



Esta obra está publicada bajo la licencia  
[CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ARTÍCULO DE REVISIÓN

## Economía colaborativa: Rompiendo el esquema tradicional de los negocios emprendedores

### Collaborative Economy: Breaking the Traditional Scheme of Entrepreneurial Businesses

Aurelio Daniel Recuenco Cabrera<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Trujillo, Av. Juan Pablo II s/n, Trujillo, La Libertad, Perú.

\*Autor correspondiente: [danrec2011@hotmail.com](mailto:danrec2011@hotmail.com) (A. Recuenco).

Fecha de recepción: 15 10 2022. Fecha de aceptación: 16 11 2022.

#### RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo principal resaltar la importancia que viene teniendo en los tiempos actuales la economía colaborativa como parte de la evolución de las sociedades. La economía colaborativa con fuerte presencia en el desarrollo económico está muy ligada al aspecto tecnológico y con una extrema ligazón en los sistemas consumistas y capitalistas. Hoy en día muestra su presencia a través de las plataformas digitales generando un mundo lleno de innovación y gestora de emprendimientos, buscando nuevas oportunidades y creando de por sí nuevos estilos de vida. Es por esto que presenta muchos puntos a su favor, aunque también es cuestionada por detractores en ciertos aspectos como el jurídico y laboral, especialmente. La idea es compartir las experiencias emprendedoras, pero buscando desde luego un beneficio para los involucrados, derivando incluso en otras formas de negocios como la economía cooperativa. Aunque esta forma de economía parece haberse consolidado para unos, también lo es aún incierto para otros. No obstante, es el modelo de negocios en auge hoy en día en el mundo.

**Palabras clave:** economía colaborativa; esquema; negocio; tecnología; plataformas digitales.

#### ABSTRACT

The main objective of this article is to highlight the importance that the collaborative economy has been having in current times as part of the evolution of societies. The collaborative economy with a strong presence in economic development is closely linked to the technological aspect and with an extreme link in consumerist and capitalist systems. Today it shows its presence through digital platforms, generating a world full of innovation and entrepreneurship management, seeking new opportunities and creating new lifestyles. This is why it presents many points in its favor, although it is also questioned by detractors in certain aspects such as legal and labor, especially. The idea is to share entrepreneurial experiences, but certainly seeking a benefit for those involved, leading even to other forms of business such as the cooperative economy. Although this form of economy seems to have consolidated for some, it is also still uncertain for others. Nonetheless, it is the booming business model in the world today.

**Keywords:** collaborative economy; scheme; business; technology; digital platforms.

#### INTRODUCCIÓN

Hoy en día resulta tan común escuchar hablar de economías colaborativas debido al auge que estas han experimentado en las dos últimas décadas lo que a su vez ha logrado transformar a las sociedades en diversos campos de la vida, aunque también existan muchas detracciones a este nuevo modelo económico y de negocios, pues han colocado en la mesa criterios que afirman que sus postulados no consisten en sí una economía compartida como podría suponerse y que más bien forman

parte de los criterios clásicos de economía pero centrados en la innovación y tecnología muy en boga en el Siglo XXI. Sin embargo, todo esto ha llevado a elevar estilos consumistas en las sociedades que lo han aceptado cambiando modos de vida ligados al hecho de generar ingresos adicionales. Las economías colaborativas no deben ser comprendidas como una totalidad en sentido homogéneo, sino que más bien las acciones que se practiquen en sí mismas bajo este concepto deben ser entendidas como muy heterogéneas,

llegando incluso a situaciones de contradicción y antagonismo (Gil, 2018).

Tan grande se ha hecho su participación en la sociedad que muchos creen que el consumismo ha instalado su modelo de economía o negocios en estos tiempos y con una visión que indica que vino para quedarse y cambiar incluso estilos de vida, determinando por esto que sea del interés de muchas disciplinas económicas, sociológicas o técnicas. Su crecimiento ha sido tan rápido que en diversos aspectos todavía no se tiene muy bien definido su interpretación o análisis, dando lugar a muchas interrogantes en el desempeño que se tiene de éste. La participación del consumidor es el eje asimismo de estas relaciones, pues su presencia activa ha motivado el respectivo crecimiento exponencial en tan poco tiempo. Una de las características esenciales para su presencia es que toma muy en cuenta al aspecto tecnológico e innovador de estos tiempos, lo cual es un aliado muy favorable para su éxito. En este sentido se diseñan nuevas estructuras de reingeniería que modelan los nuevos tipos de negocios o emprendimiento, pero que sobre todo están muy ligados al sistema capitalista donde mayormente opera, haciendo muy dinámicos los procesos de oferta y demanda en los diversos mercados en los que participa, pero que da muchos dolores de cabeza cuando se hablan de interpretaciones jurídicas o legales o ligadas a la actividad laboral. Las plataformas digitales existentes y muy comunes hoy en día son su arma fundamental para llegar al consumidor en el momento oportuno, con menor costo y mejor servicio.

Aunque su idea es compartir los negocios puede haber de por medio un beneficio anhelado por las partes, convirtiéndose a su vez en un juego no sólo económico, sino también del marketing, psicología, entre otros campos. Se abre así, un mundo de oportunidad para los mercados convirtiendo al consumidor en un ente proactivo, pero donde deberá existir la confianza, sostenibilidad, cooperación (peer to peer) y mucha paciencia para afrontar los riesgos que conlleva. Las relaciones jurídicas ante este nuevo modelo deben ser muy bien detalladas o determinadas, pues aún hay muchos aspectos ambiguos para poder establecerlas de manera real, pues muchas nociones de la economía colaborativa resultan todavía complejas al presente en los contextos económicos, siendo rescatable añadir que estas economías llegan a ser transversales cuando se hablan de la idea de intercambio del que forman parte, suscitando al final una lucha por la competencia de los mercados en los cuales el consumidor es el principal y último

decisor, pero en los que varios caos no exista una regulación o marco jurídico adecuado. De esta forma se pasa de una economía tradicional a otra de sentido colaborador, pero que cada día busca una nueva manera para establecerse permanentemente, pues sabe que la tecnología en la cual se apoya, llegó para quedarse.

### ¿Qué es economía colaborativa?

La expresión economía colaborativa aparecida en el año 2010 se deriva del vocablo inglés *Sharing Economy*, cuando los estudiosos, Lisa Gansky, Rachel Botsman y Roo Rogers lo emplearon de forma separada. Alude a un modelo económico de negocios que usan bienes infrutilizados de agentes privados y que tienen un propósito no lucrativo (Gansky, 2010; Botsman y Rogers, 2010), aunque es preciso señalar que también existen otras expresiones anglosajonas muy comunes al respecto como *Peer Economy*, *Collaborative Economy* o *Collaborative Consumption*. No obstante, con el paso de los años se sumaron plataformas virtuales y que sí tenían como propósito el lucro, por ejemplo: Uber, Airbnb, Rappi, entre otras más (Plaza et al., 2018), siendo todas ellas de variada constitución y condición de acuerdo al tipo de negocios respecto al caso específico y los bienes infrutilizados, pero siempre apoyándose en el empleo del internet en los tiempos actuales en boga de la tecnología.

Asimismo, Stephany (2015) califica a la economía colaborativa como un prototipo que considera al valor de tomar en cuenta activos infrutilizados y de ponerlos en contacto con acceso para todos los usuarios del medio con la finalidad de disminuir la necesidad de poseer la posesión sobre tales activos. Doménech (2015) afirmó que la economía colaborativa significaba un nuevo sistema de producción con mucho nexo con el modo tecnológico que le facilitaba acceder a nuevos productos y servicios, siendo así un fenómeno de carácter económico-tecnológico que gozaba de enorme apoyo en la tecnología de información y la comunicación, las webs y otros más. Además, Sundararayan (2016) lo enunció como una configuración con gran cantidad de usuarios que tiene incidencia en el capital y que tiene con objetivo a la persona, mientras que Bulchan y Melián (2018) la definen como la venta, intercambio o cesión de productos o servicios, fundamentalmente por lado de las personas a través de plataformas digitales en línea que facilitan conectarse y efectuar la gestión del vínculo entre los proveedores y los consumidores empleando los proveedores los mecanismos propios, contando con

autonomía para su organización y sin lograr tener la dimensión de una pyme.

No obstante, ante tan variadas definiciones y otras más, Lizama y Lizama (2020), la definen como la economía colaborativa que se centra en generar posibles contextos de compartimiento, que de manera normal son digitales, donde individuos con anhelos colectivos o requerimientos complementarios efectúan intercambio de valor o copera para alcanzar un objetivo colectivo. Dicho de otra forma, la economía colaborativa abarca cualquier actividad que se centren en la categoría P2P (peer to peer), de usuario de internet a usuario de internet y que tiene su fundamento en el hecho de poder adquirir, distribuir, comercializar o dar facilidades para comercializar los bienes subutilizados entre los dueños de estos y los consumidores finales que desean gozarlos (Llanos, 2020).

Como puede verse existe una variada gama o formas de expresar lo que significa economía colaborativa logrando todas tener un mismo significado de fondo en la que se tratan de compartir los servicios y los principales efectos de su constitución, pero apoyados en las plataformas digitales del mundo tecnológico de hoy, lo que ha llevado a cambiar los sistemas productivos y estilos de vida de las naciones en la que prevalecen las manifestaciones consumistas. Todo esto genera nuevas formas de emprendimiento e innovación, principalmente en economías en desarrollo y ha derivado en la aparición de nuevas nociones en temas económicos, de marketing, tecnología, finanzas y hasta nuevas interpretaciones en campos jurídicos y legales.

#### **La imagen de por medio basado en el marketing**

Ganarse un nombre en base de la economía colaborativa es de gran relevancia para el éxito comercial de un producto o servicio. Es necesario señalar primero la confianza que se debe generar en el mundo de los negocios que trabajan bajo este nuevo modelo hoy en boga. Se habla que estamos viviendo la era de la economía de la reputación, en la que la percepción desempeña un rol de mucha trascendencia, más que todo cuando se habla del entorno digital que debe tratar de darle más consistencia a fin de sustentar sus preceptos. Todo lo que se habla o diga sobre algún producto o servicio incide en el poder de decisión que tendrán los nuevos consumidores (Máñez y Gutiérrez, 2016). Así, que se apunta a alcanzar la debida calidad es menester crear una percepción con enorme sentido positivo en los consumidores finales respecto a un producto o servicio, lo que supondrá establecer un

adecuado programa de marketing buscando generar confianza y garantía por el cual se alcance un nexo emocional elevado con tal consumidor (Ferrari, 2018). En este sentido la percepción que se busca en la economía colaborativa es variante, pudiendo indicarse que gusta de mayor aceptación por los jóvenes en comparación de generaciones adultas (Rodríguez et al., 2017). López (2017) cita a Francisco Pertíñez quien afirma "la protección legal del consumidor se sustituye entonces por una protección fundada en sistemas de reputaciones, es decir en la opinión de otros consumidores sobre el mismo prestador de servicio, publicada a través de la misma plataforma".

Visto de manera más precisa se afirma que para una economía colaborativa exitosa es fundamental desarrollar programas de marketing en los cuales se diseñen las principales estrategias a considerar si se desea triunfar en el mundo de los negocios innovadores apoyados en plataformas tecnológicas, pero que vayan de la mano de generar confianza en los consumidores finales que demandan los productos o servicios en los diferentes rubros de la economía. La confianza a la vez derivará en crear entornos donde se generen la evidente presencia de sistemas productivos que trabajan dentro de un clima que tome en cuenta de manera seria la reputación, la imagen en este nuevo estilo de negocios es necesaria para poder poner más al alcance los diferentes bienes que buscan ganar sitio dentro de la mente de los consumidores. El hecho de valerse de medios tecnológicos que resultan nuevos para las últimas generaciones hace esencial que se valore mucho la reputación y la confianza que deben existir en los mercados económicos que buscan alcanzar nuevos horizontes. Se crea una visión muy íntima de los procederes en que se efectúan los negocios que asociados a plataformas digitales buscan introducirse de manera rápida en la economía. Los nuevos sistemas de producción son más flexibles a relaciones de interacción y de imagen que tratan de concertar las operaciones rutinarias de manera más confiable y digna.

#### **El verdadero significado neoliberal de la economía colaborativa**

La economía colaborativa en el fondo representa nuevas maneras laborales al interno de la economía neoliberal que vio aparecer los primeros ejercicios de este modelo en Europa en los años 60 y 70, las que consistían en hacer uso de ciertos bienes de propiedad de otro individuo y que estando en no valía, pudiera ser utilizado por otro individuo que lo requiriera.

Ya en la década de los 90 en plena expansión del neoliberalismo se puede apreciar una nueva visión adoptada por el emprendedor que logra mitigar el aspecto político y elimina el colectivo, logrando abrirse al pragmatismo con planes individualista de gestión dando lugar a nuevas formas laborales en los negocios. Así, surgen las economías colaborativas que ejercen su eje básico en el carácter disruptivo de la innovación y que para su manejo adecuado no sólo se valen de las mismas empresas y los agentes de reparto, sino que llegan inclusive a apoyarse del Estado mediante las omisiones en política y muy poca atención a los problemas sociales, lo que deriva en que las comunidades busquen nuevas alternativas de bienestar, lo cual es sumado a la estructura socio-económica existente, lo que condiciona o exige la participación necesaria del neoliberalismo. En tales situaciones es de suponerse que se dan las condiciones para generar desigualdad de tipo socio-económico, lo que orienta a la edificación de un mercado desequilibrado que profundiza las actividades no igualitarias (Carrión y Fernández, 2020). Viéndolo de otra forma la economía colaborativa pone la mirada en un mundo que labore con mayor eficiencia al ser capaz de organizar los recursos con los cuales dispone con los beneficios viables en los campos económico, social y hasta ambiental que no se pueden ignorar. Se trata de ver en un panorama homogéneo más que un capitalismo sencillo donde impere la eficiencia (capitalismo de plataforma). Hay por lo tanto que considerar: i) lo complejo que resulta ser el ecosistema de agentes que participan de esta economía y sus verdaderos propósitos (*startups* lucrativas, cooperativas y/o empresas sociales, etc.) y; ii) que actualmente se presenta un escenario de intervalo de reacomodación de la revolución que significa estar inmersos en la economía colaborativa, pues aquí es donde se deben asumir decisiones de índole sociopolítico que conduzcan el máximo empleo de la tecnología asignada en beneficio de la colectividad (Cañigüeral, 2016).

La presencia del neoliberalismo como fondo para el desarrollo de modos consumistas expresados por las economías colaborativas ha resultado ser un factor muy a favor de éstas, dado que manifiestan todas las condiciones para una verdadera participación activa del Estado mediante la falta de regulaciones y generando un clima propicio para la generación de emprendimientos dentro de un marco que debe tomar en cuenta la problemática social, pero que expresa su intención a

través de las denominadas formas de capitalismo de plataformas. Si bien tiene un propósito compartido y en las que se produzcan beneficios de manera ideal, lo cierto es que no siempre se encuentran los mecanismos apropiados para su ejecución, aunque el hecho de su propagación como medio de negocio sea de enorme peso. Las economías neoliberales que promueven la participación individual emprendedora con menor regulación posible han hecho precisamente que sean agentes de gran extensión para el éxito de los negocios del nuevo capitalismo. Se abre así, nuevas rutas para la generación del emprendimiento en las cuales la tecnología está muy apegada a la práctica capitalista y en sí neoliberal.

### **El papel del Estado y del consumidor en un entorno de economía colaborativa**

El rol que cumple el Estado es fundamental, el cual debe someter a evaluación los distintos resquebrajamiento que podrían suscitarse en el mercado con la finalidad de lograr evitar que se produzcan hechos inequitativos o injustos y de esta forma disponer de fundamentos sólidos para poder ejercer el control y supervisión del mercado, aunque no sólo de ello sino también de la ética y moral practicada por los empresarios con el medio. El Estado y las empresas deben mantener un espíritu de coordinación recíproco para poder ordenar el mercado con eficacia, lo que supondría el despeje de dudas en lo que respecta a la dinámica que existe en el mercado por lado de las empresas que están adheridas a este modelo de negocio y que a la vez eviten el entrapamiento de dispositivos que traban la presencia de variados productos tecnológicos en beneficio de los consumidores que hoy en día las demandan (Armas, 2016). En este sentido es preciso instaurar una regulación homogénea de carácter jurídico, deberes y obligaciones de las plataformas digitales, lo que también supone adoptar medidas necesarias en procura de la protección del consumidor por el lado de dichas plataformas, vale decir mayor control de acceso, códigos de conducta, sistemas de evaluación limpios, etc. Con ello, las plataformas podrán estar libres de responsabilidad que proceda de la prestación de servicios para alojar información (no considera a otros servicios de las plataformas); a esto es fundamental determinar pautas con sentido uniforme que faciliten la distinción entre particulares y profesionales, para lo que se tendrá en cuenta varios aspectos como frecuencia de servicio dimensión del negocio, rendimientos, etc., y todo esto conllevará a su vez saber el caso específico si

**Tabla 1.** Interpretaciones de la economía colaborativa en algunos contextos

Aspecto	Descripción
Significado	Da lugar al capitalismo de plataforma
Valores	Destacan la autonomía y la flexibilidad
Marketing	Propicia enormemente la dimensión de la confianza
Emprendimiento	Posee una naturaleza disruptiva de la innovación
Economía	Modelo de negocio basado en lo colectivo
Estado	Ninguna participación en el control y regulación
Tecnológico	Empleo muy extenso de plataformas digitales o medios virtuales
Laboral	Nuevo ámbito de interpretación del trabajo
Relaciones jurídicas	Nexos: empresa-estado, empresa-trabajador, empresa-mercado y otras más.
Mercado consumista	Origina el consumo colaborativo
Ámbito de desarrollo	Contexto centrado en la informalidad

se trata de prestador de servicios profesional o de uno particular lo que permitirá definir si le corresponde o no el Derecho de Consumo (Martín, 2017).

Si bien las economías colaborativas gozan hoy en día de muchas ventajas para que su crecimiento haya sido eficaz, lo cierto es que la participación del Estado debe ser definida de una mejor manera, dado que en este mundo disruptivo tiene aún marcos que no precisan regulaciones a lo que interesa o encierra en sí en su desarrollo. Los demandantes en el modelo se dedican solo a adquirir los bienes o servicios (consumismo) y quizás para ellos sea una forma de facilitar los negocios, pero al interno de ellos hay aspectos que deben ser resueltos en favor de la misma organización y de la propia seguridad de los consumidores, aunque se recalque que precisamente el neoliberalismo le favoreció a su rápida extensión en detrimento de una participación activa del estado. La Tabla 1 muestra algunas variantes que ha sufrido la economía colaborativa en ciertos campos.

#### Los nuevos desafíos a enfrentar

La economía colaborativa presenta un gran desafío en los negocios de hoy respecto al empleo masivo de las TIC's pues se convierte en el mayor instrumento tecnológico y del internet, dado que se viven los mayores adelantos de este tipo en siglos y que de alguna forma llevaron a revolucionar las interacciones de los seres humanos con sus respectivos entornos, permitiéndoles efectuar muchas actividades de manera más simple, pero teniendo en cuenta que también todavía este mundo es algo desconocido por una gran parte de los individuos debido a su poca relación o ganas de inmiscuirse en el ambiente digital que está en apogeo en el planeta (Salazar et al., 2020). Asimismo, Pertíñez (citado por López, 2017) señala que está de por medio en saber establecer los parámetros en las que el prestador del servicio se desempeña como un empresario, dado que en la economía clásica al partirse del precepto de quien prestaba el servicio era un empresario, todos los esfuerzos en materia legislativa, jurisprudencial y

doctrinal tiene su centro en poder definir la noción de consumidor estando ahora el caso en saber definir la noción de prestador de servicio *ad hoc* que logre establecer el contexto de aplicación de los dispositivos de consumo a los servicios que se prestan mediante las plataformas de colaboración. Además, de acuerdo a estudios recientes se encontró que dentro de la economía colaborativa los términos más anhelados por los consumidores y a satisfacer por las empresas son la *comodidad, economía y facilidad*, las que vislumbran una identificación con el confort con podrán ser el sentido acogedor y el precio sugerido; luego de esto se ubican *la gastronomía, el turismo y el ahorro*, por lo que los desafíos están cada vez expandiéndose y obviamente apoyados por las plataformas digitales que buscan satisfacer los requerimientos en el menor tiempo posible (Carpio y Montes, 2020). Además, la economía colaborativa también llamada economía de pares logra ser desempeñada con el uso de plataformas digitales que permita vincular a las personas, las cuales no necesitan tener un título o licencia que haya sido otorgado por alguna autoridad de la jurisdicción, puedan llevar a efectuar su trabajo; de esta forma las plataformas digitales de intermediación solo poseen responsabilidad respecto a la información que ofrecen y las que son proporcionadas por los propios sujetos o usuarios de esta (Bazán, 2022). Es por ello, que resulta de conveniencia dar una regulación al consumo colaborativo, ya que no hacerlo produce diferencias en relación al trato del consumo clásico, en el hecho que ambos ejerzan competencia en un mismo mercado, ya que en razón a los preceptos constitucionales de igualdad y libre competencia queda sin sustento que haya tratamientos de preferencia de ninguna clase ya sea por existir una regulación o carencia de la misma (Tupayachi, 2019).

Con aspectos todavía no muy bien configurados, la economía colaborativa tiene una gama extensa de desafíos por resolver a lo que representa realmente estar en vigencia en el mundo. Hay que saber definir el auténtico rol del empresario y presta-



dor de servicios dado que en algunos tiempos representan lo mismo, pero dentro del nuevo modelo no es aún precisado. Asimismo, está el hecho que aún el campo tecnológico por desarrollar tiene un amplio camino que pueda dar respuesta a la enorme dimensión que tiene en los consumidores y en la sociedad en general. Hay mucho por saber o conocer y establecer reglamentaciones que puedan resolver circunstancias dubitativas, pero que en el porvenir tiene como objetivo el confort de la colectividad. Como la economía colaborativa está cada día más presente en diversos rubros de la economía, los desafíos son y seguirán siendo aún grandes, al menos por un tiempo largo y más sabiendo que los tiempos son cambiantes de forma acelerada, de manera tan disruptiva y en la que cada vez las plataformas digitales forman parte de nuestra vida, aparte del hecho de saber identificar de manera más exacta la participación del Estado y de cada uno de los agentes en este nuevo mundo económico.

#### **El mercado informal existente en el nuevo modelo**

El estado de informalidad en las empresas colaborativas es causado por la carencia de reglamentación fiscal, gestión, apalancamiento de tipo operacional, y otros más que facilite desempeñarse con transparencia. Respecto a la formalidad es preciso señalar que los beneficios que se obtengan de este modelo de economía tienen un sentido de índole igualitaria, sostenible y con un basamento que tiene su explicación en la cultura de la organización como ocurre en la economía clásica existente. Además, es preciso agregar que, en lo relacionado a la regulación fiscal, cada acción de tipo colaborativo tiene que ser estudiado y estructurado de manera legal y tributaria, a fin que haya un control y pretenda ampliarse la base tributaria (López, 2021). Así pues, vemos que las plataformas digitales suelen ser centros de generación de nuevos mercados que operan y monetizan ejercicios que tenían lugar de manera local e informal. El establecimiento de patrones de estandarización informática conlleva a prácticas de intercambio que bien abren las vías para que se pueda escalar o crecer de manera exponencial. No obstante, si bien aumenta la dimensión del negocio, las compañías que fueron capaces de gestar tales portentos deben buscar opciones que permitan conservar las cualidades de informalidad que está muy relacionado al tipo de actividad que ejecutan, lo que dicho de una manera más explícita opera a la vez como un reclamo con connotación comercial y como

argumento para poder esquivar la presión fiscal del entorno. Así, la brecha entre lo expresado y ejecutado hace que muchos agentes involucrados, incluso la opinión pública, se hallen en situación de encierro por no saber manifestarse sobre el auténtico carácter de dicho portento (De Rivera et al., 2017). A esto hay que agregar que la regulación del empleo que producen las plataformas digitales de delivery es tan elemental como lo es el hecho de regular el trabajo independiente o autónomo, el mismo que se desenvuelve en altas condiciones de informalidad (Dinegro, 2020).

Si bien se ha mencionado que la economía neoliberal presenta muchos aspectos para su rápida expansión y crecimiento, lo cierto es que una de sus desventajas en la informalidad en que se desenvuelve dado por el hecho que no se sientan las bases para poder reglamentar las diversas transacciones que se producen en el mercado, constituyéndose en el fondo un real peligro para la subsistencia de las empresas que están inmersas dentro de este modelo. Las prácticas comerciales puede que se vean favorecidas por la falta de regulación, pero también un enorme riesgo para poder ejercer nuevas operaciones promotoras en la economía, lo cual sumado al libre ejercicio de apoyarse en plataformas digitales los convierte en cierto modo negocios de incertidumbre o que sean vulnerables a cualquier coyuntura que se pueda presentar en el entorno económico. Hay que señalar que en muchos países o regiones del mundo capitalista todavía prevalece la informalidad, por lo que esta nueva de practicarlo o falta de condiciones apropiadas que hagan que esto disminuya harán que las transacciones gocen de la transparencia que realmente deberían tener siempre y todo esto a la larga evitará que el Estado pueda recaudar los ingresos que realmente le correspondería como empresas que son o al menos reducir la presión fiscal que ello conlleva.

#### **Panorama a la vista de la economía colaborativa**

El crecimiento de las empresas dentro de la economía colaborativa ha sido vertiginoso, tanto así que las expectativas están creadas para los siguientes años tal como lo vaticinan algunos entendidos y consultoras estudiosas del boom del momento. Por ejemplo, en el 2016, la empresa Brookings divulgó un estudio que realizaron, que estimaba que la economía colaborativa crecería en alrededor de 20 veces entre 2014 y 2025 (de 14,000 millones a 335,000 millones). Asimismo, ese año, la consultora PWC afirmó que en 2015 solo 5 categorías lograron generar ingresos de plataformas

digitales por un monto de 4,000 millones de euros y permitiendo operaciones en Europa por un total de 28,000 millones de euros y, estimaban que para el 2025 muchas unidades de la economía colaborativa llegarían a rivalizar en volumen con sus pares clásicos por un monto de 80,000 millones permitiendo operaciones de cerca de 570,000 millones de euros. No obstante, pese a los vaticinios muy halagadores para este tiempo, lo cierto es que en los últimos años aparecieron algunas falencias o debilidades del modelo de economía o negocios, tanto así, que algunas empresas quebraron y en otros casos algunas categorías de la economía no lograron concretar la fortuna. De este modo, empresas representativas del modelo se inclinaron a prototipos que significan la ortodoxia. Por ejemplo, Uber pasa por un periodo de letargo debido a las condiciones que se autoimpuso, mientras que Airbnb tiene una visión incierta a causa de estar enfocada en criterios de legitimidad y poder dar justificación a lo alto de su valor. Tal es así, que algunos entendidos creen que quizás ya se pasó el punto máximo de la economía colaborativa (Slee, 2018).

Estas predicciones realizadas en años previos y con la certeza que se llegaron a cumplir ya en cierta manera y aún tienen una visión favorable constituyen los fuertes que por hoy se tienen del nuevo modelo económico de negocios. Las prácticas de economía colaborativa han significado buenas proyecciones efectuadas en Europa, tal como se ha podido observar, siendo de la misma forma en otras realidades consumistas o capitalistas del mundo donde la ley de la oferta y la demanda está en ejercicio permanentemente. Asimismo, su ingreso a nuevos sectores económicos hará que se conviertan en economías dinámicas ya que permitirán el intercambio constante y rápido de los bienes y servicios, teniendo en cuenta que en algunos sectores la economía colaborativa se ha posicionado como el abanderado del desarrollo o gestión de proyectos. Esto, motivado por el hecho de tener su eje de apoyo en plataformas digitales las convierte en centros innovadores y de emprendimiento por los próximos años, dado que la tecnología sigue en aumento en el mundo y porque el nuevo modelo ha roto con modelos tradicionales de negocios.

#### **El nexa económico con el mercado consumista y capitalista**

El fundamento económico de la economía colaborativa está centrado en la reducción de costos de transacción permitiendo informarse sobre los clientes y el reequilibrio de asimetrías de información incremen-

tando la confiabilidad de tal información recibida (Preciado, 2018). Así, se entiende que las plataformas de economía colaborativa, no brindan de forma directa un bien o servicio, en vez de ello facilitan la conexión con los consumidores finales (usuarios) y con aquellos que prestan de manera directa los servicios, proporcionando servicios conocidos como de la *sociedad de información* dado que se posibilita transmitirlos por las diferentes redes sociales. Así pues, las plataformas digitales de este modelo son vistas como proveedores en el contexto de un vínculo de consumo o consumista, siempre que su participación sea de forma activa en la acción económica que se da mediante la web. Naturalmente, situación diferente, se presentará cuando faciliten el hecho de poder concretar operaciones de tipo comercial en las plataformas, como son los casos de las webs que solo funcionan como webs de avisos de publicidad en el mercado de consumo de un C2C (Customer to Customer) (Llanos, 2020). En sentido más estricto la economía colaborativa se constituye en una expresión más del capitalismo existente que ofrece cambios reapropiándose y resignificando definiciones de tipo moral como son los casos de reciprocidad y solidaridad que en el fondo son solo distractores de lo que es en sí la objetividad; o sea otra manera de capturar la riqueza sin que exista un verdadero aporte a la economía y el mercado. Pone a la autonomía y flexibilidad como valores y como eje mayor de la economía, aunque se diga que es una forma del desarrollo tecnológico, a la vez hace una redefinición del concepto del tiempo que se destina al trabajo, incidiendo que el riesgo es atribuido a los colaboradores y no a los dueños de las organizaciones que las practican; todo esto produce un enorme reto a los entes reguladores al que ingresa empleando el *lobby* y la forma de ejercer presiones de índole político a nuevos convenios, llegando en casos a afirmarse que es un regreso a una forma de explotación anteriores al capitalismo (Suárez, 2018). Ante esto, se puede agregar algunos detalles propios que se derivan de ello, como es el hecho que la economía colaborativa al ir de la mano del mundo tecnológico, esta no va ligada de una regulación de tipo tributario que logre ajustar el régimen fiscal a las transacciones que se efectúan en su interior, siendo así que se deban implementar a dichas operaciones, dispositivos no pensadas para ellas, lo que conduce a observar un panorama asimétrico y trabas para estas acciones que resultan ser ventajosas para las sociedades dado que facilitan consumos con sentido racional que orientan a que se logren estas

sin posibilidad de riesgo fiscal de incumplimientos, lo que a la larga determinaría regulaciones en tributos, cobro de intereses de mora y hasta sanciones respectivas (Durán, 2020). Con todo esto y otros aspectos adicionales ha dado lugar que se logre diseminar la noción de "capitalismo de plataforma" en alusión a las plataformas de economía colaborativa que hoy por hoy están multiplicando el pensamiento y realidad neoliberal hacia nuevas dimensiones o contextos sociales constituyéndose en nuevas formas de capitalismo idealizado, pero que en antagonismo a ello, están orientando de manera reciente a la creación de un "cooperativismo de plataforma" que son medios que proporcionan los mismos servicios pero teniendo en el fondo otro sentido en lo referente a los aspectos sociales y productivos (Gil, 2018). Hay que agregar que existen naciones en la que la economía no oficial manifiesta apoyo, además que una gran participación de la actividad económica es hecha por instituciones de tipo asociativo o no lucrativas, ni menos pasar por alto precisamente las actividades que se derivan de la economía colaborativa como son las prácticas cooperativistas (Domínguez, 2017). Se observa, entonces, que la economía colaborativa a través del consumo colaborativo, es actualmente un quehacer omnipresente que se configuró en forma progresiva como una subdisciplina económica que ejerce la representación de un contexto en resiliencia frente a la recesión económica al ofrecer oportunidades y respuestas a las incertidumbres que se originan, así se está frente a una sociedad de cambio y se constituye de forma eficaz conforme a las nuevas necesidades de las sociedades existentes, recalándose que ejerce una fuerte presión en el campo de la innovación (Sastre y Inglada, 2018). La economía colaborativa surge como una opción relacionada a costumbres muy remotas como lo fueron el trueque de recursos y capacidades para dar satisfacción a los requerimientos del consumidor; se puede decir que desempeña una incidencia de crecimiento económico como configuración de modelo de negocio (Fonseca y Estela, 2020). En un sentido estricto, las empresas de la economía colaborativa se constituyen en intermediarios que permiten la concreción de negocios entre sus usuarios: la plataforma digital es, así, un escenario en el cual la oferta y la demanda de un bien o servicio logran confluir, conduciendo a la perfección de operaciones (Calderón, 2021).

Así, los nuevos mercados en los cuales se presenta la economía colaborativa expresan las meras formas del consumismo ra-

cional que se presenta por las mismas condiciones de necesidad que manifiesta el mismo mercado, poniendo en relieve prácticas rutinarias económicas dentro de situaciones de autonomía y ejercicio de la moral, donde se busquen justificar actividades laborales como algo natural dentro de las economías capitalistas, lo mismo cuando ocurre en lo referente al trabajo ejecutado no pudiendo precisarse en varios casos a quien corresponde determinada función al hacerlo, ya que en ocasiones se tengan que hacer uso de *lobby's* o presiones de tipo político. El consumidor o demandante se convierte en la razón de ser de las economías capitalistas y, por ende, de las economías de sentido colaborativo, llegando incluso a diseñar esquemas que puedan convertirse en modelos de sistemas cooperativos o con una visión social. El mismo ejercicio de esquemas no regulados hace que sea evidente el uso de modelos falto de valores, aunque se quiera dar justificación a ello, llegando en ciertos casos a entablar juicios sobre nuevas formas de explotación.

#### **El contexto jurídico de trabajo en condiciones de economía colaborativa**

Mediante las plataformas digitales, en un modelo de economía colaborativa se brindan servicios que son realizados por trabajadores autónomos, los cuales poseen libertad para establecer cómo y cuándo pueden ofertar sus servicios; no obstante, también los dueños de tales plataformas están en capacidad de participar en el servicio, por lo cual se está frente a un panorama que muestra independencia y al mismo tiempo dependencia, lo que queda evidenciado en la existencia de un escalafón de trabajador que no se haya dentro de una regulación (Monzón, 2019). Así, la fundamentación jurídica de la economía colaborativa de manera similar como sucede con otros casos en el Derecho del Trabajo, como es la descentralización productiva, estriba en la libertad de empresa. En muchos casos la economía colaborativa y descentralización productiva coinciden en la manera de actuar como ocurre en el *crowdwork* que viene a ser una atomización de la gran cantidad de prestadores de servicios individuales a través de actividades que anteriormente efectuaba una matriz, que pudiera ser la contratista mediante ciertos trabajadores y que en la actualidad se engranan mediante un número de contratos mercantiles de arrendamiento en los servicios (Preciado, 2018). Ahora, es preciso indicar un planteamiento de diferenciaciones que orienten el sentido de los negocios que se trate y poder establecer si existe contrato o no entre el he-



cho de aplicarlo y los usuarios. Las plataformas virtuales de servicios se hallan presentes en los mercados de transporte y reparto y distribución y las de activos en los mercados de hospedaje y financiamiento. Considerando la diferencia entre activo y servicio, sólo se puede establecer si hay contrato de trabajo en las plataformas virtuales de servicios dado que en las de activos se carece de un elemento fundamental para que exista contrato laboral (no existe trabajo), habiendo, también una distinción con el objeto de la relación laboral (es el activo y no el trabajo). En cuanto a las plataformas virtuales de servicios se debe realizar una diferenciación entre los mercados de transporte de individuos y distribución de pedidos y reparto con el propósito de poder aclarar si hay vínculo de subordinación o dependencia entre la aplicación y los transportistas y repartidores dependiendo de la situación (Lizama y Lizama, 2020). Según el campo jurídico del contrato, solo hay pocos estudios para poder afirmar de manera contundente el carácter del contrato y aún más el desapego entre el contrato laboral y no laboral, lo que podrá precisarse posteriormente con mayores estudios y con resoluciones jurisprudenciales (Armas, 2016). En un sentido más estricto se puede afirmar que las plataformas digitales son capaces de poder cuantificar los rendimientos de la masa trabajadora, facilitando la generación de regímenes artificiales de la meritocracia logrando con ello dar justificación a la separación del mercado laboral de aquellos trabajadores considerados menos competitivos, lo que a la larga conduce a que el microemprendimiento pueda traspasar la totalidad de la responsabilidad del esperado éxito laboral a una persona con capacidades aisladas, desprotegido, siendo a la vez que los regímenes particulares de contratación se constituyen en abastecedores de oportunidades en vez de sujetos que facilitan la explotación laboral (De Rivera et al., 2017). Además, el ordenamiento de tipo jurídico no presenta las condiciones para establecer de manera ideal una visión como debería serlo en la práctica. Por esto se dice que la solución más factible está destinada a integrar el trabajo en la economía colaborativa en alguno de los mecanismos existentes: el salariado y el autónomo, pero tampoco es aceptado del todo el hecho de estar autorregulado y apartado del Estado en el caso de lograr determinadas extensiones propias de su desarrollo y, para ser más exacto la regulación del trabajo en plataformas digitales no contribuirá a alcanzar una solución relacionada a la economía colaborativa en sí misma, sino que es suponerse

que se perjudique por la desconfianza de aquellos que aplican las leyes, por la aplicación de economías impropias y más que todo por el hecho de prestar atención hacia las acciones económicas pretendiendo que todas estén dentro de la regulación pensada, así la jerarquía vigente no podrá mantenerse largo tiempo (Rodríguez-Piñero, 2021). Debemos también agregar que en la economía colaborativa se debilitan con mayor énfasis, las relaciones jurídicas de empresa-estado, empresa-trabajador y empresa-mercado, entre otras más que se limitan a sujetarse de cara a condiciones de equidad y el derecho (Armas, 2018).

Viéndolo desde otra óptica como lo es lo laboral, las economías colaborativas presentan como etiqueta el hecho de poder practicarlas por la existencia de libertad de empresa, lo que es muy común en economías capitalistas y que ahora se solventan en las plataformas digitales muy en auge, y que encuentra en ellas los medios para poder ejercerla de manera individual gestando economías o negocios emprendedores mediante la prestación de servicios. Así, poco a poco surgen los microemprendimientos, donde deberá precisarse el trabajo respectivo que hace cada agente laboral o como participa en ella estableciendo su correspondiente función. Desde luego, que en este aspecto los mercados son vulnerables a que se puedan producir atropellos en el desempeño de las tareas o actividades propias del negocio. El hecho de no poder establecer de manera precisa siempre la labor de cada uno, las hará susceptibles que se pueda señalar como campos no aptos para desarrollar actividades laborales en la escala que les corresponda, donde la meritocracia tampoco será tan confiable como parezca, pero por el hecho de generar servicios con un beneficio respectivo las harán mercedoras de las justificaciones que el mercado encuentre en ellas. Es aún complicado establecer las condiciones de trabajo en las que puedan desarrollarse y la responsabilidad de cada uno de los agentes por prestar servicios o compartir intereses.

### **El boom de las empresas colaborativas**

Al desarrollarse la economía colaborativa, esto ocasionó que muchas empresas en el mundo se encumbren apoyadas en el apogeo de las plataformas digitales (ejemplo: Airbnb, Booking y otras más). Así, estas plataformas digitales se convirtieron en las nuevas vitrinas de interacción de la actividad social de los individuos centrados en una economía de tipo consumista, logrando influenciar en el quehacer de millones de individuos y en el progreso de

estos, contribuyendo a su libertad al dar satisfacción a sus necesidades (Gutiérrez, 2018). En este sentido aparecían nuevas opciones para un mercado ansioso dispuesto a cambiar incluso estilos de vida y que en mayor proporción estaba representado por los jóvenes, aunque sin descuidar a la población en general. Booking fue creada en 1996, pasó a ser de una simple *startup* holandesa a ser una de las principales plataformas digitales en el globo, mientras que Airbnb nació en 2008 cuando de manera casual algunos diseñadores prestaron sus alojamientos a viajeros; hoy en día Airbnb tiene presencia en casi todo el mundo en la que sus consumidores buscan intereses comunes y la empresa busca dar garantía y confianza a través de las diversas operaciones que efectúa (Airbnb, 2020). En lo que respecta a Uber se puede decir que el aspecto tecnológico se constituye como estrategia medular sumado a las condiciones económicas monopolísticas del mercado que permite establecer reglas de tipo económico y jurídico que las impulsan a disminuir los precios para asfixiar a los clásicos competidores representados por los taxistas, lo que una vez desaparecida la competencia son capaces de gestionar el mercado y establecer los precios más convenientes para la empresa (Davidson, 2014), pero tanto Uber como Airbnb buscan crecer como les sea posible y son de propiedad privada, por lo que no se ven en la obligación de informar de su situación financiera, siendo así que la información que poseen en sus plataformas no puede ser vista por una persona ajena al negocio, pero tienen un gran estímulo para plasmar modelos anteriores y pasar como si lo fueran (Slee, 2018).

En realidad, las empresas colaborativas, obviamente, alcanzaron su esplendor debido al crecimiento de la economía colaborativa, ingresando la mayoría de rubros o actividades económicas, aunque las saltantes se han dado en los sectores de transportes y distribución, alojamiento y turismo, etc. El mercado en el mundo se presenta aún favorable para seguir extendiéndose y de esta manera a formar parte del nuevo estilo gerencial en negocios y donde la mayoría está enfocada más en un mercado meta conformado por jóvenes y con capacidad económica para poder gastar o consumir. Estas empresas están alineadas al mínimo a programas de marketing que las capaces de adaptarse a las nuevas necesidades que aparezcan en los mercados y donde la interacción humana es clave para poder pensar en un éxito de la misma organización empresarial. La gama de empresas que conforman el grupo están dispuestas a cumplir los sueños de los

individuos en el más breve plazo y donde los sistemas digitales jugarán un papel relevante en la cercanía con ellos.

### Ejemplos de sectores y empresas con genio innovador y productivo

La incidencia es enorme en la actualidad de la economía colaborativa que es visto con un modelo que genera innovación y producción a escala 1, o sea que impacta a todos los sectores dándole un sentido de creatividad. El comercio de servicios creativos muestra una tendencia en crecimiento del 70% de mayor rapidez que los bienes creativos. Entre estos se puede apreciar: i) en el caso de financiamiento colaborativo se presentan Catarse, Idea.me o Patrocinarte; ii) en artesanía y manualidades tienen a Etsy que facilita generar ingresos y además con el Programa Etsy Maker Cities se contribuya con los municipios en el progreso del medio; iii) plataformas que brindan espacios comerciales para hacer eventos de cualquier fondo; iv) en situaciones de eventos masivos como Copa América, JJOO Río, maratones, ferias, etc., Airbnb ha efectuado convenios con las ciudades; v) en el caso de hospedaje para turistas, a lo que se suma las cenas con anfitriones y turistas o la contratación de un guía; vi) en la ejecución de entradas para lograr la realización de un evento; vii) para la venta de entradas de eventos en segunda mano, como es el caso de Ticketbis y que se comparten en Shareapass; viii) para compartir cuentas como NetFlix, HBO o Spotify, aunque podría convertirse en una forma de delito, ix) en el alquiler de instrumentos musicales, como es el caso del ayuntamiento de Vancouver que creó una biblioteca pública de instrumentos; entre otras (Buenadicha et al., 2017).

Estos ejemplos mostrados son sólo algunos de los muchos casos que hay en el mundo en los diversos sectores, pero que muestran situaciones en las que aparentemente o nada se creían que podían haber ingresado al campo de la economía colaborativa a través de sus modelos de empresas. Las empresas de este nuevo modelo de economía son vistas como grandes ejes de producción, innovación y desarrollo de las sociedades de hoy. Lo más saltante de los ejemplos es que también aparecen en realización de grandes eventos mundiales donde se puede observar que existe un amplio programa de coordinación para organizarla con las ciudades convirtiéndolas en megaproyectos en el mundo, siendo otros casos los vistos en el mundo de la diversión, turismo y financiamiento de negocios. La Figura 1 muestra conceptos que posee la economía colaborativa.

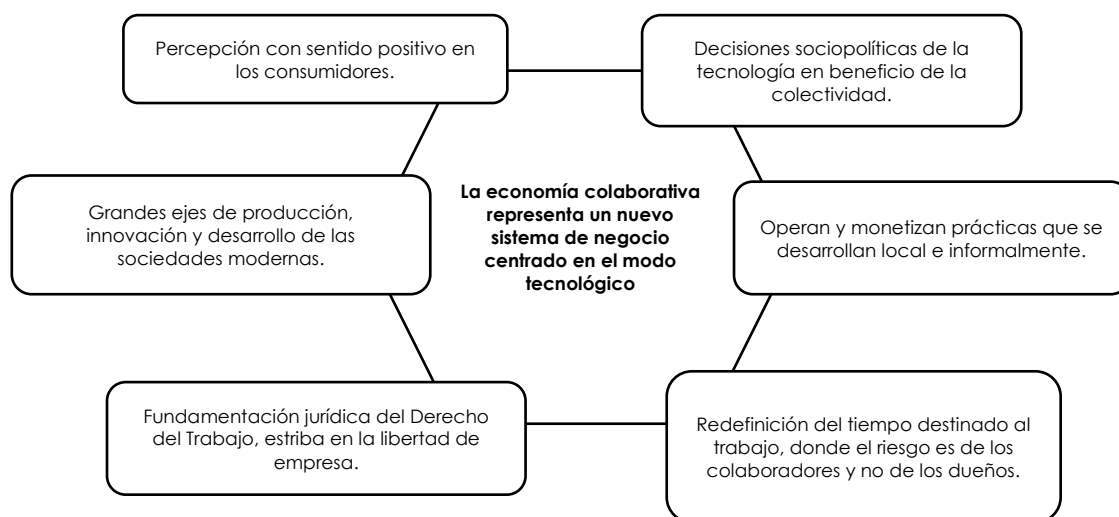


Figura 1. Consideraciones relevantes de la economía colaborativa.

## CONCLUSIONES

La economía colaborativa muy en boga en los últimos tiempos aparece como consecuencia del desarrollo tecnológico y de manera más precisa por la aparición de plataformas digitales que sumado al modelo económico del capitalismo o neoliberalismo pusieron las condiciones para su desarrollo exponencial. Este modelo de negocios equivale decir a un proceso de intercambio de bienes y servicios con el único interés de brindar una contraprestación de tipo económico. Las empresas que surgieron están más enfocadas dentro de los rubros de transporte, alojamiento, distribución o comida rápida, entre otras. Dentro de la mayor virtud que presenta el modelo es que ha logrado reducir la contaminación de gases que emanan los vehículos o alcanzar un mayor ahorro producto de las actividades de alojamiento con precios accesibles para el mercado existente. Por el contrario, también manifiesta consecuencias negativas como ocurre en el caso del alquiler o transporte, incluyendo los casos de aumento de costo de vivienda para alojamiento. A esto, también se le suma el hecho de las condiciones no bien establecidas en el aspecto laboral por la existencia de situaciones no bien reglamentadas de la actividad de trabajo o no. En sí, todo su proceso involucra serias discusiones que se han tenido y aun se dan al interno del capitalismo, motivada por una economía netamente consumista. Visto de una manera contemplativa se puede señalar que su futuro estará en función de cuan útil resulte ser para el consumidor corriente, así como le sea tan fácil poder adaptarse a situaciones complejas a las que tal consumidor se verá enfrentado, lo que significa que se deba resolver problemas de equidad y sustentabilidad que resultan no ser fáciles en sociedades que promueven el capitalismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Airbnb (2020). *Qué es y cómo funciona Airbnb*: <https://www.airbnb.es/help/article/2503/qu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-funciona-airbnb>
- Armas, C. (2016). El negocio de las APP's de taxis y la economía colaborativa: ¿Relaciones no laborales según los términos contractuales que lo sustentan (Caso Perú)? *NBR Review*, 2(2), 9-25.
- Armas, C. (2018). El consumo digno y los negocios de app de taxi (caso Uber). *Pensamiento Crítico*, 23(1), 97-120.
- Bazán, C. (2022). *La determinación de la protección del consumidor en una economía de pares o colaborativa: La introducción del proveedor no profesional (tesis de maestría)*. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú.
- Botsman, R., y Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Londres, UK. Harper Collins Publishers.
- Buenadicha, C., Cañigueral, A. y De León, I. (2017). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bulchan, J., y Melián, S. (2018). *La revolución de la economía colaborativa*. LID Editorial.
- Calderón, C. (2021). Las plataformas digitales y la particularidad de su papel en el mercado: Su actividad económica y las implicancias laborales que se generan como consecuencia de su incorrecta implementación. *Themis*, 79, 419-434.
- Cañigueral, A. (2016). Hacia una economía colaborativa responsable. *Oikonomics: Revista de Economía, Empresa y Sociedad*, 6, 16-27.
- Carpio, I. y Montes, C. (2020). Economía colaborativa. *RA & DEM: Revista de Administración y Dirección de Empresas*, 4, 54-71.
- Carrión, J., y Fernández, R. (2020). Las nuevas formas laborales en la economía del precariado. El caso de los repartidores a domicilio de las plataformas Rappi, Uber Eats y Glovo. *Pluriversidad*, 5, 79-101.
- Davidson, J. (2014). *Uber Has Pretty Much Destroyed Regular Taxis in San Francisco*. TIME Magazine. <http://time.com/money/3397919/uber-taxis-san-francisco/>
- De Rivera, J., Gordo, A., y Cassidy, P. (2017). La economía colaborativa en la era del capitalismo digital. *Redes.com: Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 15, 20-31
- Dinegro, A. (2020). Capitalismo de plataformas: Mi jefe es una app. *Espiral, Revista de Geografías y Ciencias Sociales*, 2(3), 123-131.
- Doménech, G. (2015). La regulación de la economía colaborativa. El caso Uber contra el taxi. *Ceflegal. Revista práctica de Derecho*, 175-176, 61-104.
- Domínguez, J. (2017). La economía colaborativa: la sociedad ante un nuevo paradigma económico. *EXtoikos*, 19, 3-7.

- Durán, M. (2020). Fiscalidad de la economía colaborativa. *Información Comercial Española: Revista de Economía*, 917, 113-139.
- Ferrari, A. P. (2018). *Teoría de percepción del consumidor*. <https://www.cuidatudinero.com/13174248/teoria-de-percepcion-del-consumidor>
- Fonseca, R., y Estela, A. (2020). El turismo de los millenials; Airbus y la economía colaborativa. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(46), 99-106.
- Gansky, L. (2010). *The Mesh. Why the Future of Business is Sharing*. Nueva York, USA. Portfolio Penguin.
- Gil, J. (2018). ¿Qué son las economías colaborativas? *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 141, 49-62.
- Gutiérrez, A. M. (2018). *La economía colaborativa, el poder de compartir*. Actualidad Económica, Madrid.
- Lizama, L., y Lizama, D. (2020). El derecho del trabajo y la economía colaborativa. *Revistas Derecho y Sociedad*, (53), 207-219.
- Llanos, R. (2020). ¿Son las plataformas de economía colaborativa proveedores de un servicio en el marco de una relación de consumo?. *Revista de Actualidad Mercantil*, 6, 227-237.
- López, J. (2017). La economía colaborativa. *EXtoikos*, 19, 55-66.
- López, J. (2021). Informalidad de empresas colaborativas y su desarrollo económico: un enfoque global. *Yachaq*, 4(2), 15-40.
- Martín, M. (2017). Economía colaborativa y protección del consumidor. *Revista de Estudios Europeos*, 70, 179-196.
- Máynez, G., y Gutiérrez, M. (2016). *Matchmaking: el surgimiento de la economía colaborativa*. Madrid: Llorente & Cuenca.
- Monzón, W. (2019). Economía colaborativa: Subordinación económica y el puesto de trabajo del futuro. *YachaQ Revista De Derecho*, 10, 109-116.
- Plaza, J. J., Patiño, D., y Gómez-Álvarez, R. (2018). *Nuevo contexto para el trabajo: economía de plataforma y liberalismo económico*, en *Trabajo en plataformas digitales: innovación, derecho y mercado*. Pamplona, España. Thomson Reuters.
- Preciado, C. (2018). Economía colaborativa. *Jurisdicción Social: Revista de la Comisión de lo Social de Jueces y Jueces para la Democracia*, 192, 4-43.
- Rodríguez, R., Pérez, M. d., y Svensson, G. (2017). Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias. *ESIC Business & Marketing School*, 48(2), 255-274.
- Rodríguez-Piñero, M. (2021). Economía colaborativa y regulación laboral. *Oikonomics: Revista de Economía, Empresa y Sociedad*, 15, 1-11.
- Salazar, A., Pedraza, I., y Lombana, M. (2020). Retos y posibilidades de la economía colaborativa en la ciudad de Bogotá. *Hamut'ay*, 7(1), 28-47.
- Sastre, J., y Inglada, M. (2018). La economía colaborativa: un nuevo modelo económico. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 219-250.
- Slee, T. (2018). Auge y caída de la economía colaborativa. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 141, 77-88.
- Stephany, A. (2015). *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*. Nueva York, USA. Palgrave Macmillan.
- Suárez, L. (2018). La economía colaborativa en los espectros del capitalismo neoliberal. *SCIENTIA*, 20(20), 87-105.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Londres, UK. The MIT Press.
- Tupayachi, M. (2019). *Análisis de la incidencia del impuesto a la renta en los casos Uber y Airbnb* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.