excepcionalísimos, no puede surgir deber de reparar sin este.

Para Adriano de Cupis, el daño no significa más que nocimiento o perjuicio, es decir, aminoración o alteración de una situación favorable, (Adrian de Cupis & Martínez, 1975) para el maestro Fernando Hinestrosa es la lesión del derecho ajeno consistente en el quebranto económico recibido, en la merma patrimonial sufrida por la víctima, a la vez que en el padecimiento moral que la acongoja, (Hinestrosa, 1967) (Biblioteca Digital Universidad de San Buenaventura, 2016, p. 227).

Para el profesor Juan Carlos Henao “es la lesión a un derecho o interés legítimo” (Legis, 2015, p. 227), individual o colectivo, patrimonial o extrapatrimonial, que gracias a la acción judicial puede ser reparado (Henao, El daño. Análisis comparativo de la responsabilidad extracontractual del Estado en derecho Colombiano y Francés, 1998)” (Sciences-Po, 2020).

A pesar de la aparente diferencia conceptual que algunos presentarían de estos autores, se considera que son más los factores que los

unen que los que los distancian, pues todos concluyen una máxima fundamental y es que antes del daño, la persona estaba en mejor situación que después del daño, lo que significa necesariamente que este sea concebido como una alteración negativa.

En el caso sub examine, resulta relativamente sencillo acreditar la existencia de un daño y sus consecuencias, es decir, los perjuicios (Hernández, 2000), pues ante los accidentes de tránsito se pueden encontrar daños materiales que se cristalizan en los arreglos del vehículo, incapacidades que generan rentas dejadas de percibir precisamente por no poder trabajar durante determinado lapso de tiempo o inclusive, en las afectaciones psicofísicas que se deriven del accidente, por lo que no resulta necesario dedicarle más líneas al estudio del daño y del perjuicio por estar suficientemente acreditado y visible.

Por su parte, en lo que refiere al nexo causal “entendido como la necesaria conexión fáctica que debe existir entre la acción humana y el resultado dañoso producido” (Pizarro, 2006, p. 17), se debe precisar que siempre que se busque la causa llamada a responder, se encontrará, “desde el punto de vista material o físico” (Biblioteca Digital Universidad Externado de Colombia, 2020), un sin número de causas que son necesarias para generar ese resultado, sin embargo, no todas esas causas deberán responder, pues se estaría en presencia de la llamada equivalencia de las condiciones (tourneau, 2010), sino que, las causas a las que se puede endilgar responsabilidad son aquellas que eran previsible los resultados, esto es, la “aplicación de la teoría de la causalidad adecuada” (Biblioteca Digital Universidad Externado de Colombia, 2020) (Mesa, 2011), criterio que como el daño, no tiene mayor relevancia en las hipótesis estudiadas por no ser el eje central de la discusión, por lo que no se profundizará en esta.

Ahora bien, se centrará el análisis en el último elemento referido a la imputación, que bien puede originarse en la culpa, entendida como un error en la conducta (Sentencia del 20 de febrero, 1948), o en el riesgo, ya que la actividad que se deriva del negocio de Uber y demás aplicaciones, supone la existencia de vehículos, y conducción, actividades que han sido consideradas como riesgosas o peligrosas “por la Corte Suprema de Justicia y el Consejo de Estado” (Dafp, 2020, p. 1).

El riesgo como criterio de imputación

El riesgo según Sarmiento (1978) debe entenderse como la contingencia de un daño, es decir, un hecho que envuelva la potencialidad de dañar (Hinestrosa, derecho civil: obligaciones, 1969). Lo que significa que este fundamento implica el “desarrollo de una actividad” (Biblioteca Digital Universidad Nacional de Colombia, 2017), que si bien es lícita, genera la contingencia de daños y dicha contingencia concreta (Sánchez, 2015) lo que según la Fiscalía General de la Nación (2020) “en palabras de la Corte Suprema de Justicia” se refiere “al peligro potencial inherente a la cosa o actividad” (Universidad Cooperativa de Colombia, 2018) sumado a la “incapacidad de control de estas en procura de impedir sus efectos” (Corte Suprema de Justicia, 2019) (“Corte Suprema de Justicia, sala de Casación Civil” (Biblioteca Digital Universidad Externado de Colombia, 2020) “sentencias de 18 de marzo de 1976, 30 de abril de 1976, entre otras” (Corte Suprema de Justicia, 2019) o mejor aún, como:

aquella que, ya en su estructura ora en su comportamiento, con cosas inertes o en movimiento o raramente sin el uso de ellas, genera más probabilidades de daño de las que usualmente puede un ser humano promedio soportar y repeler, es aquella cuyos efectos se vuelven incontrolables, imprevisibles, devastadores por la multiplicación de energía y movimiento que supone o le es inherente, efectos además inciertos por su capacidad de destrozo mayor. En esta tarea, que el legislador ha delegado tácitamente al juez, pues no existe definición de lo que ha de entenderse por actividad peligrosa ni menos un catálogo de las que se tengan por tales, debe echar mano aquel de todos estos tópicos, de modo que no sea el capricho o el mero subjetivismo el criterio que predomine a la hora de encasillar una en particular dentro de esta categoría (Corte Suprema de Justicia, 2019, p. 7).

(Reiteración de sentencias, entre otras Sentencia CSJ SC de 14 de marzo de 2000, rad. 5177., “Sentencia CSJ SC199-2001 de 23 de octubre de 2001, rad. 6315, Sentencia CSJ SC de 3 de marzo de 2004, rad. C-7623, Sentencia CSJ SC081-1999 de 25 de octubre de 1999, rad. 5012, Sentencia CSJ SC de 30 de abril de 1976, G.J. T. CLIII/, pág.

108, Sentencia CSJ SC de 4 de junio de 2002, rad. 3382, Sentencia CSJ SC GJ CCLVI, n°. 2455 pág. 500, Sentencia CSJ SC012-1999 de 5 de mayo de 1999, rad. 4978) (Corte Suprema de Justicia, 2019, p. 4)

En este punto, resulta necesario enfatizar sobre el abandono del dogma de la culpa, pues hace algún tiempo era inimaginable endilgar responsabilidad sin que estuviese presente la falla, la culpa o en palabras de los hermanos Mazeud el “error en la conducta” precisamente por esa tradición del derecho romano, según la cual “no hay responsabilidad sin culpa probada” (Portal de Revistas Universidad Externado de Colombia, 2020, p. 6), la cual, poco a poco, fue siendo acompañada por la teoría del riesgo creado (Antonio, 1986) al punto de afirmar que, en la actualidad, se puede resultar responsable obrando diligentemente y con total ausencia de culpa, lo que pone en “dos polos: el polo objetivo, donde domina el riesgo creado y el polo subjetivo, donde triunfa la culpa” (Josserand, 1943, p. 8).

En ese polo subjetivo predominado por la culpa, el demandante tendrá que probar que la conducta de su dañador no resulto ajustada a derecho, que fue negligencia o impericia de este, pues el esquema general “preceptuado en el artículo 167 del Código General del Proceso” (Universidad Sergio Arboleda, 2011, p. 33), supone que le “incumbe a las partes probar el supuesto de hecho de las normas que consagran el efecto jurídico que ellas persiguen” (Portal de Revistas Universidad Externado de Colombia, 2020, p. 33). Por su parte, en el régimen objetivo, como quiera que no tiene grado de participación la culpa, al demandante le bastará con demostrar que estaba en el ejercicio de una actividad lícita que comportaba riesgo o peligro, y que este se materializó por el azar (Resulta indispensable que sea por el azar, pues si se trata de su negligencia se estaría ante el régimen subjetivo de la culpa), con lo cual se generan “daños y perjuicios a la luz del artículo 2356 del Código Civil” (Scribd, 2020, p. 17).

Este planteamiento que pareciera sencillo hoy por hoy, redundó en un sin número de discusiones al interior de la jurisprudencia colombiana, pues en los años 30 del siglo pasado la Corte Suprema de Justicia buscó darle un alcance diferente al contenido “del artículo 2356 respecto del 2341 del Código Civil” (Biblioteca Digital Universidad Externado de Colombia, 2020, p. 17), pues no podía pensarse en

que uno fuese la reproducción del otro, sino que estos habían sido concebidos para supuestos fácticos diferentes. Para mayor claridad del lector, es indispensable tener en cuenta que ese artículo 2341 indica que “el que ha cometido un delito o culpa, que ha inferido daño a otro, es obligado a la indemnización, sin perjuicio de la pena principal que la ley imponga por la culpa o el delito cometido” (Repositorio Institucional Universidad Militar Nueva Granada, 2015, p. 17). Mientras que el artículo 2356 preceptúa lo siguiente:

Por regla general todo daño que pueda imputarse a malicia o negligencia de otra persona, debe ser reparado por ésta.

Son especialmente obligados a esta reparación:

1. El que dispara imprudentemente una arma de fuego.
2. El que remueve las losas de una acequia o cañería, o las descubre en calle o camino, sin las precauciones necesarias para que no caigan los que por allí transiten de día o de noche.
3. El que obligado a la construcción o reparación de un acueducto o fuente, que atraviesa un camino, lo tiene en estado de causar daño a los que transitan por el camino (Documents, 2017, p. 1).

Si se analiza con detenimiento se encontrará que la regla general de los dos artículos es idéntica, pues supone que ante la generación de daños en los que se encuentre inmersa la culpa, a quien le sea atribuible deberá repararlo, sin embargo, el Artículo 2356 va mucho más allá, pues enfatiza en una suerte de responsabilidad especial en algunos supuestos que, a decir verdad, tienen implícito el riesgo o peligro como el disparo de armas de fuego. De esta forma, “comenzó a perfilarse en Colombia una particular especie de responsabilidad, quizás siguiendo la doctrina que la corte de casación francesa adoptó en el memorable asunto *Jand’heur* (y antes el *Teffaine*), que luego ese Tribunal galo abandonó, atinente a la responsabilidad por el hecho de la cosa” en razón de los peligros que ella puede hacer correr a otro” (Universidad Cooperativa de Colombia, 2018). “(Corte Suprema de Justicia, sala de Casación Civil 5686, sentencia de 18 de diciembre, 2018)” (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2020).

De esta forma, según la Biblioteca Digital Universidad Externado de Colombia (2020) la Corte Suprema de Justicia ha advertido el riesgo o peligro que suponen algunas actividades.

Como por ejemplo la conducción de vehículos (SC 14 mar. 1938); «un convoy de ferrocarril en movimiento» (CSJ SNG 19 may. 1939, GJ t. XLVIII, pág. 801); el manejo de un avión (CSJ SNG 15 jun. 1944, GJ t. LVII, pág. 851); el uso de un tractor (SC 2 may. 2007, rad. 1997-03001-01); la manipulación de armas a que se refiere expresamente el ordinal primero del citado artículo 2356 del Código Civil (SC 20 ene. 2009, rad. 1993-00215-01); la realización de obras de construcción (SC 27 abr. 1972, GJ t. CXLII pág. 173 y 9 dic. 2008, rad. 1999-00206-01); la generación, transformación, transmisión y distribución de energía eléctrica (SC 8 oct. 1992, CCXIX, p. 523 y SC 19 dic. 2008, rad. 1999-02191-01); y labores de explotación en una mina subterránea de carbón (SC9788-2014) (Corte Suprema de Justicia, 2019).

Otros datos importantes son: (Corte Suprema de Justicia, sala de Casación Civil SC9788-2015, 2015)”, quema de predios (SC 16 abril 1970, GJ CXXXIV, pág. 41), manejo de ascensores (SC del 1° oct. 1963, GJ CIII, n.ºs. 2268-2269, pág. 173), contaminación ambiental (SC 30 abril 1976, GJ CLII y SC 16 mayo 2011, rad. 52835-3103-001-2000-00005-01), manipulación de embalses (SC 017^a-2004 de 3 marzo, rad. C-7623), etc., decidiendo estos casos con esa “nueva” forma de atribución denominada riesgo, sin que se tuviese en cuenta la culpa.

Como se pueden evidenciar, la legislación colombiana no define las actividades riesgosas o peligrosas, quienes lo hacen son los jueces en sus sentencias, pero que en todo caso proviene de la razón natural del hombre, del análisis de si determinada cosa o actividad comporta la potencialidad de dañar.

Como se ha mencionado, el riesgo resulta ser un fundamento autónomo de la responsabilidad, del cual se han constituido diversas teorías como el riesgo creado, el riesgo provecho y el riesgo alea. En lo que refiere al primero de estos, es decir el riesgo creado, “como su nombre lo indica, se trata de la responsabilidad derivada” (Fitco, 2020, p. 8) de la actividad que, indistintamente de si actuó con culpa o no, por

generar un riesgo para las demás personas y concretarse, su creador asume las consecuencias, lo que significa que “toda actividad que crea para otro un riesgo hace a su autor responsable del daño que pueda causar” (Sarmiento, Estudios sobre Responsabilidad Civil, edición, página 189, citando al profesor Antonio Rocha, 2017) al respecto La Corte Suprema de Justicia adujo que:

Si los hombres que viven en sociedad ven amenazada a cada paso su integridad por el ejercicio de nuevas o viejas actividades de las que la doctrina ha llamado peligrosas, nombre que dimana de que normalmente crean riesgos; si el peligro, entonces, no proviene del humano discurrir, sino que lo crea la actividad peligrosa que se desarrolla, es apenas acompasado con la equidad, que quienes son los creadores del riesgo, quienes alteran el sosiego de las personas y atentan así contra su seguridad, sean llamados, en el caso de ocurrir un accidente que se derive del ejercicio de aquella actividad, a responder por los perjuicios causados a sus víctimas (Universidad Cooperativa de Colombia, 2018, p. 4)

Estas llamadas actividades peligrosas “llevan en sí la posibilidad inminente de causar con su ejercicio daños a terceros, aunque se desarrollen con suma prudencia (Universidad del Rosario, 2020), (SC del “18 de marzo de 1976, GJ CLII, n°. 2393, pág. 73” (Corte Suprema de Justicia, 2019).

Porque cuando el hombre utiliza en su propia labor una fuerza extraña, él aumenta la suya y este aumento rompe el equilibrio que antes existía entre el autor del accidente y la víctima. Se coloca así a los demás asociados, por el ejercicio de una actividad de la naturaleza dicha, en inminente peligro de recibir lesión aunque se desarrolló observando toda la diligencia que ella exige... La culpabilidad se presume, sí, pero en aquellos casos en que el daño proviene de un hecho que la razón natural permite imputar a la incuria o imprudencia de su autor (Yimg, 2020) (SC del “30 de abril de 1976, GJ CLII, n°. 2393, pág. 108” (Corte Suprema de Justicia, 2019).

Aunado al anterior y siendo más beneficioso para la discusión, está el llamado riesgo provecho, según el cual, quienes se beneficien o aprovechen de la generación del riesgo estarán llamados a

responder por los daños que su concreción genere. Su fundamento podría resultar histórico y remontarse a la revolución industrial, donde muchos trabajadores quedaban a la deriva ante daños que ocasionaban las calderas, máquinas y esas nuevas formas de industria, pues ante la dificultad de demostrar culpa ante explosiones y accidentes, tenía que buscarse una forma que blindara jurídicamente a esos trabajadores, para así evitar que quedaran a la deriva, lo cual, pese a que se materializó a partir de esa revolución industrial, tiene un principio como antecesor, este es, el denominado *ubi emolumentum ibi onis* en el derecho romano, es decir, donde está el provecho esta la carga del riesgo.

Aunque algunos indicaron que esa teoría era predicable única y exclusivamente en los daños patronales o los derivados de accidentes de trabajo, lo cierto es que la “jurisprudencia del Consejo de Estado y de la Corte Suprema de Justicia” (Universidad Sergio Arboleda, 2011, p. 24) lleva a escenarios como el de la responsabilidad médica, accidentes de tránsito, transporte de hidrocarburos, entre muchos otros.

Conclusiones

Como ya se decantó conceptualmente la estructura de la responsabilidad y los supuestos del riesgo, de debe adentrarse en el interrogante que inicialmente se planteó, este es la responsabilidad de las aplicaciones antes accidentes de tránsito.

Se debe pensar en el escenario donde un carro que presta “servicio de transporte a través de la aplicación” (Repositorio Institucional Universidad Pontificia Bolivariana, 2015, p. 1) de Uber sufre un accidente cuya influencia causal le es plenamente atribuible y, en este, resultan heridos peatones. Decir que el propietario estaría llamado a responder no generaría elucubración alguna, pues él generó el daño. Pero si se preguntan sobre la responsabilidad de la aplicación, se adentra en algunas discusiones que desde la aceptación de los términos de esa misma aplicación quedaron totalmente zanjadas: Uber y las demás empresas no prestan servicio de transporte alguno y la suerte de contrato de corretaje que celebran no les exige más allá de un simple deber de información.

A simple vista se concluiría que las aplicaciones no están llamadas a responder precisamente por la ausencia de actividades desplegadas, sin embargo, hay dos verdades absolutas en todo esto; la primera de ellas se refiere a que la conducción de vehículos, en las condiciones que sean, según la Corte Suprema de Justicia, sala de casación Civil, sentencia de 3 de marzo, 2004, es considerada como una actividad riesgosa o peligrosa (Corte Suprema de Justicia, sala de casación Civil, sentencias de 14 de marzo de 1938, 19 de mayo de 1939) (Portal de Revistas Universidad Externado de Colombia, 2020), y la segunda es que Uber y las demás aplicaciones se aprovechan y benefician ampliamente de ese riesgo.

El beneficio de estas empresas se refleja en el amplio porcentaje económico que supone su actividad, pues de la unión de un pasajero con un conductor se pueden llevar más del 30 % del monto total, que significaría ese contrato de transporte, aunque no tenga que prestar el servicio ni preocuparse por el mantenimiento propio de los vehículos sometidos a estos trabajos. De esta manera, se encuentra más que acreditado el beneficio reportado para estas empresas, por lo que está suficientemente demostrado las dos hipótesis requeridas para la aplicación del riesgo provecho, estas son, la actividad abiertamente riesgosa y el aprovechamiento a favor de quien estará llamado a responder.

Esto significa que Uber y estas empresas, por más de que busquen alternativas jurídicas para que sus contratos queden exentos de obligaciones, por el esquema del riesgo provecho, tendrán que asumir los daños y perjuicios que esa actividad generen precisamente por el lucro que reportan y su paralelo provecho.

Ahora bien, de pensarse en una posible solución jurídica para estas empresas en las que, en un juicio de responsabilidad, aleguen una causa extraña para excluir el deber de reparar, lo que podría conceptualizarse como el hecho de un tercero, no resultaría aplicable en mi concepto pues este, para que efectivamente tenga la virtualidad de romper el juicio de responsabilidad, debe suponer la existencia de unas características mínimas, estas son, según Patiño (2008) que sea imprevisible, irresistible y externo, cuestiones que no se pueden evidenciar en los accidentes de tránsito, pues precisamente el riesgo pro-

pio de la actividad hace que sea totalmente previsible su ocurrencia, e inclusive, que sea interna. De esta manera, se concluye que no podría exonerarse de responsabilidad estas empresas alegando el hecho de un tercero.

Por último, y en aras de tener certeza respecto del criterio procesal de quién pagará las sumas de dinero producto de responsabilidad, aspecto que resulta fundamental pues “a la víctima lo que normalmente le interesa es el quantum o suma concreta” (Khabit, 2012, p. 28), debe tenerse de presente que tanto la empresa como el propietario están llamados a responder “por los daños y perjuicios causados” (Handle, 2020, p. 30), lo que significa el surgimiento de la responsabilidad solidaria “(Corte Suprema de Justicia, sala de casación Civil, setencia 5686-2018 de 19 de 12 diciembre de 2018)” (Ministerio de Justicia, 2020), pues en el resultado dañoso intervinieron, causalmente, la conducta de Uber y el propietario del vehículo (o inclusive podría incluirse al conductor si fuese persona diferente), lo que se traduce necesariamente en la constitución de un litisconsorcio facultativo y que supone que el demandante pueda perseguir judicialmente a cualquiera de los que intervinieron en la generación del daño, esto es, el propietario, la empresa o el conductor, a todos, o a los que a su elección determine. En caso de ser condenado, ese responsable solidario estaría legitimado para repetir en contra de los demás, hasta el monto de su responsabilidad.

Referencias

Alary Houin, C. (1991). *Vendita e trasferimento della proprietà nella prospettiva storico-comparatistica: le transfert de propriété’ depuis le Code civil*. Milán: Giuffè.

Antonio, R. (1986). *Prólogo de la obra de Gabriel Escobar Sanin, Negocios Civiles y comerciales*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Biblia, L. S. (s.f.). *Génesis 2:15*.

Biblia, I. S. (s.f.). *Romanos 8:19–22*.

Corte Suprema de Justicia, sala de Casación Civil 5686, sentencia de 18 de diciembre (2018).

Corte Suprema de Justicia, sala de Casación Civil SC9788-2015, rad. n° 11001-31-03-042-2005-00364-01 (29 de julio de 2015).

Corte Suprema de Justicia, sala de Casación Civil sentencias de 18 de marzo de 1976, 30 de abril de 1976, entre otras.

Corte Suprema de Justicia, sala de casación Civil, sentencia de 3 de marzo, Pues aunque se brinden garantías de seguridad mayores, no desnaturaliza una actividad o una cosa de por sí peligrosa (2004).

Corte Suprema de Justicia, sala de casación Civil, sentencias de 14 de marzo de 1938, 19 de mayo de 1939.

Corte Suprema de Justicia, sala de casación Civil, setencia 5686-2018 de 19 de 12 diciembre de 2018.

Decreto 410, art. 1340 (Secretaría del Senado 16 de junio de 1971).

Henao, J. C. (1998). *El Daño. Análisis comparativo de la responsabilidad extracontractual del Estado en derecho colombiano y francés*. Bogotá: universidad externado de Colombia.

Hernández, A. P. (s.f.). *Indemnización y compensación de perjuicios en la responsabilidad patrimonial del estado Pág. 3 y a su vez: Expresión usada para definir el perjuicio a la vida de relación en la Sentencia 11842 del 19 de julio de 2000; C.P. Alíer*.

Hinestrosa, F. (1967). *Derecho de obligaciones*. Bogotá: Universidad externado de Colombia.

Hinestrosa, F. (1969). *Derecho civil: obligaciones*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Josserand, L. (1943). *Cinco conferencias, traducción de Carlos Valencia Estrada*. Bogotá: librería Edit. La Gran Colombia.

Khabit, M. K. (2012). *La reparación del daño como mecanismo de tutela de la persona, del daño a la salud a los nuevos daños extrapatrimoniales*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia.

Koteich, M. (2012). *La reparación del daño como mecanismo de tutela de la persona, del daño a la salud a los nuevos daños extrapatrimoniales*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia.

Martínez, A. d. (1975). *El daño, Teoría General de la Responsabilidad Civil*. Barcelona: Bosch casa editorial S.A.

Mesa, F. A.-R. (2011). *Tratado de responsabilidad civil* (Segunda ed.). Buenos Aires: Editorial La Ley.

Patiño, H. (2008). Las causales exonerativas de la responsabilidad extracontractual. ¿Por qué y cómo impiden la declaratoria de responsabilidad? Aproximación a la jurisprudencia del Consejo de Estado. *Revista de derecho privado Universidad Externado*, 14.

Pizarro, R. D. (2006). *Responsabilidad civil por riesgo creado y de empresa. Contractual y extracontractual* (Vol. I). Buenos Aires: Editorial La Ley.

Reiteración de sentencias, entre otras Sentencia CSJ SC de 14 de marzo de 2000, rad. 5177., Sentencia CSJ SC199-2001 de 23 de octubre de 2001, rad. 6315, Sentencia CSJ SC de 3 de marzo de 2004, rad. C-7623, Sentencia CSJ SC081-1999 de 25 de octubre de 1999.

Saavedra, J. L. (2004). *Contratos de Fi-nanciamiento*. Lima: Grijley EIRL.

Sánchez, M. C. (2015). *Responsabilidad Objetiva del Estado: tendencias, deseos y realidades, La Responsabilidad extracontractual del Estado ¿qué? ¿por qué? ¿hasta dónde?, XVI jornadas internacionales de derecho administrativo*. Bogotá: Universidad Externado.

Sarmiento, M. (1978). *La responsabilidad en el transporte aéreo de personas*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Sarmiento, M. (2017). *Estudios sobre Responsabilidad Civil, edición, . pagina 189, citando al profesor Antonio Rocha*. (tercera ed.). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Sentencia del 20 de febrero de 1948, n.º 2057-2058 (M.P.: P. Castillo 1948).

Tourneau, P. I. (2010). *La responsabilidad civil*. Bogotá: Legis Editores.

Uber. (13 de diciembre de 2017). *Terminos legales*. Obtenido de <https://www.uber.com/legal/terms/co/>

Visintini, G. (2015). *¿Qué es la responsabilidad Civil? Fundamentos de la disciplina de Los hechos ilícitos y del incumplimiento contractual*, traducción Maria Teresa Cellurale. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Zarate, J. A. (2014). *Aspectos legales de la logística comercial y de los contratos de servicios logísticos*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. Obtenido de <http://www.analdex.org/wp-content/uploads/2016/02/JA-VIER-FRANCO.pdf>

Incidencia de la economía colaborativa en el desarrollo económico

Jorge Ivan Cárdenas Giraldo

Economista de la Universidad de La Salle y asesor de la Subdirección General Territorial del Departamento Nacional de Planeación. Con experiencia en el sector financiero como analista de riesgos para BBVA y Banco Av Villas. Laboró como consultor y asesor en la elaboración de planes de desarrollo y programáticos para organizaciones no gubernamentales como la Asociación Ante Todo Colombia y la Corporación para Países en Desarrollo Cordecoso SAS.

Resumen

La revolución tecnológica y la era digital desarrollan nuevos conceptos y modelos de producción, en el cual se aprovechan las capacidades existentes de los activos, generan unas nuevas dinámicas de inclusión social y conectividad, desarrollan nuevas nociones y conceptos de competencia y transformación digital, pero a su vez plantea retos y riesgos en materia de regulación, gobernabilidad y formalización laboral.

La tecnología es, sin duda, la herramienta que acerca a los productores y consumidores, con lo cual se reforma “el concepto de valor y utilización de los bienes y servicios” (Icex Ceko, 2020, p. 1), y a su vez la tecnología dio paso a la economía colaborativa como una manera de compartir los bienes y “servicios que potencializan la calidad de vida de las personas” (Docplayer, 2020, p. 1) y por ende el desarrollo económico, principalmente en la relación de incidir globalmente desde una perspectiva local de autonomía e independencia.

Esta nueva noción de economía colaborativa está teniendo incidencia e impacto en los “Objetivos de Desarrollo Sostenible que definió Naciones Unidas en la agenda 2030” (Concejo de Bogotá, 2020, p. 1), especialmente en los ítems producción y consumo responsable, generación de empleo y crecimiento, medioambiente y cambio climático, disminución de la pobreza, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, educación y el fortalecimiento de alianzas para cumplir dichos objetivos.

Introducción

La revolución tecnológica que soporta actualmente el mundo, sin duda alguna está transformando la sociedad, “los medios de producción y de consumo” (Universidad Obrera de México, 2020, p. 1) que trajo consigo la Tercera Revolución Industrial. La nueva era digital que trae de la mano al Internet, la inteligencia artificial, el Blockchain, y el Big Data, ha desarrollado a un siguiente nivel la economía a nivel mundial. Como lo ha denominado el Foro Económico Mundial (2019) “en los temas claves de la agenda global” (p. 1), la Cuarta Revolución Industrial moldea la forma en que se vive, se trabaja y se interrelaciona con los demás.

Esta interrelación, causante de un mundo globalizado, impulsa a mayor velocidad y la forma en que se desarrollan los países, el escalonamiento de la innovación y del emprendimiento rompen sistemáticamente los flujos circulares de dinero tradicional, reta a los gobiernos a ejercer una gobernanza más ágil y regulaciones a la altura de la constante innovación, plantea nuevos retos en materia de generación de empleos, y hace que las matrices de riesgos en función de la desigualdad sean más complejas, dado que estas plataformas tecnológicas brindan oportunidades por igual, siempre y cuando, exista una cobertura total de la población y puntos de partida semejantes.

Las bondades de la economía colaborativa al desarrollo económico están siendo de gran preponderancia, y mientras la evolución digital y tecnológica siga teniendo acogida en la economía a nivel mundial, la economía colaborativa encontrará una reciprocidad para aumentar la generación de valor y “mejorar la calidad de vida” (Handle, 2020) de los actores de la economía. El uso de estas estrategias y nuevos modelos de negocio, actúan en función del cumplimiento de “los Objetivos de Desarrollo Sostenible” (United Nations Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2020, p. 1), en especial como medidas alternativas para lograr el desarrollo de los países.

La incidencia real de la economía colaborativa es un abanico que se debe ver desde una visión holística de la economía como tal, dado que el desarrollo tecnológico y digital está afectado de “manera transversal todos los sectores de la economía” (Responsabilidad Social Cooperativa, 2020). En otras palabras, las cadenas de valor tradicionales

como el sector primario, secundaria, y terciarios, están dejando de tener relevancia en los conceptos de desarrollo económico, y por el contrario ahora un propio sector puede acercar los eslabones productivos dentro de una plataforma digital de economía colaborativa.

En esta línea, “el objetivo del presente artículo es realizar una aproximación teórica” (Portal Regional Biblioteca Virtual en Saúde, 2020, p. 21) que de brinde unos parámetros de estudio y análisis sobre la incidencia que tiene la economía colaborativa sobre el desarrollo económico a nivel mundial. Por ende, se toma como referencia los ODS de Naciones Unidas y se estima el “análisis de la influencia de la economía colaborativa” (Universitat de les Illes Balears Repositorio, 2016) sobre el cumplimiento de los ODS, como la reducción de la pobreza, la desigualdad, el consumo responsable, el desarrollo ambiental y sostenible, la promoción de ciudades y la comunidades sostenibles.

El presente se conforma de cuatro líneas programáticas que apuntan e interrelacionan los ODS. El primero es la evolución de un modelo de negocio gracias a la tecnología, en donde se hace el recuento de las definiciones de economía colaborativa, se reflexiona la influencia de la tecnología y la revolución digital, y se estima una incidencia sobre los ODS, principalmente a los que apunta a construir industria, innovación, trabajo decente, acciones por el cambio climático, reducción de la pobreza, y “producción y consumo responsable de bienes y servicios” (Environmental Law Alliance Worldwide, 2020, p. 14).

En la segunda línea programática se resalta la capacidad de los activos existentes que promueven la innovación, la eficiencia, la sostenibilidad, y el ahorro de energía y recursos en la producción económica. En esta línea se hace una reflexión sobre cómo la innovación tecnológica promulga la noción de economías colaborativas, brinda herramientas para mejorar la eficiencia y capacidad de los escenarios locales para lograr tener una incidencia en los escenarios mundiales. De este modo, la capacidad de gestión de los activos apunta e incidir en los ODS como el fortalecimiento de la infraestructura existente, energía accesible, desarrollo sostenible, generación de oportunidades, acceso a educación, fortalecimiento institucional en las comunidades, y promoción de consumo y producción responsable.

La tercera línea programática estima la incidencia hacia los ODS desde las nuevas dinámicas de inclusión y conectividad, que trae consigo la economía colaborativa derivada de los aspectos tecnológicos y digitales. La interrelación de los actores, la conectividad inteligente de las ciudades, la materialización de la confianza y la inclusión autónoma de las comunidades locales de la economía colaborativa, afectan por ejemplo los ODS a los que respecta a ciudades y comunidades sostenibles, mejoras en salud y bienestar, fortaleza institucional, y alianzas de inclusión para el desarrollo económico.

Por último, el presente reflexiona y analiza la incidencia de la economía colaborativa sobre los retos existentes en materia de regulación, gobernabilidad y nuevos conceptos de regulación “que afectan el desarrollo de las políticas públicas” (Consortio para el Diálogo Parlamentario y la Equidad, 2020, p. 1), en especial la intervención de los gobiernos en los mercados. Este análisis se centra en la capacidad de influencia de los Gobiernos en la “defensa de los derechos privados de los ciudadanos” (Scribd, 2020, p. 7), la gestión en generar nuevas regulaciones, la elaboración de marcos regulatorios sobre los nuevos modelos de negocios y dinámicas laborales y la promoción de la transparencia. Este punto incide en los ODS, relacionados con justicia, fortalecimiento institucional y la conformación de alianzas para lograr desarrollo económico.

La evolución de un modelo de producción gracias a la tecnología

“Según el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- (2017)” (High Rate Consulting Publications, 2020, p. 1), la economía colaborativa - o Compartida - es un concepto adherente a la relación social entre actores que se ha potencializado a través de la revolución digital de las plataformas tecnológicas. Mientras que “la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico -OCDE- (2015)” (Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, 2010, p. 2) agrega que estos modelos de negocios permiten el consumo colectivo están tomando la agenda en materia de producción tecnológica, especialmente en el desarrollo de conocimiento que trae la minería de datos.

Para el Foro Económico Mundial (2019), la definición de economía colaborativa se relaciona en economía circular, en donde el concepto de reutilización de los bienes y servicios genera mayor crecimiento económico, riesgos en los nuevos esquemas de producción y consumo, retos sobre la regulación, con lo cual se favorece la conectividad y el concepto de urbanidad. Por su parte, para la Asociación Nacional de Empresario de Colombia – ANDI- (2018) la economía colaborativa modifica las cadenas de producción y de logística, logrando una horizontalidad en los medios de producción y consumo.

De esta dinamización de la economía y sus factores de producción, la economía colaborativa está reformando el concepto de *utilizar y desechar*, es decir que se potencializa la reutilización de los bienes y se comparten los servicios. Esta economía colaborativa maximiza el potencial “de los bienes y servicios en los mercados” (Khufu, 2020, p. 1), con lo cual se reforman los modelos de negocios, al retar la reglamentación y la legislación, además de favorecer la conectividad y potenciar la noción de urbanización en las grandes ciudades.

La conciencia colectiva sobre la economía y las tendencias de consumo guían a los actores a preferir acceder a más bienes y servicios en calidad de usuarios y no consumidores finales, se prefiere el rendimiento en función de la reutilización de los bienes y servicios. Por ejemplo, según Reuters (2018), la crisis económica en Argentina provocó que Uber semanalmente aumentara 45.000 usuarios, y alrededor de 2.500 argentinos desempleados entraran a utilizaran su vehículo como herramienta de trabajo en la plataforma, con lo cual se demuestra una reutilización de los activos existentes y una alta demanda por nuevos servicios más económicos.

La tendencia de llevar los nuevos modelos de negocios a un desarrollo sostenible basado en la economía colaborativa, permite que la tecnología se apropie de la innovación y el emprendimiento en el desarrollo económico, principalmente al atacar algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible, como la producción y consumo responsable, generación de empleo y crecimiento, acciones por el cambio climático, reducción de la pobreza, entre otros ODS que plantean el desarrollo económico de los países dentro “de la agenda 2030 de Naciones Unidas” (Repositorio Institucional de la Universidad Católica de Pereira, 2008, p. 1).

En relación con el desarrollo económico sostenible, las plataformas tecnológicas aumentan la capacidad para reutilizar y reciclar los bienes, con lo cual se eliminan y se vuelve eficiente el uso de los residuos contaminantes, como también se genera un ahorro de energía en transporte y movilidad, la cual es causante de toneladas de dióxido de carbono. La economía colaborativa, además, impulsa el desarrollo de los factores de producción, con lo cual reduce la dependencia productiva a las materias primas y a los proveedores que generan grandes desechos orgánicos, “promoviendo el cuidado del medio ambiente y la eficiencia de la producción” (Prezi, 2020).

La revolución tecnológica que reformo los escenarios de interacción entre los agentes económicos, en especial en la elaboración y fortalecimiento de plataformas digitales, logró que se permita una reforma en los mercados y en la manera en como se adquirían y producían los bienes y servicios. En especial la robótica y la automatización mejoraron los procesos de eficiencia productiva, y el acceso a aplicaciones digitales evolucionaron la manera en como se ofrecía los productos. De esta manera, la producción capitalista en serie que se conocía desde la Tercera Revolución Industrial fue reformada.

La influencia hacia minimizar los costos relativos “a la adquisición de bienes y servicios” (Archive of European Integration, 2011, p. 1) desarrolló un nuevo concepto de propiedad privada, en donde anteriormente los actores de la economía preferían la acumulación de bienes y servicios como sinónimo de riqueza, pero ahora los actores inclinan la balanza de preferencias hacia la utilización de bienes y servicios de manera colectiva y cooperativa. En esta idea se deja atrás la noción de propiedad, y se sustituye la noción de una colaboración en los mercados, con lo cual se produce la llamada economía colaborativa.

La tecnología, sin duda, reformó los medios de producción y acercó los productores a los consumidores, con base en las plataformas tecnológicas y el acceso a internet se desarrolla la economía colaborativa. La autonomía y la independencia en la comercialización reforma las nociones de mercados tradicionales que se tenían desde las nociones mercantilistas y comerciales del mundo globalizado, en donde la historia recalca que la necesidad de intermediarios en la apertura de nuevos mercados.

Por último, la economía colaborativa reformó las nociones de los mercados laborales y las dinámicas en las cuales los trabajadores asistían a instalaciones empresariales para mejorar la eficiencia productiva. Por el contrario, actualmente se potencializa los esquemas de urbanización, conectividad, teletrabajo y desarrollo de las economías locales y en sector de aspectos barriales. Es decir que la tecnología soportó que la colaboración dentro de los modelos de negocios económicos dinamizara las relaciones tradicionales de mercado laboral.

En este orden, dicha relación laboral tradicional aceptada por la “Organización Internacional de Trabajo -OIT- (2016) y que brindaba los conceptos de formalización laboral” (Fundación de Aseguradores Colombianos, 2020, p. 20), como los principios de afiliación a salud, pensiones, riesgos laborales, control de horarios e incentivo de primas; sin duda cambio hacia una relación laboral con retos inmensos en la formalización y en la aceptación de un salario mínimo. En su ejemplo, en Colombia, Rappi ha tenido inconvenientes sobre la formalización laboral y pago a sus domiciliarios (La república, 2019).

Gestión eficiente de activos y capacidades existentes

La nueva relación de negocios y de colaboración en los mercados llevó a otro nivel la capacidad para volver más eficiente los mecanismos de producción en materia de rentabilidad. La noción de aprovechar las capacidades y los activos existentes como resultado de la innovación en cualquier proceso de producción llevó a que se disminuyeran costos sobre los bienes y servicios. Se afirma que la tecnología dinamizó los escenarios de colaboración y dio como fruto a la economía colaborativa.

En este orden, la economía colaborativa dinamizó la utilización de activos existentes hacia mejorar su rentabilidad, lo que en otra noción económica se conoce como un nuevo concepto de valor de los bienes y servicios, o lo que para Mazzucato (2019) traduce en un concepto de valor en una economía global y tecnológica debería dejar de depender de la capacidad extractiva de los medios de producción, y por el contrario guiar la noción de valor hacia un pensamiento más paralelo con ayuda de políticas públicas gubernamentales.

Siendo la economía colaborativa la actora más relevante en poder potencializar la utilización de recursos a través de sus aspectos tecnológicos y de conectividad, dado que ayuda a mantener robustas escalas locales de las economías de pequeñas redes. Por ejemplo, en China, la empresa más grande de comercio Alibaba utilizaba las plataformas digitales colaborativas para generar negocios entre empresa mundiales, con lo cual se facilita el comercio y aprovecha la infraestructura existente dentro de los mercados locales (Banco Mundial, 2016).

Es decir que, desde el supuesto de maximización de las utilidades y el bienestar de parte de los agentes, o desde un aspecto de racionalidad neoclásica: Los agentes económicos deberían potencializar su bienestar desde las capacidades existentes. Estudios demuestran que “se puede llegar a ahorrar grandes cantidades de dinero” (Viajes Baratos y Gratis, 2020, p. 1) en las dinámicas económicas. Como lo demuestra Instituto Global McKinsey (2013) una mejor gestión de los activos existentes en la economía puede ahorrar hasta \$1 trillón de dólares anual en infraestructura a nivel mundial y efectivamente las plataformas tecnológicas ayudan mejorar dicha gestión de activos.

El primer paso que debe tener la gestión de activos y capacidades es la definición de potencialidades de estos dentro de la economía, que tiene como referencia la maximización de utilidades y bienestar, el ahorro de energía y residuos contaminantes, la inclusión a los mercados y la conectividad local, los activos fijos subutilizados, la oferta en mano de obra, entre otros aspectos que prioricen el término de eficiencia. Dado que, de esta manera, por ejemplo, se cumple con el ODS número 9, el cual promulga la inversión de infraestructura y la capacidad de innovación.

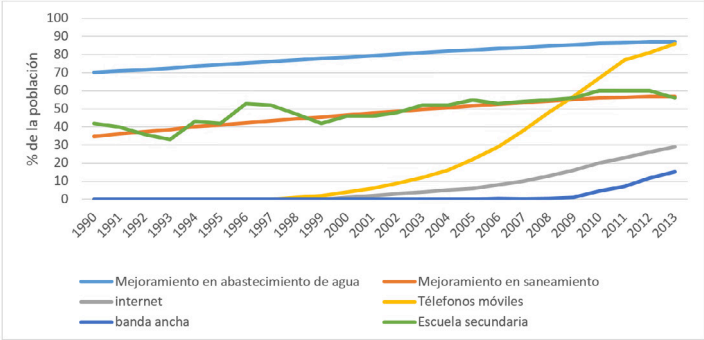
“La incidencia de la eficiencia de los activos existentes” (WorldWideScience.org, 2020) sobre este punto tiene dos aspectos importantes a resaltar, en donde la infraestructura existente tiene relación en la elaboración de proyectos tecnológicos desde las fortalezas, es decir que si en una ciudad existe gran potencial humano en desarrollo tecnológico como en Silicon Valley, será mucho más fácil aprovechar dicha infraestructura en el desarrollo de plataformas tecnológicas, que implementar inversiones en ciudades como Lima que representa sus fortaleza en activos de sectores como el turismo.

También la capacidad y gestión de los activos existente “que se desarrollan en las plataformas tecnológicas de economía colaborativa” (DN Consultores, 2020, p. 16) permite reducir la ineficiencia en recursos existentes y que promulgan desechos contaminantes en contra del medio ambiente. Es decir que el aporte benéfico de la economía colaborativa sobre el medio ambiente, a través de la gestión de activos existentes, genera sin duda muchos réditos en eficiencia y desarrollo económico, incidiendo sobre ODS como el de promover la producción y consumo responsable.

Ahora bien, aunque investigaciones y estudios indica que las plataformas digitales y el concepto de economía colaborativa ayuda a prevalecer las capacidades existentes para mejorar el desarrollo económico sobre el acceso a la educación, mejoras en saneamiento básico y agua, generación de oportunidades o en general del desarrollo económico. Se puede decir que las relaciones entre el acceso a la tecnología como el internet, la banda ancha y teléfonos móviles no son realmente proporcionales a mejorar el acceso a la población respecto a mejoras de abastecimiento de agua, saneamiento básico y educación secundaria.

Según la Gráfica 1 el acceso de la población a internet, teléfonos móviles y banda ancha “ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos 20 años” (Universidad del Pacífico, 2020, p. 1105), pero los crecimientos en mejoras en el abastecimiento y saneamiento básico no han tenido la misma correlación exponencial y por el contrario su pendiente de crecimiento es mucho más moderada. Esto demuestra que el acceso a activos existentes como el internet y los teléfonos móviles representan un gran reto y oportunidad de mejorar el poder influenciador sobre el desarrollo económico.

Gráfica 1. Acceso de la población sobre mejoras en abastecimiento de agua y saneamiento, internet, teléfonos móviles, banca ancha, y escuelas secundarias



Fuente y datos: Banco Mundial (2016)

En este sentido, la incidencia y ventana de oportunidades que abre las nuevas tecnologías a la relación de colaboración tiene un margen amplio de maniobra y potencial, dado que estimaciones de entidades como el Departamento Nacional de Planeación de Colombia (2018) estima que si se triplica la velocidad del internet en Colombia, se puede aumentar el Producto Interno Bruto en 1.6 %, y para “el Ministerio de Comercio, Industria y Energía de China” (Jalisco Gobierno del Estado, 2019, p. 1), la estrategia de innovación en la industria de la fabricación puede cumplir la meta de haber creado más 10.000 empresas para 2020 “(Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017)” (Index of, 2020).

En conclusión, se nombra que las estimaciones y proyecciones sobre una mejor gestión de los activos existentes, a través de plataformas digitales que permiten la economía colaborativa, es una herramienta potencial que dinamiza el desarrollo económico y permite fortalecer las estructuras sociales y productivas en materia de eficiencia. Aunque también la sensación que queda en esta materia es que todavía hay muchos retos que se deben solucionar para utilizar adecuadamente los activos existentes en función de la productividad y mejorar las condiciones de desarrollo económico.

Nueva dinámica de inclusión y conectividad

La dinámica que trae consigo la tecnológica y que ha sido mencionada sistemáticamente en el presente artículo, aceleró y modificó de alguna manera las formas en las que se relacionaban los agentes económicos. Dado que, a través de una conectividad digital originada de las plataformas tecnológicas se logró mejorar los temas de inclusión y movilidad social, que cambiaron la relación de los ciudadanos al enfocar nuevamente la noción de confianza y el fortalecimiento en la imagen de los actores.

La relación básica económica como principio de sobrevivencia en el mundo capitalista históricamente ha reformado la forma en como se relaciona, siendo un claro ejemplo que las dinámicas de nuevos modelos de negocios, escenarios de mercados interactivos y la búsqueda de maximizar el bienestar, materializaron de diversas maneras un nuevo concepto de confianza y relacionamiento entre consumidores y productores.

Esta nueva forma de comportamiento entre los humanos tiene como base la confianza. Según el BID (2017) es la confianza la que permite generar mayor dinámica en los negocios colaborativos, ayuda a superar los retos en la regulación y favorece el consumo y producción compartida. Similar reflexión hace el Banco Mundial (2015) al indicar que los seres humanos piensan socialmente y en la medida en que otros hagan lo mismo, se confía en redes y en normas sociales que desarrollan el sentido de cooperación.

Esta forma de racionalizar está siendo estudiada por grandes pensadores conductuales que promueven la psicología del comportamiento humano sobre el desarrollo y el crecimiento económico. En especial Thaler (2008), Sunstein (2008) y Kahneman (2011) introdujeron y fortalecieron el concepto de psicología del comportamiento en la economía, detalladamente en “los procesos de toma de decisiones de parte de los agentes económicos” (América Latina en Movimiento, 2020, p. 1) “a la hora de adquirir bienes y servicios” (Fundación Etnor, 2020, p. 1), como también la capacidad del ser humano para ignorar las estadísticas o tasas bases en el momento de tomar alguna decisión.

Ellos encontraron que el esquema tradicional neoclásico en donde cada individuo toma decisiones de manera informada y en función de maximizar sus utilidades tenía muchos aspectos por mejorar. Importantes resultados fueron que los actores económicos debían estar influenciados dentro de marcos de actuación para poder tomar buenas decisiones, es decir que las intervenciones de las redes o nodos conductuales que forman los ser humanos pueden mejorar satisfactoriamente las políticas públicas enfocadas al desarrollo económico.

En otras palabras, gracias a la economía colaborativa se puede cambiar y modificar los marcos conductuales para que las personas tomen mejores decisiones, a partir de la información y la confianza que se genera en estos ecosistemas. Por ejemplo, la plataforma colaborativa Cabify le permite al usuario tener la información del costo por trayecto en los servicios tradicionales de taxi y el servicio privado de carros particulares, para así influenciar la decisión económica de escoger un mejor servicio a un menor costo.

La economía colaborativa tiene su gran incidencia en función del desarrollo económico especialmente sobre la presente línea temática, ya que dichas plataformas colaborativas permiten desarrollar comunidades locales y regionales a través de las redes o Networking que deriva claramente en el cumplimiento de algunos ODS. Lo anterior resalta la incidencia sobre la generación de oportunidades laborales, la reducción de la desigualdad, la promoción de ciudades y comunidades sostenibles, y principalmente la formación de alianzas para el cumplimiento de los ODS.

La incidencia real sobre los ODS se debe a los bajos costos y casi nulas barreras de entrada de la economía colaborativa, o en otras palabras dicha economía ayuda a incidir, por ejemplo, en la reducción de la pobreza al garantizar un ingreso básico para las comunidades excluidas, ayudar a la educación a través de plataformas virtuales. En relación, la aplicación gratuita Duolingo promueve la educación en idiomas de manera gratuita e interactiva para cuatro lenguas, con lo cual se genera una barrera simple como el acceso a un celular e internet (BBC, 2019). Sin embargo, la inclusión y movilidad social, a través de dichas plataformas digitales se encuentra con grandes retos de conectividad y educación virtual para la población, tema relacionado

con el ODS número 11, el cual busca promover ciudades y comunidades sostenibles. Por ejemplo, según McKinsey (2019), al aumentar los viajes compartido y promover la conectividad de los vehículos como estrategia para mejorar los flujos de movilidad, podría absorber el 30 % del tránsito y reducir los tiempos de viaje hasta en un 10 %.

Es decir que promover los retos de conectividad digital e infraestructura volvería más inteligentes y eficiente a las ciudades y se contribuiría a cumplir la promoción de ciudades y comunidades sostenibles. Claramente, aunque el 86 % de la población tiene acceso a un teléfono móvil, la mayoría de tiempo está destinado a la interacción de las redes sociales y no a fortalecer los ecosistemas compartidos. Se puede citar que en España el uso de plataformas como Facebook tiene tiempo de uso promedio de 4.2 horas al día, y que el 47 % de la población utiliza las redes para mantenerse informado (World Economic Forum, 2019).

Por último, la dinámica de inclusión y conectividad que brinda la economía colaborativa desarrolla la movilidad social, a través del fortalecimiento de los escenarios locales con impacto a mayor escala regional. Es decir, que las bondades de la economía colaborativa y las redes que brinda ayuda a que las personas tomen mejores decisiones y puedan lograr mayor interacción sin necesidad de permanecer a una sola clase social, de modo que las bondades de la economía colaborativa inciden directamente no solo a promover la conectividad de las ciudades, sino también a reducir la desigualdad y promocionar el desarrollo económico de manera transversal.

Nociones de competencia y retos en la regulación

La “incidencia de la tecnología en las nuevas formas de producción económica e interacción entre los agentes” (Universitat Autònoma de Barcelona, 2020, p. 2), no solo brinda mayor valor agregado a las economías, también genera retos en materia de regulación. La noción de competencia perfecta que se tenía desde los aspectos tradicionales, en donde el costo marginal tendía a ser igual a precio marginal, se está viendo afectado en materia macro, dado que las economías colaborativas tienen unos jugadores líderes que aparcan todo el mercado, pero en aspectos micro, los agentes pretenden maximizar sus utilidades y bienestar.

Es decir, los gobiernos hoy en día se encuentran en unas disyuntivas técnicas en las cuales se debe promover la competencia y defender al consumidor, sin que el uso excesivo de las regulaciones afecte la “innovación y el desarrollo de nuevos modelos de negocio” (Symplio, 2020, p. 1). El reto de parte de los gobiernos también está en la gobernanza sobre las políticas públicas que permitan brindar mayores beneficios sin afectar la libertad y privacidad de las personas, como sucede especialmente en el problema del tratamiento de datos personales para promover nuevos productos y servicios.

Ahora bien, si se tiene en cuenta que la regulación no necesariamente es la gestión legislativa del Estado sobre la economía, dichas plataformas colaborativas brindan una oportunidad inmensa de mejorar la capacidad de gobernabilidad de los Estados sobre la transparencia en “las decisiones y la gobernanza de las políticas públicas” (Links, 2020, p. 2). Por ejemplo, en Colombia la plataforma *Seamos Democracia Digital* brinda la posibilidad a los ciudadanos de tener una relación directa con sus líderes políticos, y a través de dicha plataforma colaborativa los ciudadanos expresan sus acuerdos y desacuerdos respecto a “formulación, seguimiento, y evaluación de las políticas públicas” (Global Facility for Disaster Reduction and Recovery, 2020, p. 5).

En este orden, la incidencia que tiene la economía colaborativa sobre el desarrollo económico se divide sobre dos líneas programáticas que da luces para evidenciar la influencia del Estado sobre la ciudadanía. La primera corresponde la capacidad que debe tener el estado de influenciar los mercados respecto “a la defensa de los derechos privados de los ciudadanos” (Scribd, 2020, p. 118), la prudente regulación que no afecte la innovación, y los marcos normativos que soporten los nuevos modelos de negocios y dinámicas laborales. La segunda línea programática corresponde a la capacidad de generar regulación o influencia en la capacidad de elaborar políticas públicas transparentes a través de la “economía colaborativa” (Revistas ICE Información Comercial Española, 2020).

Específicamente la relación de nuevas formas de regulación y capacidad de gobernanza de los gobiernos, a través de la economía colaborativa, inciden sobre los ODS relacionados con justicia, fortalecimiento institucional y la conformación de alianzas para lograr el

desarrollo económico. Sin embargo, la prioridad sobre la economía colaborativa se centra en generar regulaciones que afecten de manera positiva el trabajo decente, el ingreso mínimo vital para reducir la pobreza y la promoción de acciones en contra del cambio climático.

Respecto a las nuevas regulaciones en materia laboral, estudios indica que los cambios tecnológicos ponen en riesgo las nociones tradicionales de empleo. Dado que, como dicen Oppenheimer (2018), hasta el 47 % de los empleos corren el riesgo de ser automatizados y en especial la economía colaborativa presenta retos inmensos en lograr un ingreso mínimo vital, afiliaciones a seguridad social y cotizaciones para pensión de las personas que utilizan las plataformas digitales como herramientas de trabajo y generación de ingresos.

En general, la economía colaborativa incide sobre los nuevos modelos de negocios y la noción de competencia, que a su vez tiene retos importantes para lograr gestionar asuntos legislativos, de regulación y gobernanza de parte de los Estados. La economía colaborativa también debe crear mecanismos de auto regulación y de responsabilidad social empresas, tal y como lo hacen las industrias tradicionales, dado que esto ayuda a mitigar las regulaciones de parte de los gobiernos, que naturalmente se encuentran guiadas por asuntos políticos e intereses de actores relevantes de la sociedad.

Conclusiones y recomendaciones

La Cuarta Revolución industrial desarrolla y lleva a otros estadios los medios de producción tradicionales, con lo cual se reforman las dinámicas de interacción entre los ciudadanos, en especial, al mejorar la cercanía entre los productores y los consumidores. La invención de las plataformas digitales ofrece nuevos canales de comercialización e intercambio de “bienes y servicios” (Icex Ceco, 2020, p. 1), reforma el concepto de valor tradicional, y mejora el acceso a los bienes y servicio a través de la “eliminación de barreras de entrada a los mercados” (Conamype, 2020).

La economía colaborativa se aproxima un escenario que mejora y dinamiza las economías, en especial le da nuevos conceptos y nociones de desarrollo que sectorizaban los mercados y proponían eslabones

de producción. Dado que, desde una manera horizontal es capaz de pensar lateralmente o realizar procesos de “innovación en todos los sectores de la economía” (Por Una Vivienda Digna, 2003, p. 1), con lo cual se potencian los conceptos de eficiencia y la gestión de activos existentes que dinamizan las economías locales y tienen incidencia en la globalización.

La capacidad de gestionar los activos existentes en las economías y potencializar la maximización de utilidades y bienestar, son fortalezas que se evidencia por medio de la economía colaborativa. Es decir que, a través de tener mayor acceso a la información en los mercados, se puede lograr maximizar el bienestar en las decisiones racionales de los seres humanos. Esto claramente genera escenarios de intercambios justos, pero de igual manera ocasiona enormes retos en materia de regulación, gestión legislativa y gobernanza de parte de los Estados, dado que estos están entre la coyuntura técnica de regular las innovaciones sin desestimularlas.

Respecto a la incidencia de la economía colaborativa sobre el desarrollo económico, la generosidad de esta es inmensa, dado que ayuda a la movilidad social, reducir las brechas de desigualdad y la pobreza, con lo cual se generan conceptos de producción y maximización de las materias primas que promuevan la sostenibilidad ambiental. De igual manera, la economía colaborativa incide sobre el desarrollo económico, en los aspectos de promover las ciudades sostenibles, la producción y consumo responsable, y fortalecer capacidad para la justicia e instituciones sólidas.

Por ejemplo, la conectividad digital y la tecnología que desarrolla la economía colaborativa fortalece las comunidades, y abre la oportunidad para que los Estados puedan tener influencia en los escenarios barriales y locales para promover la gobernanza. Por último, la economía colaborativa tiene una incidencia real en el fortalecimiento para lograr el desarrollo económico, dado que a través de dichas plataformas se mitigan las barreras de entradas a para las comunidades marginales y se crean canales que maximicen “las relaciones entre los agentes de la economía” (Información del Casino en Línea - Guía del Casino, 2016, p. 2).

Referencias

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2018). *Aterrizando Blockchain en Colombia*. Obtenido de <http://www.andi.com.co/Uploads/MauricioTovar.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Banco Mundial. (2015). Informe sobre el desarrollo mundial 2015. *Mente, sociedad y conducta*. Washington, Estados Unidos: Grupo Banco Mundial.

Banco Mundial. (2016). *Dividendos Digitales*. Washington: World Bank.

BBC. (24 de mayo de 2019). *5 aplicaciones para aprender idiomas con tu celular*. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150908_cinco_aplicaciones_aprender_idiomas_ac

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2017). *Transformaciones tecnológicas, su impacto en el mercado de trabajo y retos para las políticas del mercado de trabajo*. Santiago: CEPAL.

Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Impacto económico del servicio de internet banda ancha*. Bogotá: DNP.

Foro Económico Mundial. (2019). *Temas claves de la agenda global*. Obtenido de La cuarta revolución industrial: <https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001RIhBEAW/explore/summary>

Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debate.

La república. (21 de 05 de 2019). *La república*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/rappi-asegura-que-domiciliarios-ganan-3700-por-pedido-con-nuevo-esquema-2787016>

Mazzucato, M. (2019). *El valor de las cosas*. Barcelona: Taurus.

McKinsey. (2019). *Hacia la movilidad urbana fluida*. Obtenido de <https://www.mckinsey.com/co/our-insights/the-road-to-seamless-urban-mobility>

McKinsey Global Institute. (2013). *Infrastructure productivity: How to save \$1 trillion a year*. Seoul: McKinsey Global Institute.

Oppenheimer, A. (2018). *¡Sálvese quien pueda!* Ciudad de México: Debate.

Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Desarrollo productivo, formalización laboral y normas del trabajo*. Lima, Perú: Organización Internacional del Trabajo 2016.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2015). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015*. París: OCDE en México para América Latina.

Reuters. (24 de 09 de 2018). *Reuters Latinoamérica*. Obtenido de <https://lta.reuters.com/articulo/empresas-argentina-uber-idLTAKCN1M41HZ-OU5LT>

Thaler, R., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven: Yale University.

World Economic Forum. (27 de 05 de 2019). *Behavioural Sciences*. Obtenido de ¿2, 5 o 7 horas al día: Cuánto tiempo es demasiado usando redes sociales?: <https://es.weforum.org/agenda/2018/06/2-5-o-7-horas-al-dia-cuanto-tiempo-es-demasiado-usando-redes-sociales/>

