



LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LOS ESPECTROS DEL CAPITALISMO NEOLIBERAL

Luis SUÁREZ ROJAS

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

lsuarezr@unmsm.edu.pe

RESUMEN

El presente artículo explora el paradigma de la economía colaborativa, analizando sus posibles definiciones, limitaciones y contradicciones del trabajo en el mundo contemporáneo. Además, ofrece un análisis contextual de las fuerzas globales y los impactos locales, a partir de historias de vida de conductores-socio de la empresa de transporte privado Uber.

PALABRAS CLAVE

Capitalismo, globalización, economía colaborativa, trabajo precario.

THE COLLABORATIVE ECONOMY IN THE SPECTERS OF NEOLIBERAL CAPITALISM

ABSTRACT

This article explores the paradigm of collaborative economy, analyzing its possible definitions, limitations and contradictions of work in the contemporary world. In addition, we offer a contextual analysis of global forces and local impacts, based on life stories of driver-partners of the private transportation company Uber.

KEYWORDS

Capitalism, globalization, sharing economy, precarious work.

Recibido: 5/4/2018

Aprobado: 6/6/2018

INTRODUCCIÓN¹

Hace varias décadas se hablaba de la geometría del poder, hoy en cambio se habla de una geografía del poder, la cual está asociada al avance del capitalismo en la generación de territorios nuevos, proceso que acarrea serias turbulencias en la vida social. En este artículo consideramos que la economía colaborativa es una expresión más de esa geografía de poder a partir de la mediación tecnológica, al mismo tiempo que su búsqueda de posicionamiento aprovecha los vacíos legales, produce serias tensiones y conflictos sociales, además, utiliza el *lobby* para estimular el cambio de legislación a su favor. Este nuevo paradigma no hace sino reproducir la precariedad del trabajo, logrando, a partir de novedosos mecanismos económicos y políticos, altas tasas de rentabilidad y riqueza. Aquí analizaremos los matices críticos de esta forma de economía colaborativa referenciada por las empresas globales de transporte privado que se despliega en el entramado de lo global y lo local, y sus impactos en el mundo del trabajo.

Un contexto favorable para el desarrollo de esta nueva forma de economía, en el entendido de intercambio, es la mediación tecnológica que vive el mundo. No podríamos explicar el desarrollo exponencial de la economía colaborativa si no tomamos en consideración el desarrollo de la tecnología digital. Esta es en parte expresión de la sobremodernidad que parafraseando a Marc Augé provoca la aceleración del tiempo y el encogimiento del espacio, pero al mismo tiempo, gesta nuevas asimetrías de poder y reproduce la inequidad. Esta mediación tecnológica, si bien está muy asociada a la informática y al desarrollo del computador personal, el boom se produce gracias al impulso de las comunicaciones móviles que aseguraban el sueño de tener todo en la palma de la mano. Esta idea es poderosa tanto para la economía colaborativa como para los actuales momentos del desarrollo capitalista. En este paradigma, todo está revestido de algún tipo de valor, desde la basura hasta pedir comida se convierte en una necesidad susceptible de ser convertirla en valor y en un servicio. Dómenech, siguiendo a Lessig (2008) resalta que justamente la economía colaborativa se dispara gracias al progreso experimentado por las tecnologías de la información, que ofrece la posibilidad de bajar los costos, facilitar el almacenamiento, el procesamiento y la comunicación de información, que los interesados han de llevar a cabo para colaborar en la producción y consumo de bienes y servicios, intercambiándolos o compartiéndolos. (Lessig, 2008)

No hay duda que el desarrollo tecnológico y la digitalización de muchos ámbitos de la vida social contribuyó al desarrollo de lo que conocemos como "*Smart Economy*". Según Kumar (2016) este tiempo de economía es una de las caras de la globalización.

1 El presente artículo está en el marco de mi proyecto de investigación del doctorado titulado "*Antropología Sistemica. Aproximaciones críticas de lo global/local con una perspectiva poscolonial desde los andes*", siendo mi asesor el Dr Pedro Jacinto, a quien agradezco por su valioso aporte. Asimismo, para la preparación de este artículo se realizó un trabajo de campo en Lima Metropolitana en los meses de Mayo y Junio del 2018, por lo que agradezco la participación de mis estudiante de antropología Sandra Benavides Gamarra, Mauricio Cabrera Alcedo, Julio Camacho Vigo, Milagros Limachi Condori, Elizabeth Paucar López, Jacqueline Ramírez Chipana, Gonzalo Ruiz Salas, Vanessa Sacayco Rojas, Gabriela Tito Ruiz y María Jose Vilela Navarro, quienes contribuyeron con el recojo de información en esos meses.

La economía inteligente (*Smart Economy*) también implica la interconexión local y global y la integración internacional con flujos físicos y virtuales de bienes, servicios y conocimiento (Kumar, 2016). Por otro lado, la visión dominante de este modelo de economía sugiere promover el desarrollo, la sostenibilidad y las nuevas inversiones a partir del *e-business*, *e-commerce*, la productividad, empleo e innovación. Es notable cómo en el tiempo actual, el desarrollo de paradigmas económicos y nuevos emprendimientos están fuertemente asociados a valores e ideales éticos, como la sostenibilidad, el pleno empleo y el comercio justo con las personas y el medio ambiente.

Justamente, el grupo Città di Prato, resalta el papel de la tecnología (Città di Prato, 2018). Para ellos, la economía colaborativa está muy asociada a la innovación y la tecnología como pilares de este cambio dramático de la sociedad, hacia la digitalización. Por esa razón, la Economía Inteligente orienta el desarrollo de proyectos y actividades vinculados a todos aquellos procesos innovadores como corazón del paradigma, el cual se basa en tecnologías que respaldan actividades económicas, como virtualización y automatización de cadenas de suministro y de procesos empresariales de gran alcance, productividad, investigación y desarrollo, relaciones internacionales y economía compartida.

Si analizamos las cosas en retrospectiva, podemos apuntar que en 1992 surgió el concepto del teléfono inteligente o *smartphone*, la idea sustancial fue hacer que las funciones del PDA (*Personal Digital Assistant*) y las funciones del celular se fusionaran en uno solo. El primer dispositivo fue desarrollado por IBM, Simon desarrolló un aparato que permitía combinar estas funciones, enviar mensajes de texto (*Small Message Service*) gracias a una pantalla táctil. El costo era muy alto y no era un objeto de circulación masiva.

Los primeros *smartphones* alcanzaron juntar en un solo aparato las funciones de asistente digital personal (PDA) con cámara de fotos y navegador GPS. Ericsson GS88, fue el primer teléfono móvil en usar el concepto de '*smartphone*', y se podía encontrar solo en EEUU entre agosto de 1994 y febrero de 1995. Para esos años su precio era 899 dólares y pesaba cerca de 510 gramos. Los expertos coinciden en que fue un teléfono móvil revolucionario.

En realidad, toda la década de 1990 estuvo obsesionada con la posibilidad de miniaturizar la tecnología. El desarrollo de la nanotecnología y la combinación de rapidez por parte del chip era una obsesión constante. Véase el trabajo de Walter Isaacson, quien ha reseñado la contribución de notables innovadores que han hecho posible el desarrollo de la tecnología digital, sobre todo el papel de *Silicon Valley* como ecosistema conceptual y tecnológico. Sin embargo, el proceso de la innovación supone un trabajo intenso de inversión en ciencia y tecnología que en el caso de Estados Unidos ha sido financiado por el propio Estado con dinero de todos los ciudadanos (Isaacson, 2014).

Desde una perspectiva crítica, Mariana Mazzucato publicó un trabajo desafiante titulado "*The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*", (2018),

el cual sugiere que el dinero público ha contribuido en el desarrollo de compañías como Pfizer, Amazon y otras compañías, las cuales capturan riqueza para sí mismas y no necesariamente crean valor para la economía y el mercado. Ya en otros trabajos había argumentado que el Estado fue un actor clave para la innovación propiciando el desarrollo del *iPhone*, gracias a *Siri* o *Touch ID*; el problema es que estas empresas han emprendido un esquema de recompra masiva. (Mazzucato, 2015) (Mazzucato, 2018)

Así mismo, esta destacada economista sugiere que existen algunos hechos tecnológicos que hacen posible el surgimiento y desarrollo de los *smartphones*².

Según Mazzucato, un *smartphone* no lo es sin internet, por lo tanto, el acceso al servicio de internet lo define en gran medida. Así un *smartphone* accede a la *World Wide Web* (*www*) y los Sistemas Globales de Posicionamiento (GPS); gracias a la pantalla táctil y la aplicación de la inteligencia artificial.

No hay duda que las innovaciones de la compañía de Steve Jobs llevó a otro nivel el desarrollo de los teléfonos inteligentes (Issacson, 2011). Así en el 2007, el *iPhone* de Apple logró avances notables, esto dio pie al desarrollo de Android OS de Google, quien es el competidor de Apple. Esto provocó la masificación de los teléfonos inteligentes en el mundo. Desde el 2013, se puede apreciar esta tendencia. *Trend Force*, publicó los datos de las ventas del mercado de teléfonos móviles durante el 2017 según esta fuente, en ese año se vendieron 1.457,5 millones de teléfonos móviles en todo el mundo (Trend Force, 2017).

Un intento de definir la “economía colaborativa”

En parte, el desarrollo de la tecnología digital permitió el desarrollo de la economía colaborativa. Alex Stephany, CEO de *JustPark* señala que el término puede ser confuso, pero, destaca que en principio esta economía se trata del uso de activos y la manera diferente de obtener bienes y servicios. De esta manera, Alex Stephany subraya, por un lado, que pueden ser activos físicos como los automóviles, activos humanos, tiempo o dinero; por otro lado, implica obtener bienes y servicios; además, está impulsada por la web, los teléfonos inteligentes y las redes sociales (Stephany, 2014), (Stephany, 2015).

Por otro lado, investigadores como Botsman y Rogers (2011), sugieren en “*What’s mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*” que la economía colaborativa es un modelo basado en compartir activos subutilizados, espacios, habilidades y artículos para obtener beneficios (Botsman & Rogers, 2011).

En esa misma línea, Doménech (2015) propone que la economía colaborativa supone un nuevo sistema de producción fuertemente vinculada con la tecnología que permite acceder a servicios y bienes. Este es un fenómeno económico-tecnológico impulsado por el desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación, las comunidades

2 Por un lado, tenemos el desarrollo del *hardware* que se expresa en microprocesadores minúsculos, chips de memoria, unidades de estado sólido, pantallas de cristal líquido, baterías basadas en el litio. Por otro lado, tenemos las redes y el software, que permite que los *bits* conviertan las señales analógicas como el sonido, la luz visible y las ondas radiales en señales digitales para ser manipuladas por la computadora.

web colaborativas, entre otros. Sin embargo, hay críticos que se preguntan, con cierto recelo, hasta dónde es realmente “colaborativa”. En ese sentido, investigadores como Schegg y Stangl (2017) señalan que el término “economía colaborativa” no se puede equiparar con “compartir” en el sentido propio de la palabra y de cierta manera es engañoso, sobre todo porque está altamente valorado el concepto de “compartir” por su carga moral positiva.

Petrini et al (2017) siguen en parte los argumentos críticos del Belk (2007), subrayando que *compartir* supone un intercambio voluntario de recursos, sin embargo aquello que llamamos economía colaborativa es un sistema sociotécnico construido para intercambiar bienes y servicios, por ende, el tema crucial es que la “economía colaborativa” no es compartida como creemos (Petrini, Stedten de Freitas, & Mello da Silveira, 2017). Petrini et al (2007) están sugiriendo que tanto la economía colaborativa como el consumo colaborativo, están siendo utilizados como términos de moda, pero que no necesariamente están correctamente definidos.

Por otro lado, Codagnone y Martens, (2016) señalan que desde que surgió el concepto de economía colaborativa, estuvo cargado de valores y connotaciones asociadas desde las narrativas sociales del capitalismo hasta temas ecológicos. Uno de los aspectos que rescato, de la discusión de Codagnone y Martens (2016), es tomar en consideración el trabajo de Caroline Lee quien propone que la “economía colaborativa” es solo otro ejemplo de cómo los “sentimientos insurgentes” se utilizan para “vender la buena fe de las empresas con fines de lucro” (Lee, 2015, pág. 17). No hay duda que el mercado alaba esta nueva fórmula, donde lo moral se revitaliza bajo el presupuesto de “compartir”, sin embargo, hay una amplia gama de situaciones que hacen más complejo el supuesto de compartir. Así, investigadores como Edward Walker nos recuerdan que más allá de la novedad del paradigma, la economía colaborativa está más cerca del trabajo temporal. Según Caroline Lee (2015) el concepto de economía colaborativa se está convirtiendo en una nueva normalidad. Conuerdo plenamente, con Lee al cuestionar hasta dónde la economía colaborativa es realmente colaborativa en su sentido amplio.

Desde mi perspectiva, la economía colaborativa no es sino una expresión más de un capitalismo que se metamorfosea reapropiándose y resignificando conceptos morales como la reciprocidad y la solidaridad, que sirven como coraza y distracción de lo que es en realidad. Es decir, otra forma más de captura de riqueza sin que esto sea una contribución a la economía y el mercado como bien sugiere Mazzucato. Además, coloca la autonomía y flexibilidad como valores y como columna vertebral de esta economía, aun cuando la mirada hegemónica diga que el eje es la tecnología: por otro lado, redefine el concepto del tiempo dedicado al trabajo; a esto suma el hecho de que en este modelo el riesgo se traslada a los colaboradores y no a quienes son dueños de las empresas de la economía colaborativa, al fin, esto debilita el sentido de la protección social y la arrincona a un tema individual. En suma, desafía la regulación del sector en el cual penetra, usando el *lobby* y la presión política para estimular nuevos arreglos. Algunos investigadores aseguran que este modelo es un retorno a formas de explotación previas al capitalismo, mientras que otros consideran que esto sería

parte de un estado avanzado del capitalismo. Finalmente, este modelo representa un regreso al trabajo por destajo.

Las tensiones de la “economía colaborativa” y el lobby global

El paradigma y modelo de la economía colaborativa es la bandera de empresas como *Uber*, *Airbnb*, y otras; sin embargo, estos negocios están ganando un espacio en la industria establecida (sector del transporte regulado y sus dinámicas regulatorias, para poner un ejemplo). La irrupción de este tipo de modelo no va a la par con un cambio en la legislación por lo que ha provocado serias tensiones en muchos países donde ha penetrado. Este tipo de economía se ha aprovechado del vacío legal para operar y alcanzar altas tasas de rentabilidad.

Algunos medios de comunicación han logrado difundir datos que sustentan cómo estas empresas han venido construyendo el lobby necesario para favorecerlos. En Estados Unidos, Ted Karczewski, preparó un revelador informe “*Tech Giants as Lobbyists: Politics Meets the Sharing Economy*”, el cual fue propalado en el 2015. Este informe evidencia el papel que juegan algunos pesos pesados de la política estadounidense como Al Gore, quien fuera vicepresidente de los Estados Unidos bajo el régimen de Bill Clinton, y que hoy se desempeña como jefe de política global y asuntos públicos de *Airbnb* una empresa dedicada a dar servicio de alojamiento y David Plouffe, un exasesor del presidente Obama, quien se desempeñó como asesor principal de la compañía y es miembro de su junta directiva. El informe sugiere que los lobistas vienen trabajando arduamente para que estas corporaciones adquieran el liderazgo y el posicionamiento necesario en el mercado y en la política. Según Karczewski, *Uber* es la compañía de automóviles más grande pero no posee ningún automóvil, al igual que *Airbnb* es la mayor compañía de hospedaje y no posee ninguna propiedad. (Karczewski, 2015)

El ingreso de estas nuevas empresas trae consigo tensiones y conflictos. Desde el 2013, en Sudáfrica se registran cerca de 4,000 conductores en *Uber* y a pesar de su posicionamiento, en setiembre del 2017 se registraron, en Johannesburgo, violentas manifestaciones contra la empresa *Uber*, se quemaron dos unidades y se reportaron algunos heridos. En otro lado del mundo, el 30 de Julio del 2015 se produjeron fuertes y violentas protestas en la Ciudad de México ante la presencia de los conductores de *Uber*. De igual modo, en diciembre del 2016 se registraron violentas protestas en París, los manifestantes bloquearon el paso en los aeropuertos de Roissy-Charles de Gaulle y Orly. En el caso de Francia, se instaló en el 2015 la modalidad de *Uber Low Cost*, lo que generó una fuerte ola de indignación y protestas. Incluso, Francois Hollande, presidente de Francia, condenó la modalidad de bajo costo. Esto provocó que *Uber* retrocediera con esta modalidad.

En el 2016, se produjeron fuertes tensiones por la penetración de *Uber* en la ciudad de Londres, en esta ciudad se produjo un duro golpe para esta empresa líder en el modelo de la economía colaborativa. En Londres, un tribunal laboral concluyó que dicha empresa debe considerar a los conductores como empleados, por lo tanto, debe

pagarles un salario mínimo vital acorde a la legislación y el pago de vacaciones. Según los reportes, esta decisión podría tener impactos sobre los 40,000 conductores registrados en el 2016. Como esto tiene impactos más allá de Uber, los defensores lobistas han salido a advertir que esto no solo afectaría a los conductores de Uber, sino también a empresas de mensajería. El 28 de agosto del 2016 *The Guardian* recogió las declaraciones de los magistrados quienes señalaron que “La idea de que Uber en Londres es un mosaico de 30,000 pequeñas empresas vinculadas por una ‘plataforma’ común es para nuestra mente un poco ridícula” (...) “Los conductores no pueden y no pueden negociar con los pasajeros (...) Se les ofrecen y aceptan viajes estrictamente según los términos de Uber” (Osborne, 2016). Por otro lado, Maria Ludkin, directora legal del sindicato GMB, dijo: “Los conductores de Uber y miles de personas atrapadas en la falsa trampa del autoempleo ahora disfrutarán de los mismos derechos que los empleados. Maria Ludkin tuvo el acierto de resaltar lo mismo que Edward Walker y Caroline Lee al respecto de si realmente es una “economía compartida” o si en el fondo lo que hace es reproducir el esquema del trabajo precario. La demanda en la corte laboral en Londres permite revelar con claridad esa contradicción.

En España, el 2017, se produjeron fuertes tensiones al respecto de la regulación de Uber en la ciudad. Esta empresa encargó la producción de informes que a todas luces favorece la penetración de *Uber* en la economía en la ciudad, ellos proponen que la liberalización de este sector traería consecuencias positivas para la economía. Estos argumentos están conforme al credo neoliberal donde cualquier nuevo arreglo institucional favorece -a priori- a la economía y a los ciudadanos, una de las cosas que se asegura es que en Barcelona gracias a Uber se logrará abrir alrededor de 4,800 puestos y 7,000 nuevos puestos en Madrid. Sin embargo, el gobierno estableció una cuota para conductores tipo *Uber*; no obstante, ellos están recurriendo a la vía judicial para acceder a la licencia.

En España el servicio de taxis está regulado por una serie de normas consideradas estrictas, la idea es que este paquete de normas regule el desarrollo de este servicio. En el caso de New York, se dice que el servicio de taxis supone una regulación que pasa las trescientas páginas. En el caso de España, existen varios los requisitos que el conductor de taxi debe seguir a fin de prestar el servicio, por ejemplo, entre ellos tenemos el estado y antigüedad del vehículo, la edad del servidor, salud mental y física y entre otros aspectos que buscan “garantizar” que el conductor de taxi ofrezca el mejor de los servicios. Además de los requisitos, también existen algunas restricciones.

Otra diferencia igualmente importante, es que *Uber* no exige una lista larga de requisitos ni muestra muchas restricciones al momento de ofrecer trabajo a todo aquel que descargue su aplicativo móvil y firme un contrato que lo coloca como usuario-socio. Muy frecuentemente, se esgrime la idea de que este servicio es más seguro, limpio y eficiente que el taxi tradicional. Para muchos, el uso del aplicativo es mucho más seguro que adquirir el servicio de transporte privado. Otro aspecto crítico, esgrimido es el registro de la ubicación y el posible acceso a la data de las trayectorias. También se dice que

Uber, a diferencia del taxi tradicional, tiene un registro exhaustivo de los conductores y asegura al cliente personas que no sean “peligrosas”. Sin embargo, mucho de lo que se dice a favor o en contra no siempre tiene un sustento.

En abril del 2017, el diario *The Guardian* publicó, debido a las filtraciones, que *Uber* invirtió grandes grupos de cabildeo. El gasto de *Uber* fue de \$ 3,3 millones en Albany y la ciudad de Nueva York entre 2013 y 2016. Ya en el 2015, en California se desató una fuerte polémica debido a la penetración de *Uber*, los taxistas han protestado por el marco regulatorio desigual. Ciertamente, en abril del 2017, el diario *The Guardian* informó que la empresa *Uber* gastó casi \$ 1 millón en cabildeo en California a fin de promover que los conductores accedan a licencias comerciales (*The Guardian*, 2017). Justamente, el tema de la inestabilidad del marco regulatorio es uno de los temas que mayor preocupación para esta nueva economía.

Varias ciudades se han alineado al esfuerzo de *Uber* por ser parte del mercado, logrando que el marco regulatorio se relaje por completo implementando medidas más sencillas a fin de favorecer a los taxistas tradicionales como a los conductores de *Uber*. En este contexto, Matthew Mitchell asegura que este *lobby* ha servido para convencer a los legisladores que existen dos caminos, por un lado, obligar a que todos respeten las regulaciones de taxis; por otro lado, prohibir el viaje compartido; no hay duda que esta dicotomización de todo o nada, sirve para inclinar la balanza hacia una desregulación (*Matthew & Farren*, 2015).

Existen una serie de vacíos que *Uber* y otras empresas dentro del paradigma de la economía colaborativa están tratando de parchar; y en otros casos, utilizar esos vacíos legales para su beneficio. Algunos países como el Reino Unido han reaccionado ante el avance acelerado de estos nuevos actores de la geografía brutal del capitalismo. Ahora basada en el principio de construir una industria sin poseer nada. Así, gracias a las plataformas tecnológicas, su objetivo es posicionar la mediación entre los servicios y los usuarios, por esa razón se dice que *Uber* es la empresa de transporte más grande sin poseer ningún auto. La empresa ya no es más dueña de los medios de producción, pero obtiene ganancias de los medios de producción de otros, imponiendo sus propias reglas, condiciones y comisiones, desvirtuando los vínculos laborales y sometiéndolos al espejismo de la economía colaborativa. En medio de ese laberinto retórico, la soga siempre se rompe por el lado más débil, y algunos conductores han acusado a la empresa de haber sido expulsados de la plataforma solo por exponer sus críticas en las redes sociales, a esto se suma el hecho de no contar con ningún tipo de seguro laboral. En general *Uber* considera que los conductores no son trabajadores de la empresa. En este laberinto de la economía colaborativa también se desliza el “gran hermano que todo lo ve”. En ese espejismo, los poderosos actores de este tipo de economía colaborativa han logrado posicionarse y tejer una red de poder e influencia que se ejerce gracias al *lobby* en muchas ciudades del mundo a fin de “*liberalizar*”, es decir, flexibilizar la legislación al tiempo que literalmente sustraen información de miles de usuarios del planeta.

Desde mi perspectiva, empresas como *Uber*, *Cabify* y otras usan la falta de definición

de la economía colaborativa para escabullirse entre sus sombras. Justamente, ante esta situación la Unión Europea ha reconocido con muchísima claridad que organizaciones como *Uber*, son empresas de transporte, sacándolas de las sombras de la economía colaborativa, donde muy frecuentemente son pensadas como una plataforma digital de intermediación entre viajeros. Ciertamente, ejercen una intermediación pero no se reduce a esto en la práctica. Precisamente, *Uber* había promovido en la Unión Europea el modelo llamado *UberPop*, el cual facilitaba a los conductores particulares ofrecer el servicio de transporte con sus vehículos a través de una aplicación (Muñoz y Abellán, 2017). Gracias al Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) la empresa *Uber* estará obligada a trabajar con licencia y no podrá ser operada por conductores particulares (Muñoz y Abellán, 2017).

En Julio del 2018, el gobierno portugués estimuló un cambio en la legislación alrededor de esta economía colaborativa. Inicialmente la propuesta legislativa pretendía que paguen entre el 0,1% y el 2% en los casos de *Uber*, *Cabify*, *Taxify*. Sin embargo, esta iniciativa fue vetada por el propio presidente de Portugal. En términos generales, la propuesta se orienta a regular el servicio de transporte como *Uber*, y otros. Finalmente, el cambio en la ley permitió que las plataformas *online* de los servicios de transporte público paguen desde ahora al Estado una contribución del 5% del importe de cada viaje realizado (Martín del Barrio, 2016).

En Latinoamérica, investigadores como De Rivera, Lopez y Cassidy (2017) sugieren de saque que el paradigma de la economía colaborativa (*sharing economy*) coincide con la crisis del capitalismo global del 2008, el ciclo de aumento del desempleo y la precariedad laboral. (de Rivera, Gordo, & Cassidy, 2017). Este modelo en su retórica se presenta como más sostenible y ecológicamente amigable. Coincidimos en el hecho de que la economía colaborativa posee una fuerte retórica moral de solidaridad, intercambio y reciprocidad. Estos investigadores retoman el análisis de Botsman y Rogers (2010) para resaltar que este paradigma busca sustituir y mejorar las “viejas y estigmatizadas formas de compartir” como el cooperativismo, las redes familiares y las comunidades de apoyo mutuo; estas emergen como “formas más atractivas y valiosas de colaborar y generar comunidad” (Botsman & Rogers, 2010, pág. 13). Para De Rivera, Lopez y Cassidy (2017) la clave de la economía colaborativa es rentabilizar lo que se conoce como la ‘capacidad ociosa’ o ‘infrautilizada’ de los recursos y bienes (de Rivera, Gordo, & Cassidy, 2017, pág. 24). Ellos sugieren algo muy interesante, al no ser *Uber* o *Cabify* dueños de los medios de producción, estas empresas pueden superar la ley decreciente del capital, pues incorporan nuevas unidades y vehículos según su propio estándar todo el tiempo. En la medida que ellos poseen el control de los medios digitales, se reducen las opciones para tomar decisiones por parte de los consumidores; por esa razón, consideran que “las multinacionales de la economía colaborativa amenazan con extender a todos los sectores económicos la situación de monopolio u oligopolio que ya se da en el consumo de contenidos digitales, en la gestión de correo electrónico, la búsqueda y publicidad *online* y los servicios de redes sociales” (de Rivera, Gordo, & Cassidy, 2017, pág. 25).

En el 2015, la compañía *Uber* celebró su quinto aniversario, con casi 2000 invitados y los cofundadores de esta plataforma digital. El cofundador de Uber, Garret Camp recuerda sobre los inicios de Uber: “Teníamos una idea muy sencilla, que un coche viniera a por nosotros con solo darle a un botón en el móvil” (Camp, 2015). Así mismo, el cofundador de Uber Travis Kalanick, refiriéndose a los conductores: “Ellos creyeron en nosotros cuando nadie lo hacía. Al principio, cuando empezamos, nos daba miedo no poder atender la demanda, que nos faltasen coches en la calle. Gracias a ellos estuvieron a la altura” (Kalanick, 2015) Luego, con mucha elocuencia Travis Kalanick declaró: “Somos el transporte del siglo XXI. Me parece increíble que la posesión más valiosa de casi toda la humanidad se desaproveche. Hay casi mil millones de coches en el mundo que no se usan el 96% del tiempo” (Kalanick, 2015)

Sin embargo, no todo es color de rosa para estas empresas globales. En el 2015, se produjo un fuerte escándalo, pues los ingenieros de *Apple* descubrieron que *Uber* espía a sus usuarios de *iPhone*, a través de la práctica conocida como ‘*fingerprinting*’, de esta manera la empresa *Uber* podía conocer los hábitos de los usuarios y almacenar los datos generados por ellos. Luego, la empresa Uber reconoció que este sistema se usaba por la seguridad de los usuarios, a fin de detectar el uso de cuentas falsas y otros.

En el 2016 los medios dieron a conocer que la empresa emitió un informe de transparencia, donde admite que entre julio y diciembre de 2015, la empresa reveló los datos sobre los viajes, solicitudes, áreas de recogida y entrega, tarifas, vehículos y conductores de casi 14 millones de sus usuarios. Todas estas situaciones, sumadas al *hackeo* masivo, el ocultamiento de información, empujaron a Kalanick a dejar su puesto de CEO de Uber. Luego en febrero del 2017, pasó a las filas de los asesores del presidente de la EEUU Donald Trump, ante esto se produjo toda una situación de sabotaje, debido a la decisión de Uber de desactivar su programa que permite ajustar los precios ante la mayor demanda para el área del aeropuerto John Fitzgerald Kennedy de la ciudad de Nueva York, justo en medio de protestas de la Alianza de Choferes de Taxi de Nueva York por las medidas migratorias de Trump. Este sabotaje se concretó en la campaña con el *hashtag* “#DeleteUber”, como resultado cerca de 200.000 usuarios cancelaron su cuenta de *Uber*. Esta situación demuestra el alto nivel de vulnerabilidad que ofrece la economía digital para los usuarios-consumidores.

Actualmente, el alcance global de estas empresas supone el manejo de información de miles de datos sobre los hábitos y los perfiles de usuarios. Justamente, la economía digital supone no solo una transacción de servicios, supone también el acceso a miles de datos que los usuarios entregan minuto a minuto. Hoy, el negocio de la *bigdata* y la *datamining* produce millones de dólares, a costa de los ciudadanos consumidores. Al final, la economía digital se alimenta en parte de esta máquina voraz de datos que sometidos a ciertos algoritmos permite definir perfiles de usuarios y productos nuevos.

En este mismo sentido, Frank Pasquale profesor de la Universidad de Maryland, publicó en el 2015 su trabajo “*The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*”, en este trabajo desliza la preocupación sobre hasta dónde

los datos compilados (*bigdata*) pueden ser realmente invasivo. Hoy sabemos que las grandes empresas acceden a un mar de detalles. Pasquale propone que hay que establecer límites y preguntarnos como sociedad, hasta dónde el manejo de la Big Data afecta nuestras vidas. La economía digital y la *datamining* ponen en evidencia la falta de transparencia y los intereses económicos que se mueven en los conglomerados tecnológicos como *Silicon Valley* y los conglomerados financieros de *Wall Street*. Un ejemplo de esto fue la relación complicada y perjudicial entre *Facebook* y *Cambridge Analytica*, empresa que utilizó los datos para sus actividades comerciales que proceden de Facebook. Evidenciando una relación entre las operaciones rusas, *Cambridge Analytica* y el asenso al poder de Donald Trump. Como colofón de esta situación, en abril del 2018, Mark Zuckerberg tuvo que pedir disculpas ante el congreso norteamericano debido a su actuar ante el caso "Cambridge Analytica".

Expresiones de la economía colaborativa en el Perú (caso de Uber)

Estados Unidos y Europa constituyen el terreno fértil para el desarrollo del paradigma de la economía colaborativa. Este paradigma de negocio se apoya en las plataformas virtuales de interacción, por lo que el alcance es potencialmente global. Por esa razón no ha dejado de expandirse alrededor del mundo. Así, el transporte y la vivienda son los sectores que muestran mayor notoriedad de empresas que están en el paradigma de la economía colaborativa. Ejemplos de empresas como *Uber*, *TaxiBeat*, *Cabify*, *EasyTaxi*, y otros han supuesto novedades y han alcanzado tal grado de popularidad entre los usuarios.

La empresa Uber nació en San Francisco en el 2009, y hoy es la plataforma más conocida del rubro transporte de taxi basada en aplicativos. Esta empresa es considerada una multinacional con una valoración aproximada de 50.000 millones de dólares. La función principal de este servicio o aplicativo es permitir al usuario contactarse con dueños de vehículos privados en tiempo real y contratar sus servicios de transporte local, visto así el producto es similar al que ofrece un taxi común cuando coordina taxistas independientes; sin embargo, tiene sus matices.

El trabajo de Cuervo, et all (2017) sugiere que en el Perú el mercado de consumo colaborativo no se puede comparar con los de otros países de América Latina (Cuervo, Abreu, Mansilla, Sotomayor, & Guillermo, 2017). La economía colaborativa en el Perú se expresa de manera significativa en el servicio de taxi, liderado por empresas como *Easy Taxi*, *Taxibeat*, *Uber*, y otros que han dado a sus clientes una serie de opciones, gracias a sus aplicaciones mediante las cuales se puede solicitar el servicio de taxi y contar con información valiosa sobre los conductores (calificaciones para conocer la reputación del conductor; marca y modelo del vehículo; costo del servicio y GPS integrado). Muchos clientes aseguran que esta información hace que los usuarios de este servicio se sientan más seguros al momento de tomar el taxi, razón la cual eligen estas empresas de taxi en vez de las tradicionales.

La llegada al Perú de estas empresas generó una fuerte discusión entre los taxis que

usan esta aplicación versus los taxis tradicionales. Como sabemos, esta discusión es común en los países donde ha penetrado este tipo de aplicaciones para acceder al servicio de transporte. En el Perú, *Uber* hizo su ingreso el 24 de marzo del 2014. Prometió viajes gratis por una semana. Por aquellos días, los medios de comunicación contribuyeron a difundir los beneficios de *Uber*, según su gerente de Expansión de *Uber* Perú el modelo va más allá del término taxi “es un estilo de vida, que ofrece una atmósfera de comodidad y seguridad. Todos quisiéramos tener un conductor privado, *Uber* abre esa oportunidad” (Max Cortés, Gerente de Expansión de *Uber* Perú).

En el curso del 2014, *Uber* logró ingresar y posicionarse en 85 ciudades del mundo. Hoy está presente en 344 ciudades, en 59 países. La propuesta inicial, según sus propias notas de prensa, es que *Uber* representa un “nuevo concepto” de transporte o “*traslado*” urbano que cuenta con una gama exclusiva de autos, con su propio conductor, que se solicita gracias a un aplicativo, asegurando una “*experiencia única*”, sin realizar acuerdos o intercambios de dinero con el conductor. A esto se suma, beneficios como el aire acondicionado, música de la elección, bebidas y un conductor profesional y capacitado en ofrecer el más cálido trato y etiqueta.

Funcionamiento de Uber

Uber funciona de la siguiente manera. Su servicio principal son los viajes a pedido y la *app* posibilita que se le asigne Socios Conductores a los usuarios para que lleguen a sus destinos. Este servicio de transporte emplea la *web* para todas las operaciones de gestión, es también una aplicación con soporte para las grandes plataformas móviles como *iOS*, *Android* y *Windows Phone*; brinda un servicio rápido y seguro. Su servicio también provee de varios modelos de negocio, siendo la opción más económica el *UberX* que destaca por su flota de Toyota Prius, además, está el *Uber Black* que es el servicio original de la compañía, *Uber LUX* que es la opción más cara con automóviles como el BMW 7 o el Porsche Panameras y el *Uber SUV* para viajar en vehículos de mayor tamaño.

El usuario debe descargar la aplicación a su *smartphone*. El procedimiento es muy sencillo. Tras la instalación en el teléfono, se debe de dar los datos de la tarjeta de crédito. Es un procedimiento estándar. Gracias al GPS del *smartphone* del usuario, la aplicación reconoce su localización, que puede ser apreciada en el mapa que muestra las localizaciones de los autos *Uber* más cercanos a él. El usuario debe de ingresar un destino y luego solicitar un conductor que sea el más cercano a él. Si acepta, el viaje comenzará cuando el usuario suba al vehículo. El usuario puede ver en tiempo real el trayecto de su chofer designado y visualizar el tiempo estimado de llegada. Al concluir el viaje, el conductor carga a la tarjeta de crédito el costo del viaje. Muy frecuentemente, se asocia la cuenta del usuario a una tarjeta de crédito, pero también existe la opción de usar efectivo, así como recibir descuentos que estimulan el viaje y que está orientado a la fidelización de los usuarios.

Desde la perspectiva, del conductor-socio, es necesario cumplir con los siguientes requisitos: el vehículo registrado en la aplicación deberá tener en todo momento

menos de 10 años de antigüedad (contados a partir de la fecha que figura en el SOAT); Cinturones de seguridad funcionales, 4 puertas, excelentes condiciones mecánicas y estéticas; y no señalética de taxi (casquete o bandas reflectivas). Todos estos requisitos pueden ser verificados por la empresa Uber de ser el caso.

Luego el conductor se acerca a una oficina autorizada para pasar las pruebas psicotécnicas y la revisión de su record de manejo. En algunas ocasiones entregan bonos por activación, es decir, que se les invita a realizar algunos viajes, y si los usuarios están conformes con el servicio, la empresa les otorga un bono de bienvenida. Cuando el usuario solicita un viaje, el conductor-socio tendrá que escoger, aceptar la solicitud y manejar hasta su ubicación. Recoger y transportar a los usuarios es todo un reto para los conductores que no siempre conocen la ciudad. Sin embargo, existe un sistema que guía al conductor por la ciudad.

El conductor lleva a su destino a los pasajeros y al término del viaje la aplicación pide a los usuarios calificar al conductor en una escala del 1 al 5. Para el conductor-socio es importante mantener una calificación alta, por lo que el conductor debe de esmerarse en dar un buen servicio. Adicionalmente, la tarifa se calcula en base a tres variables: Tarifa base (que en el caso de Lima es 7 soles), la distancia (km), el tiempo (minutos), además, dependiendo del medio de pago, incluye o es aparte el costo por peaje. Finalmente, la empresa Uber recibe 25% de la tarifa final de toda la carrera, el resto es para los conductores; el deposito de las ganancias en una cuenta donde la empresa Uber deposita la ganancia del conductor-socio; de lo contrario, el conductor si ha recibido efectivo deberá regresar el 25 % de todos los viajes.

Tensiones en Lima alrededor de Uber y otros

En setiembre del 2016, se produjeron en Lima algunas protestas por la presencia de Uber en el mercado de transporte. Los taxistas formaron una caravana para protestar contra la empresa Uber, con el lema "Fuera Uber". Los taxistas se desplazaron por las avenidas La Marina, Salaverry, Pershing y Del Ejército hasta llegar a la Costa Verde y a la feria gastronómica Mistura. (El Comercio, 2016)

En junio del 2018, el Congreso de la República, buscó los medios para diseñar una legislación que permita regular este tipo de transporte. Así, a través de la Comisión de Transporte y Comunicaciones, se aprobó el proyecto para crear el "registro nacional" de taxis por aplicativo como *Uber*, *Easy Taxi*, *Cabify*, según la comisión se busca asegurar la "legalidad" de empresas de taxi. En términos generales, las empresas serían concebidas como empresas de servicio de transporte privado y deberán presentar un registro de los vehículos y conductores habilitados en su aplicación conforme a los criterios que establece el servicio municipal de taxi. En suma, tendrán que seguir las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC). Es evidente que esta situación incomoda a estas empresas, pues son literalmente *reactivos* a todo tipo de regulación. Aun, el proyecto de Ley está en el Congreso de la República. Hay que advertir que muchos otros países han implementado

medidas como el *lobby* entre estas empresas y los actores involucrados en la tarea de la regulación. Véase, el caso del vecino país de Brasil, donde la empresa ha decidido hacer una campaña abierta para defenderse de un proyecto de Ley que regula sus actividades. Así, antes de la votación, los representantes de *Uber* llevaron hasta Brasilia 815,000 firmas en contra del proyecto.

Breve aproximación a los testimonios en Lima Metropolitana

a) Anselmo López Uchiñahua, (Lince, 58 años)

Anselmo, vive en Lince, tiene 58 años y tres hijos. Actualmente ha dejado de trabajar para *Uber* tras cuatro años. Él llegó trabajar con *Uber* gracias a un colega. Anselmo estaba trabajando para hotel de cinco estrellas de *remisse*. Entonces, llegó un colega, que le había ofrecido trabajar para *Uber* con condiciones muy favorables, porque en el hotel donde trabajaba una “carrera” posteada era pagada en dos meses, mientras en *Uber* les prometían pago semanal y con horas conectadas a *Uber* efectivas. Estas horas conectadas eran muy bien pagadas y mucho más si eran en “hora punta” donde le pagaban hasta 35 soles la hora. Al respecto de las diferencias entre las aplicaciones, señala que ahora no hay ninguna diferencia entre las aplicaciones, todas buscan el interés propio con bajas tarifas que no son rentables para los conductores y además de eso se llevan el 10% de cada viaje hecho.

Sobre la aplicación que prefiere, no se inclina por ninguna, debido a la baja tarifa y el poco interés en los conductores, por esa razón dejó de trabajar para *Uber*. Pero de escoger uno, elegiría *Uber* por los beneficios que obtuvo en un momento, como el pago por horas conectadas (vale decir viajes realizados), pago puntual, bonos por viajes extras y flexibilidad de horarios.

Sobre la relación con la empresa, señala que la relación con *Uber* fue muy formal y solo se remitía al cobro de sus horas conectadas y las posibles pautas que le daban según el cambio que tenían a lo largo del tiempo, entre ellos la disminución de la paga semanal. En lo que respecta a las capacitaciones sobre el uso de la aplicación o el trato con los clientes, Anselmo señala que ha recibido alguna capacitación; sin embargo, debido a su anterior trabajo ya conocía el trato que debía tener con los usuarios.

Sobre el funcionamiento de la empresa, Anselmo, destaca que es muy engañoso para los conductores porque “uno no sabe a dónde irá y cuánto te pagaran y esto es malo porque hay viajes que pueden ser muy bajos en tarifa y eso no siempre cubre el combustible que se usa para el viaje”.

Asimismo, las ventajas existen solo para los usuarios, debido a sus bajas tarifas y la seguridad. Para los conductores también hay beneficios, pero solo aquellos que están dentro de la clasificación “oro” en adelante, ellos son los mejores pagados. Por otro lado, hay varias desventajas, el bajo pago de las tarifas en *UberX*, que ya no pagan por las horas conectadas y el cobro del 10% por cada viaje. Simplemente *Uber* no se preocupa por sus servidores como lo hacía antes.

Al respecto de la rentabilidad, nos explica que cuando trabajaba para Uber Black recibía entre 200-250 soles diarios que en verdad no cumplía con sus expectativas porque a esta ganancia se le tiene que restar el combustible. Así, trabajando solo para *Uber*, él percibe que no alcanza para vivir dignamente, es enfático al señalar que *“con Uber y su trato a los servidores solo puedes sobrevivir, es por ello que la mayoría de los conductores tienen otro trabajo”*. Por esa razón, sus ingresos más significativos provienen de su trabajo de *remisse* y la gran cartera de clientes que posee, gracias a esa cartera puede llevar sustento a su hogar.

b) Jorge (La Perla - Callo, 46 años)

Jorge vive en el Callao (La Perla). Tiene 46 años, tiene dos hijos y vive separado de su mujer. Antes de ser taxista, afirma haber trabajado como empleado en un laboratorio dedicado al estudio de los suelos, además, tiene estudios de computación e informática en un Instituto Técnico Superior. A pesar de sus calificaciones lleva trabajando como taxista tradicional desde hace bastante tiempo. Hace solo dos años que viene usando el servicio aplicativo, él usa con frecuencia las aplicaciones: *Uber* y *EasyTaxi*.

Para él, el cambio de gobierno fue la coyuntura que lo obligó a aceptar las aplicaciones. La necesidad de mejorar sus ingresos fue la principal motivación, el tema de “lo económico” fue muy importante para Jorge. En este aplicativo encontró una alternativa al servicio de taxi (tradicional) que él venía realizando desde antes, le ofrece la posibilidad de realizar una mayor cantidad de carreras, y precios más convenientes para él. Jorge reconoce que uno de los beneficios fue la independencia que estas le ofrecían, podía trabajar las horas que él deseaba (y por ende la retribución monetaria que él necesita), así como tomar los descansos que requiere y en el momento que decida. Lo único que le molesta son (en ciertos casos refiriéndose a *Uber*) los altos porcentajes que desde su visión son “excesivos” y lo que cobra la empresa por el uso de la aplicación no contribuye de manera significativa al trabajo en sí. Aunque la aplicación le permite ciertas ventajas, con respecto a “*taxear*” sin la aplicación, estas no van más allá. Para él, la empresa “*se la lleva fácil*”.

Jorge explica que el conductor (por mucha libertad que tenga) se encuentra indefenso frente a cualquier reclamo o queja de los pasajeros, si estos le dan de una mala calificación puede ser suspendido por la aplicación. Asimismo, resalta que la empresa se desentiende si el conductor sufre un accidente; además, si se encuentra impedido de laborar la empresa no muestra ningún reparo por los días que el conductor no pudo trabajar.

Jorge explica que el contacto con la empresa es muy limitado. Solo al comienzo recibió algunas charlas, acerca del uso de la aplicación y del trato con los clientes, pero fuera de eso la empresa no hace acto de presencia, más que por medio de la aplicación, y esta no le provee alguna clase de seguro o póliza (Los únicos beneficios, entre los pocos que puede ofrecer, son ciertos descuentos en marcas específicas).

Hoy las ganancias por aplicativo son complementadas con el servicio de taxi tradicional; en consecuencia, Jorge trabaja hasta altas horas de la noche (entre 15 y 14 horas diarias). Finalmente, obtiene una ganancia bruto de 300 soles diarios, permitiéndole sustentar sus gastos y los de sus hijos.

c) Luis Alejandro Sánchez Mattos (Callao, 42 años)

Luis, vive en el Callao, es soltero y desde hace un año viene trabajando con *Uber*. El uso de este aplicativo le ayuda a complementar sus ingresos, pues trabaja como auxiliar de oficina y como chofer para un abogado. Él eligió esta aplicación porque ahora “la sociedad” utiliza mucho las aplicaciones por celular.

Para Luis, el aplicativo de *Uber* es fácil de acceder, mientras que otras empresas piden más requisitos y son más selectivos, incluso piensa no podría acceder en algunos aplicativos. Asimismo, prefiere esta empresa, porque acepta su vehículo, además van calificando al conductor como a los consumidores. Es más seguro para ambas partes. Además los aplicativos brindan rutas alternativas para poder evitar el tráfico y ahorrar en tiempo.

La relación entre Luis y la empresa es a través de la aplicación, como explica: *“uno se inscribe, envía su número de cuenta. Generas tu usuario y ahí puedes ir administrando, cuantas carreras uno hace, te ponen metas por semana, para que puedas tener un incentivo”*. Todo es administrado por la aplicación.

La ventaja es que los consumidores reconocen a *Uber*. Además, esta empresa genera descuentos, y controlan la propaganda a través de las redes sociales, de este modo, la gente puede acceder a esta aplicación. Sin embargo, existen desventajas, por ejemplo, dependiendo de los viajes las rutas pueden ser complicadas por las horas pico, así el conductor gasta más combustible y no siempre sale a cuenta. No obstante, resalta que si se logra trabajar de cinco a seis horas aproximadamente es posible generar a la semana 400 soles.

Para lograr cierta rentabilidad, Luis explica que es necesario trabajar *“bastante”* y se debe invertir en gasolina, de ese modo se logra cubrir las necesidades del hogar. Para él la ventaja está en disponer del tiempo, *“tu puedes trabajar más horas o menos horas de acuerdo a tu tiempo y necesidades”*, así *“si tengo más gastos, pues trabajo más horas”*. Solo de esa manera cubre sus necesidades básicas, *“pero no para ahorrar”*.

d) José Durand Rojas (Los Olivos, 42 años)

José nos explica que antes de trabajar con esta empresa se desempeñó en el campo de la construcción por dos años. Luego pasó a trabajar en el paradero de autos en Plaza Norte, ha utilizado *Uber* y ahora usa *Taxi Beat*. José prefiere *Taxi Beat* porque le dice la dirección del destino, y esto es muy importante como conductor pues él puede usar su propio criterio para definir si es seguro o no. Sobre las diferencias entre estas aplicaciones, señala que *Taxi Beat* permite conocer el lugar y el precio de modo anticipado; en cambio,

Uber no dice nada y solo suena una alarma. En este caso, él prefiere *Taxi Beat*, sobre todo porque usa la aplicación los sábados.

Este aplicativo le ayuda a regresar a casa con pasajeros y obtener casi siempre mayores ganancias. Desde su perspectiva, la relación entre él y la empresa, es de “colaborador”, el mismo dice: “*Yo me considero un colaborador porque trabajo por ratos nomás*”. No ha recibido ninguna capacitación sobre el uso de la aplicación o el trato con los clientes.

Desde su experiencia, considera que *Uber* es “abusivo”, puesto que la comisión que la empresa gana por cada viaje que realiza es muy alta. Ellos se llevan el 25% de cada viaje. Además, los precios que dicen en el aplicativo son muy bajos. José prefiere *Taxi Beat*, y aunque no precisa el ingreso mensual aproximado, explica que un día sábado bien trabajado “*todo el día*”, logra ingresos entre 100 o 120 soles.

Para él, los más beneficiados son los pasajeros y la empresa. José complementa sus ingresos “*Ahí si me ayuda más con la economía*”.

Apuntes finales

Como reza el titular de Satyajit Das, en el Diario *Independent* (12 de febrero del 2017), este paradigma está convirtiendo el mundo del trabajo en un mundo *dickensiano*. El trabajo antaño pensado al destajo, es ahora reemplazado por el concepto elegante de trabajo *flexible*. Los testimonios recogidos para este estudio reflejan algunas constantes, por un lado, empresas como *Uber* han sabido sacarle provecho a la crisis del capitalismo, en ese sentido, ahora todos, a través del aplicativo (app) tienen la oportunidad de seguir vendiendo su fuerza de trabajo y extraer del trabajador el máximo provecho bajo el imperativo de la flexibilidad, la seguridad y la economía colaborativa. Muchos de los trabajadores, o socio-conductores no reconocen una relación estrecha, ni afectiva, ni solidaria entre la empresa y el trabajador; todo esta mediado por la tecnología de manera *impersonal*, “segura”, pero altamente vigilada por el gran hermano de la tecnología. Desde mi perspectiva, considero que *Uber* como otras empresas del rubro que usan aplicativos se escudan en la máscara de lo impersonal de la tecnología para crear un velo entre el trabajador y estas empresas. Los trabajadores reconocen que estas empresas se quedan con el 25 % de cada viaje realizado, ninguno reconoce que sea rentable a menos que te entregues a largas jornadas de auto-explotación laboral. Ninguna empresa, *Uber* u otras, reconoce los gastos por mantenimiento, SOAT, seguros, gasolina, ropa de vestir, accesorios, costo de internet en el teléfono, etc., todo lo debe asumir el taxista. Bajo el imperativo de ser independiente, autónomo como dicen en otras partes del mundo, el trabajar sin jefe de por medio y “¡trabaja siendo tu propio jefe!”, se enmascara la naturaleza del trabajo precario de comienzos del siglo XXI. Buena parte de los taxistas aseguran que el costo por lo viajes es muy bajo, lo cual también trae efectos para los taxistas que no usan aplicativos, es muy posible que muchos de ellos tengan muchas limitaciones para moverse en el mundo de lo digital, *online* y *touch*. La gran mayoría debe encontrar formas de completar sus ingresos.

Hoy, Uber está trabajando para el desarrollo y la aplicación de la inteligencia artificial aplicada al servicio de taxi. Esto en concreto hace referencia al servicio de taxi autónomo. Lamentablemente, en mayo del 2018, en Tempe Arizona, se produjo un accidente mortal, cuando el vehículo autónomo de *Uber* atropelló a una mujer que cruzó la autopista. Uber, estaba probando los autos autónomos en Tempe, Pittsburgh, Toronto y San Francisco. Este fatal accidente provocó que Dara Khosrowshahi, director ejecutivo de Uber, reconociera que darán un paso atrás con el proyecto de autos autónomos, aun cuando el plan original era desarrollar camiones autónomos.

BIBLIOGRAFÍA

- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. HarperCollins Publishers.
- Codagnone, C., & Martens, B. (2016). *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy. Working Paper 2016/01. JRC100369 .
- Cuervo, S., Abreu, A., Mansilla, W., Sotomayor, & Guillermo. (2017). *Factores críticos de éxito bajo el modelo de consumo colaborativo: estudio aplicado al servicio de taxi*. Lima: ESAN.
- de Rivera, J., Gordo, Á., & Cassidy, P. (2017). La economía colaborativa en la era del capitalismo digital. *Revista de Estudios para el desarrollo social de la comunicación*, 0(15), 20-31.
- Doménech, G. (2015). La regulación de la economía colaborativa. El caso Uber contra el taxi. *Ceflegal. Revista práctica de Derecho*, 175-176, 61-104.
- El Comercio. (3 de Setiembre de 2016). *Taxistas realizaron caravana de protesta contra Uber*. Obtenido de [elcomercio.pe](https://elcomercio.pe/lima/taxistas-realizaron-caravana-protesta-uber-fotos-254353): <https://elcomercio.pe/lima/taxistas-realizaron-caravana-protesta-uber-fotos-254353>
- Isaacson, W. (2014). *Los innovadores: Los genios que inventaron el futuro*. Debate.
- Isaacson, W. (2011). *Steve Jobs: Biografía*. Barcelona: Penguin Random House.
- Karczewski, T. (16 de Noviembre de 2015). *Tech Giants as Lobbyists: Politics Meets the Sharing Economy*. Obtenido de www.skyword.com: <https://www.skyword.com/contentstandard/marketing/tech-giants-as-lobbyists-politics-meets-the-sharing-economy/>
- Kumar, T. V. (Ed.). (2016). *Smart Economy in Smart Cities: International Collaborative Research: Ottawa, St. Louis, Stuttgart, Bologna, Cape Town, Nairobi, Dakar, Lagos, New Delhi, Varanasi, Vijayawada, Kozhikode, Hong Kong*. Springer.

- Lee, C. (2015). The sharers' gently-used clothes. *Contexts*, 14(1), 17-18.
- Matthew, M., & Farren, M. (19 de Noviembre de 2015). *A common-sense solution to the Uber vs. taxi wars*. Obtenido de [www.latimes.com](http://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-1119-mitchell-farren-uber-taxis-deregulate-20151118-story.html): <http://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-1119-mitchell-farren-uber-taxis-deregulate-20151118-story.html>
- Mazzucato, M. (2015). *The entrepreneurial state: Debunking public vs. private sector myths*. Anthem Press.
- Mazzucato, M. (2018). *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*. UK: Penguin.
- Osborne, H. (28 de Octubre de 2016). *Uber loses right to classify UK drivers as self-employed*. Obtenido de [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com/technology/2016/oct/28/uber-uk-tribunal-self-employed-status): <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/28/uber-uk-tribunal-self-employed-status>
- Petrini, M., Stedetn De Freitas, C., & Mello Da Silveira, L. (2017). "A proposal for a typology of sharing economy". *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 18(5), 39-62.
- Stephany, A. (20 de agosto de 2014). *How to understand the sharing economy*. Obtenido de www.lsnglobal.com: <https://www.lsnglobal.com/opinion/article/16302/alex-stephany-how-to-understand-the-sharing-economy>
- Stephany, A. (2015). *The business of sharing: Making it in the new sharing economy*. Springer.
- The Guardian. (12 de Abril de 2017). *How Uber conquers a city in seven steps*. Obtenido de [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com/technology/2017/apr/12/why-everyone-hates-uber-seven-step-playbook): <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/12/why-everyone-hates-uber-seven-step-playbook>