

Monográfico / Monographic

Resistencia versus destrucción creativa, ¿es posible una alternativa a la actual economía de plataformas? Un estudio de caso de dos cooperativas

Resistance versus creative destruction, is an alternative to the current platform economy possible? A case study of two cooperatives

José David Moral-Martín 

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo, Universidad de Zaragoza, España.
jdavidmoralm@unizar.es

David Pac Salas 

Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza, España.
davidpac@unizar.es

Jaime Minguijón 

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo, Universidad de Zaragoza, España.
jmingui@unizar.es

Recibido / Received: 3/09/2022
Aceptado / Accepted: 14/01/2023



RESUMEN

Este artículo analiza si en el capitalismo de plataformas es factible consolidar una alternativa fundada sobre la resistencia creativa. Para ello hemos estudiado el sector del reparto de comidas a domicilio y analizado comparativamente dos cooperativas españolas, Zampate y Mensakas, sobre la base de la citada fórmula de resistencia. Metodológicamente hemos realizado diez entrevistas a informantes claves, junto al análisis de sus páginas web corporativas y de la literatura vinculada. Como conclusiones anticipadas, resaltamos la existencia de una alternativa viable en términos teóricos y también organizativos, si bien apoyadas sobre fórmulas gerenciales participativas que provocan ciertos lastres organizativos. También señalamos su intento por salvaguardar los derechos laborales y salariales, de los que no pueden evitarse la presencia de cierta autoexploración típicas del capitalismo en estas iniciativas sociales y empresariales. Por último, observamos la existencia de dificultades en un entorno de fuerte competencia en el que existen numerosas contrariedades a la hora de conseguir cierta estabilidad financiera que haga viable el proyecto a medio y largo plazo, lo que se acompaña de cierta crítica a la escasez de ayudas públicas para este tipo de iniciativas.

Palabras clave: Capitalismo de plataformas, cooperativismo, resistencia creativa, riders, conflicto, economía social y solidaria.

*Autor para correspondencia / Corresponding author: David Pac Salas, davidpac@unizar.es

Sugerencia de cita / Suggested citation: Moral-Martín, J. D., Pac Salas, D., y Minguijón, J. (2023). Resistencia versus destrucción creativa, ¿es posible una alternativa a la actual economía de plataformas? Un estudio de caso de dos cooperativas *Revista Española de Sociología*, 32(3), a176. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2023.176>

ABSTRACT

This article analyses whether in platform capitalism it is feasible to consolidate an alternative based on creative resistance. To do so, we have studied the food delivery sector and comparatively analysed two Spanish cooperatives, Zâmpate and Mensakas, based on the aforementioned resistance formula. Methodologically, we conducted ten interviews with key informants, together with an analysis of their corporate websites and related literature. As anticipated conclusions, we highlight the existence of a viable alternative in theoretical and organisational terms, albeit based on participatory management formulas that cause certain organisational burdens. We also note their attempt to safeguard labour and wage rights, from which they cannot escape the presence of a certain self-exploration typical of capitalism in these social and entrepreneurial initiatives. Finally, we note the existence of difficulties in an environment of strong competition in which there are numerous setbacks when it comes to achieving a certain financial stability that makes the project viable in the medium and long term, which is accompanied by some criticism of the scarcity of public aid for this type of initiative.

Keywords: Platform capitalism, cooperativism, creative resistance, riders, conflict, social and solidarity economy.

INTRODUCCIÓN. RESISTENCIA FRENTE A DESTRUCCIÓN CREATIVA

Desde el final de la Gran Recesión se ha afianzado una nueva narrativa en los campos de la denominada economía digital (Rosenblat, 2021), cuyas reflexiones se centran en analizar la emergencia y consolidación de nuevos modelos de negocio y de relaciones laborales vinculados a la conexión digital entre proveedores de servicios y consumidores (Fernández Rodríguez, 2022, p. 198), en el marco del “capitalismo de plataformas” (Srnicek, 2018). En esta se abordan algunos de los principales interrogantes que parecen afectar a los actores clave de la actividad económica: empresarios y gestores, ¿hacia un nuevo management?; los trabajadores, ¿profundización en la flexibilización y precarización de sus condiciones de vida y de trabajo?; y las relaciones entre ellos, ¿redefinición de los límites entre el trabajo por cuenta ajena y propia? (Scholz, 2016a).

Ante este escenario, este artículo tiene como objetivo describir y analizar algunas experiencias alternativas a este tipo capitalismo. Para ello analizamos las “cooperativas de plataformas” (Scholz y Schneider, 2016) que las entendemos como formas de resistencia creativa a esta nueva fase económica. El anterior concepto surge de tensionarlo dialécticamente con la “destrucción creativa”, con la que Schumpeter (1976) trató de explicar el peso de la innovación en la transformación de modelos de negocios hegemónicos en mercados de libre competencia. Así pues, y para nuestro caso, entendemos por resistencia creativa una fórmula de acción y reacción radicalmente alternativa a la realidad social y económica capitalista imperante en un momento histórico concreto (Moral-Martín et al., 2022).

Esta propuesta alternativa se inserta en el amplio campo de la Economía Social y Solidaria (ESS), que se muestra especialmente eficiente cuando la vinculada al mercado ordinario entra en crisis (Birchall, 2013; Stiglitz, 2009). En esta línea, son varios los autores que consideran que es precisamente en épocas en las que las dificultades económicas son más intensas cuando el cooperativismo emerge con más fuerza como una opción que permite un medio de subsistencia a determinados colectivos expulsados del mercado de trabajo (Inglada et al., 2015). En paralelo, también muestra un comportamiento más adecuado para revertir sus efectos negativos, como la precariedad en el empleo y la generación de desigualdad social (Castro et al, 2013).

Para desarrollar este trabajo, y tras esta introducción, realizamos una revisión sobre una serie de aspectos teóricos que nos permiten ordenar el entramado conceptual vinculado a las plataformas de trabajo, así como señalar la importancia de la destrucción creativa en su génesis y en la transformación de las relaciones organizativas y de empleo vinculadas. A continuación, nos centramos en el cooperativismo de plataformas y en definir la resistencia creativa, concepto acuñado para referirnos a la presencia de determinadas formas de organización en este tipo de mercado, como las cooperativas estudiadas, y que por su actual estado de estudio ha de tratarse forzosamente de un boceto de extraordinaria generalidad.

Tras este, y en un tercer apartado, explicamos la aproximación metodológica utilizada, basada en el uso de la técnica de entrevistas semiestructuradas a informadores clave, junto al uso de datos secundarios aportados por las propias organizaciones y a la revisión de literatura relacionada. Seguidamente, discutimos los principales aspectos que presentamos y que están vinculados a las fórmulas de gestión democráticas, junto a las condiciones de trabajo y la defensa que se hace desde el cooperativismo del trabajo digno frente a las plataformas digitales ordinarias, a las que vinculan con la autoexplotación. También, al papel jugado por el algoritmo en la gestión empresarial de las grandes empresas de reparto, frente a fórmulas más personales basadas en la implicación humana que propugnan las cooperativas estudiadas. Por último, cómo enfocan ambos tipos de iniciativas empresariales analizadas la cuestión de la búsqueda de rentabilidad económica y su distinción entre el modelo exclusivamente financiero de las grandes operadoras del delivery y la propuesta de rentabilidad social y sostenible que defienden las cooperativas de plataformas. Finalmente, acabamos con una serie de conclusiones.

DEL CAPITALISMO DIGITAL A LAS PLATAFORMAS DE TRABAJO: GÉNESIS, TRANSFORMACIONES Y CRÍTICAS SOCIALES

[Precht \(2022\)](#), parafraseando a Marx, señala que “un fantasma recorre la sociedad globalizada: el fantasma de la digitalización” (p. 17). Es cierto que esta ha contribuido a la evolución del actual capitalismo hasta su actual configuración como digital o de plataformas; también lo es el hecho de que aún estamos dentro de los límites del mercado, si bien actualmente descrito como “de dos caras” ([Tirole, 2017](#), p. 406), pues en él una aplicación virtual permite que compradores y vendedores interactúen.

En el mismo sentido, su aparición también está vinculada a un hecho económico corriente, pues “las crisis de rentabilidad del sistema capitalista ante las transformaciones de los mercados son las que marcan los cambios organizativos” ([Alonso y Fernández Rodríguez, 2013](#), p. 60). Así pues, la pérdida de rentabilidad de los mercados tradicionales de finales del siglo XX exigió reorientar sus esfuerzos hacia nuevas formas de obtención, por lo que podemos adivinar en el horizonte la aparición del citado tipo de capitalismo, caracterizado por la dependencia de sus modelos de negocios “de la tecnología de la información, datos e Internet” ([Srnicek, 2018](#), p. 12) y cuyas señas de identidad tienen que ver con la destrucción creativa y la gestión innovadora, mediante el uso de algoritmos y otros elementos tecnológicos vinculados a la (hiper)flexibilidad.

No obstante, su bondad competitiva se basa en que resuelve dos problemas: la reducción de los costes de transacción y de identificación, junto a la rebaja de los de selección entre los millones de posibles ofertantes. Todo ello gracias a una interfaz tecnológica que permite su interacción. Sin embargo, presenta un problema de partida que no ha logrado solventar: el de su estructura de precios, basada en que el auténtico importe pagado por un usuario no es el simple coste físico del servicio, pues las plataformas comercian con sus datos personales ([Tirole, 2017](#)). Y tampoco acaban de estar claros sus componentes, pues si bien parece implicar a tres partes: plataforma, cliente y trabajador, otros autores hablan de un cuarto participante, el financiero ([Parker et al., 2016](#)).

Como tratamos de señalar, todas las tipologías del capitalismo contemporáneo se han basado en la conocida formulación de la destrucción creativa schumpeteriana, vinculada a la necesidad de la existencia de quiebras que liberen factores de producción ineficientemente utilizados y a los que incorpora la innovación como el aspecto central.¹ En este sentido, la citada destrucción creativa se vincula con la propia génesis de la economía de plataformas, por lo que existen grandes consensos sobre su proceso sociohistórico.

Así, su origen mundial lo podemos situar junto al agotamiento del capitalismo sobre 1950, cuando el crecimiento del sector servicios y de las industrias de alta tecnología provocaron el descenso de sus beneficios (Neal y Cameron, 2016). Apenas un par de décadas después, Lisdero (2012) añadió la cuestión de la expansión mundial, vinculada a la extensión de los procesos de outsourcing que se produjeron a partir de la década de 1970. Esta innovación descentralizadora organizativa estuvo relacionada con la mejora de los costes de producción al objeto de hacer frente a las denominadas crisis del petróleo en las economías occidentales (1973 y 1979), pues se beneficiaron de la comercialización de internet que experimentó un fuerte incremento desde comienzos de 1990.²

Siguiendo el proceso histórico, apostamos porque el origen más inmediato de la “platform capitalism” hay que situarlo en 2008 junto a la “Collaborative consumption” (Lessig, 2008), que nació por la necesidad de superar la economía paralizada en la crisis de las *subprime* y que apostó por la destrucción creativa mediante el uso de nuevas tecnologías aplicables, como Apps. y algoritmos, entre otras. Otro nuevo hito, vinculado a la destrucción creativa, fue la aparición de la “sharing economy” en 2010 (Botsman y Rogers, 2010), que se presentó en sociedad tomando la parte (obtención de dinero por jóvenes a partir de sus recursos ociosos) por el todo (una verdadera economía basada en el “Exchange of money”) (Schor y Cansoy, 2019). Ravanelle (2020), al estudiar las consecuencias de este tipo de economía entre trabajadores de Uber, Airbnb o TaskRabbit, lo bautizó como “rational capitalism”.

Entre todos estos acontecimientos hemos de resaltar la crisis del NASDAQ (marzo de 2000), pues provocó un “importante giro en la organización de los mercados capitalistas y del gerencialismo” (Fernández Rodríguez et al., 2021, p. 193) al utilizar las tecnologías de la información, las aplicaciones informáticas y el *big data*. En este contexto, y dentro del capitalismo de “economía digital”, surgieron las denominadas plataformas de trabajo como iniciativas empresariales cada vez más dependientes “de la tecnología de la información, datos e Internet para sus modelos de negocios” (Srnicek, 2018, p. 12), y descritas como “infraestructuras digitales estructuradas por datos, organizadas por algoritmos y regidas por relaciones de propiedad” por Grohmann y Qiu (2020, p. 2). Más recientemente, Alonso y Fernández Rodríguez (2021) las han caracterizado por basar la producción y el consumo mediante una plataforma digital.

La aparición de las citadas plataformas ha venido acompañada de cambios en dos aspectos básicos de las economías contemporáneas: el organizativo y, sobre todo, el laboral. En relación con el primero, nos centramos en los discursos gerenciales, definidos como “una ideología de aquellos que detentan el poder dentro de las organizaciones empresariales” (Alonso y Fernández Rodríguez, 2018, pp. 9-10). En este sentido, Boltanski y Chiapello (2002) han señalado diferentes etapas en los citados discursos, posteriormente recogidas por Alonso y Rodríguez (2013, p. 59) y actualizados por Bericat (2018) en tres etapas: 1) darwinismo social, 2) gran corporación y 3) incertidumbre total.

En este trabajo proponemos centrarnos en la última etapa, la que tuvo lugar a caballo entre los siglos XX y XXI, pues es en la que se produjo el “impacto de las nuevas tecnologías o la aparición de nuevos modelos de negocio a través de Internet” (Alonso y Fernández Rodríguez, 2013). Además, esta impactó sobre la economía y la organización del trabajo, por lo que se llegó a hablar del *e-bussiness* como la revolución de los negocios, y que

1 Este concepto es atribuible al sociólogo Werner Sombart (1863-1941).

2 Recordemos que el sector de las telecomunicaciones fue la opción preferida por el capital financiero a partir de 1995.

en la actualidad parece haber dado lugar a un nuevo gerencialismo caracterizado por la incertidumbre, la flexibilidad y la libertad, entre otros, si bien todos ellos han sido calificados de “ficticios” en el entorno de las plataformas de trabajo (Shibata, 2020). Una novedad gerencial rápidamente contestada con la publicación del *Critical Management Studies: A Reader* (Grey y Willmott, 2005), que señaló ciertas carencias teóricas, aunque más bien prácticas, de los sistemas preponderantes del *management* (Fernández Rodríguez, 2007), para lo que recuperó ciertos aspectos del discurso foucaultiano e incorporó otras temáticas en sus análisis: resistencia, poder, género, represión, subjetividad y discurso (Fernández Rodríguez et al., 2021).

En relación con las relaciones laborales, se produjo otro cambio vinculado a la transformación de la gestión empresarial de los recursos humanos, históricamente basada en la existencia de un “nexo de relaciones recíprocas entre la empresa y sus grupos de interés internos y externos” (Sabeel y Thelen, 2019, p. 178). En la actualidad, el impacto de la llamada *sharing economy* en los mercados de trabajo ha situado al trabajador en un “espacio ambiguo entre el trabajo por cuenta propia y el empleo estándar” (Montgomery y Baglioni, 2020, p. 1213), lo que parece estar dando lugar a “una forma de empleo emergente y creciente que todavía carece de una definición clara y que muestra una heterogeneidad de los modelos de negocio y exige la regulación del contrato y la situación laboral y las condiciones de trabajo” (Köhler, 2020, p. 24).

Todas estas singularidades pudieran estar colaborando en profundizar en la individualización de las relaciones laborales a través de las Apps que utilizan las citadas plataformas, como parece ser el caso de las empresas ordinarias de reparto. En este sentido, podemos observar cómo estas permiten el troceado del trabajo en tareas o *gigs*, motivo por el que Álvarez-Hernández (2017) se refiere a ellas como un mercado de tareas y no de trabajo. Esta es una de las razones por las que tampoco ha sido recibido con alegría por los sindicatos, cuyos temores fueron formulados por Vandaele (2018), al reflexionar sobre su propia supervivencia en la economía de plataformas, y que están siendo objeto de una enorme controversia por parte de estudiosos académicos, sindicalistas y por los propios trabajadores afectados (Duggan et al., 2020; UGT, 2019).

En esta misma línea de análisis, Fernández y Soliña (2020) relacionaron su aparición con el fin del trabajo asalariado y con la imposición de una jefatura no humana mediante algoritmos y con sus repercusiones sobre el bienestar de los trabajadores, como señalan los estudios de conductores de Uber (Chaouali et al., 2022) y de centenares de trabajadores entrevistados de Amazon Mechanical Turk durante la pandemia de la COVID-19 (Orhan et al., 2022). Sin embargo, hemos de ser prudentes con todo lo que planteamos, pues como afirman Healy et al. (2017, p. 7) aún se trata de “un fenómeno relativamente nuevo”.

LA ALTERNATIVA DE LAS COOPERATIVAS DE PLATAFORMAS COMO RESISTENCIAS CREATIVAS. UNA PRIMERA APROXIMACIÓN

Como en otras etapas del capitalismo contemporáneo, en esta también existe una alternativa desde el campo de la ESS, definida como “un amplio conjunto de organizaciones y empresas que están específicamente orientadas a producir bienes, servicios y conocimiento mientras persiguen objetivos económicos y sociales y fomentan la solidaridad” (Fuster et al., 2021, p. 8). En este caso, nos referimos al “platform cooperativism”. Un término acuñado por Scholz (2016b, p. 14), con el que pretendió recoger todas aquellas iniciativas empresariales de cariz social que, alternativas al capitalismo de plataformas, contemplaban los siete principios fijados por la Alianza Cooperativa Internacional³ y que las caracterizó mediante tres elementos clave: a) la adopción de la tecnología bajo un modelo de propiedad democrática; b) la solidaridad

3 Más información disponible en: <https://www.ica.coop/es/cooperativas/identidad-alianza-cooperativa-internacional>.

colectiva de la propiedad de las plataformas sociales; y c) la reformulación participativa de conceptos como innovación y eficiencia. Precisamente, estos han sido asumidos por algunos investigadores como criterios para analizar el cooperativismo de plataformas (Stocker y Takara, 2019).

Como vemos por sus principios rectores, esta alternativa no se basa en la mera contraposición o resistencia a sistemas de gestión de prestación de servicios o de producción basados en el uso flexible de la mano de obra, sino que va más allá (Renau-Cano et al., 2021). Es por su amplitud por lo que acuñamos el término de “resistencia creativa” y lo definimos como “toda oposición, colectiva y/o individual, al sistema de mercado basada en la búsqueda de cierta transformación social, para lo que se utilizan variadas estrategias de resistencia históricamente probadas y basadas en la creatividad a la hora de señalar y mostrar las contradicciones del sistema y de proponer alternativas viables, lógicas y sostenibles en el entorno de la Economía Social y Solidaria (ESS)” (Moral-Martín et al., 2022).

Esta aportación teórica aúna dos conceptos diferentes, pero no excluyentes: resistencia y creatividad, lo que lo aleja de otras referencias posmodernistas, como la resistencia crítica de Derrida (2005) y su oposición al poder. También a la constructiva, que propone una nueva realidad y que ha sido utilizada por Wiksell (2020) para estudiar cooperativas. En este sentido nuestra aportación se acerca a una propuesta materialista que edifique nuevas propuestas efectivas que cuestionen a los poderes establecidos, sobre la que “construir, promulgar o experimentar con alternativas” (Koefoed, 2018, p. 101).

En el caso de la creatividad, esta extiende la capacidad innovadora más allá de las empresas privadas y reconocen esa capacidad también a la sociedad civil (Echevarría y Gurrutxaga, 2015). Una afirmación que se cumple por parte de las cooperativas estudiadas, pues su verdadero interés organizativo no se limita a generar competencia de un cariz más ético, sino que se plantean la construcción de un mundo radicalmente diferente en el que ellas puedan ejercer de motor básico para la generación y distribución de la riqueza y de la mejora del bienestar (Falcón Pérez y Fuentes-Perdomo, 2019).

Para ello, proponen una serie de construcciones plasmadas en determinados comportamientos como la promoción de un mercado social alternativo al capitalismo (García Jané, 2013; 2016), basado en relaciones de solidaridad, reciprocidad, autoorganización, articulación, autogestión, cooperación e inclusión. Es decir, con nuestra aportación teórica pretendemos evidenciar que la ESS, y concretamente algunas cooperativas, no pretenden constituirse como otra forma más de gestión y organización de las empresas capitalistas, y capitalizadas, sino que ambiciona la construcción creativa de una alternativa radical y total a la actual sociedad de mercado.

En este sentido, son recientes varios los estudios internacionales relacionados con la resistencia en nuestro ámbito (Yun, 2023; Abdelnour y Bernard, 2022; Wilkinson et al., 2022; Zhou y Pun, 2022; Ness, 2022; Grohmann, 2021; Baum, 2018). Todos ellos se basan en analizar expresiones resilientes y organizadas de contestación a las fórmulas capitalistas mayoritarias (Baaz et al., 2016). A nivel nacional, también encontramos posicionamientos de rechazo formal al (ab)uso de cierto poder emanado desde las grandes compañías del *delivery*, tal como lo demuestran la investigación sobre Deliveroo (Pérez-Chirinos, 2017; Fernández-Trujillo, 2020) y sobre RidersxDerechos (Fernandez y Soliña, 2020) y de ambos por Fernández-Trujillo y Betancor (2022). Junto a ello cabe señalar la emergencia de novedosas fórmulas solidarias laborales (Schou and Bucher, 2022; Mieruch y McFarlane, 2022).

Sin embargo, la historia del cooperativismo demuestra la coexistencia de grandes éxitos en diferentes ámbitos y sectores de la economía, junto con el fracaso en muchas otras experiencias atribuibles a las dificultades para ser competitivas con sus valores en mercados altamente competitivos. Poniendo la mirada en lo positivo, pueden reseñarse algunas experiencias cooperativas internacionales de éxito. Scholz (2016b, p. 11) señala que “today, coops employ 900,000 people in the United States”. También desde Europa han sido diversos los acercamientos cuantitativos a esta realidad organizacional, laboral y

profesional. En concreto, [Pesole et al. \(2018, p. 3\)](#) señalaron que, “less than 8% do this kind of work with some frequency, and less than 6% spend a significant amount of time on it”.

A nivel español, también disponemos de constancia sobre su presencia, “Mondragon, Spain’s seventh largest industrial corporation, is a network of cooperatives that in 2013, employed 74,061 people” ([Scholz, 2016b](#), p. 11). Así como también de sus fracasos, como la denuncia de [Riesco-Sanz \(2020\)](#) sobre las cooperativas de trabajo asociado en la industria cárnica catalana, a las que señaló como alejadas de los principios del movimiento cooperativista internacional. Asimismo, la patronal de las plataformas españolas, cifró en más 15.300 los trabajadores dedicados a estas tareas.

METODOLOGÍA

La investigación se ha centrado en el estudio de dos casos, en los que se han aplicado los criterios y recomendaciones propias de este enfoque de investigación que consisten en seleccionar uno o varios fenómenos o elementos de la realidad social (dos cooperativas) por su significación para el tema estudiado y realizar un análisis en profundidad y sistemático ([Rodríguez et al., 1996](#)). Además, este tipo de aproximación metodológica resulta ser especialmente idóneo para explorar temas emergentes de interés científico, como el que nos ocupa, y campos de conocimiento en los que no se han asentado teorías y explicaciones sólidas ([Bryman, 2012](#)). Por otra parte, hemos de tener en cuenta que el equipo investigador comparte un mismo periodo histórico con el objeto de estudio ([Yin, 2003](#)).

El gran debate metodológico que afecta al estudio de caso gira en torno a la validez, ya que al tratarse de fenómenos únicos no hay posibilidad de replicar las investigaciones y contrastar los resultados. Para mitigar este problema, [Stake \(2005\)](#) propone dos procedimientos: por un lado, la triangulación, consistente en la aplicación de diversas técnicas de investigación para el estudio de un determinado caso ([Ayoub et al., 2014](#)); por otro, la participación de las personas incluidas en el tema estudiado, con el fin de que se vean reflejados en las reflexiones y conclusiones obtenidas. La idea es ampliar las fuentes de información para incrementar la fiabilidad de las conclusiones obtenidas ([Denzin, 1978](#)).

Tomando en consideración todos estos aspectos, se han aplicado diversas técnicas de investigación, en función de los diferentes objetos de interés: análisis de documentación particular y accesible en la páginas web particulares de ambas organizaciones (valores, estatutos, etc.), junto a la revisión crítica de la literatura vinculada y a la realización de seis entrevistas semiestructuradas a personas que forman parte de ambas cooperativas y cuatro más a informantes clave relacionados con las dos cooperativas ([Tabla 1](#)).

Tabla 1. Diseño muestral de entrevistas

CASO 1: Cooperativa Mensakas	CASO 2: Cooperativa Zämpate
EB1 (SOCIO COOPERATIVISTA)	EZ1 (SOCIO COOPERATIVISTA)
EB2 (SOCIO COOPERATIVISTA)	EZ2 (SOCIO COOPERATIVISTA)
EB3 (SOCIO COOPERATIVISTA)	EZ3 (SOCIO COOPERATIVISTA)
EB4 (ESTABLECIMIENTO COLABORADOR)	EZ4 (GESTORIA SOCIAL)
EB5 (SINDICATO IAC)	
EBZ1 (PLATAFORMA COOPCYCLE)	

El muestreo ha sido de carácter teórico y se ha tenido en cuenta criterios como la posesión de información relevante, la accesibilidad, la disponibilidad y la capacidad de informar (Vallés, 2009). Otra estrategia empleada para la selección de las personas a entrevistar ha estado basada en multiplicar los puntos de vista desde los que se obtiene la información, aunque privilegiando la perspectiva de las personas protagonistas del fenómeno estudiado y siempre en el campo de la metodología cualitativa (Fusch et al., 2018).

En este sentido, y junto a las entrevistas a socios cooperativistas, se ha obtenido la opinión de una gestoría que asesoró el nacimiento de Zâmpate. Igualmente, de un sindicato que acompañó a varios de los socios de Mensakas en su lucha contra las empresas de plataformas en la que trabajaban y en su proceso de decisión hacia la creación de una cooperativa, así como de uno de sus establecimientos colaboradores. Finalmente, se consideró importante disponer de la perspectiva de CoopCycle, una federación de cooperativas de entrega en bicicleta, que dispone de información de las dos cooperativas españolas y puede ofrecer una perspectiva comparada.

Como criterio de contraste, se hicieron dos entrevistas iniciales a dos socios de cada una de las dos cooperativas. Luego se entrevistó a la gestoría, al establecimiento colaborador y al sindicato y, finalmente, de nuevo un socio de cada cooperativa, con los que se perfilaron cuestiones abiertas o por clarificar.

Los guiones de las entrevistas fueron elaborados inicialmente a partir de los elementos centrales que componen el objetivo y las hipótesis de investigación comentadas más arriba, de la revisión de la literatura sobre el tema objeto de estudio y de la lectura de la información secundaria utilizada (Longhurst, 2010). Posteriormente, se fueron incorporando los resultados de los análisis parciales o conclusiones tentativas previas, adaptando las nuevas entrevistas a la información obtenida, estableciendo una espiral analítica, que en cada paso otorgaba más validez a las conclusiones extraídas (Hernández et al., 2014). De una u otra manera, a través de las entrevistas se abordaron las siguientes cuestiones: su nacimiento, constitución y el papel de la democracia interna; la búsqueda de una alternativa rentabilidad económica y social; el papel jugado por el algoritmo; y las condiciones de trabajo.

RESULTADOS PRINCIPALES Y DISCUSIÓN

Contextualización

A continuación, describimos a ambas cooperativas, además de presentar sus datos socioeconómicos (Tabla 2).

Caso 1

Mensakas se define como una cooperativa que pretende crear una alternativa responsable de reparto (<https://www.mensakas.com>). Su nacimiento fue como respuesta a los conflictos judiciales iniciados en el año 2017, cuando un grupo de trabajadores de Glovo y Deliveroo denunciaron a sus respectivas empresas para reclamar mejoras laborales y evidenciar la simulación de su situación contractual y terminaron por constituirse en una organización alternativa dedicada al reparto de comida a domicilio en abril de 2018, basada en el respeto de todos los derechos por los que se habían movilizado.

Tabla 2.

	CASO 1: cooperativa Mensakas	CASO 2: Cooperativa Zâmpate
Año de fundación	2018	2021
Capital inicial (euros)	3000	3000
Financiación	Recursos propios y aportaciones de socios y del sindicato IAC.	Crowdfunding (11.000 euros) Subvención DGA Ayuda otras entidades
Número de socios	16	5
Número de trabajadores asalariados	11	2
Entidades colaboradoras	Restaurantes, pequeños productores agrícolas y tiendas de proximidad	18-19 restaurantes y 4-5 comercios.
Servicios	Reparto de comida a domicilio Última milla Shipping	Reparto de comida Pequeña paquetería Publicidad

Caso 2

Zâmpate comenzó en julio de 2021 y se define como una cooperativa de reparto de comida local y sostenible (<https://zampatezaragoza.com>). A consecuencia de la pandemia de la Covid-19, varios profesionales de diferentes sectores tuvieron problemas en sus respectivos negocios y empezaron a operar en el reparto a domicilio como autónomos en septiembre de 2020, como paso previo a su constitución. Además, trataron de desarrollar un negocio que superase la gestión que realizan las empresas mayoritarias del sector y fomentar el cooperativismo como su seña de identidad.

Discusión

En este apartado discutimos algunos de los principales aspectos que desvelan las características de los procesos de resistencia creativa que se dieron en ambas cooperativas: su nacimiento y filosofía; su constitución y democracia; la búsqueda de rentabilidad económica; la discusión existente en torno al papel jugado por el algoritmo; y, por último, sus condiciones de trabajo, resumidas en la tensión entre “trabajo digno” versus “autoexplotación”.

Nacimiento y filosofía

En lo referido al nacimiento y a la filosofía subyacente en este tipo de organizaciones sociales, existen coincidencias, pero también diferencias, entre ambas fórmulas cooperativas, aunque prevalecen las primeras. Ambos proyectos son distinguibles geográfica y profesionalmente, pues la primera nació en Barcelona, como consecuencia de una serie de reivindicaciones laborales, y la segunda en Zaragoza, motivada por la pandemia de la Covid-19. También se diferencian cronológicamente, pues Mensakas se constituyó en abril de 2018, mientras que Zâmpate lo hizo en julio de 2021. Además, tampoco comparten exactamente su intencionalidad, pues una fue originada desde abajo, Mensakas, “la cooperativa surge para generarse un autoempleo” (EZ1), mientras que Zâmpate, tuvo un comienzo más vinculado a una salida de la pandemia como un “proyecto de autoempleo” (EZ1)

Sin embargo, son varios los aspectos que comparten tanto de fondo (la filosofía de la economía social), como de forma (su corta experiencia en este sector como cooperativa). Así, las condiciones del nacimiento de ambas no distan tanto entre sí, pues ambas se encuentran vinculadas a movilizaciones de diferente tipo. Por lo tanto, ambas iniciativas coinciden en presentar su constitución como un ejemplo de lucha inicial basadas en la resistencia creativa.

En el caso de la constitución de la cooperativa catalana tuvo un evidente peso el proceso de conflicto que iniciaron una serie de repartidores de Deliveroo, quienes denunciaron sus condiciones salariales y laborales apoyados por el sindicato nacionalista Intersindical Alternativa de Cataluña (IAC), cuyo interés sindical radicaría en “organizar los sectores” más precarizados, además de convertir a esta cooperativa en una “herramienta laboral” justa (EB5). Las denuncias, según un socio cooperativista, se basaron en el incumplimiento de ciertas condiciones laborales, sobre todo a partir del momento en el que se produjo un cambio salarial de una empresa concreta, “cuando Deliveroo empezó a hacer cambios de contratos y pasó de pagar por horas a pagar por pedidos” (EB3).

Esta modificación posibilitó cierta toma de conciencia, incrementada gracias a una práctica exigida por la citada empresa que facilitaba el encuentro entre repartidores: “obligarnos a estar esperando los pedidos a todos en el mismo punto, pues eso facilitaba que unos compañeros hablaran con otros y, si había alguno más politizado, les dijera: ‘es que tío, esto no está bien, no deberíamos estar así’ y aquí se iniciaron las movilizaciones” (EB3). Un hecho destacado por otro de los entrevistados quien señaló la importancia de “los centros de zona y los canales de Telegram comunes” (EB1), pues en su opinión alentaron focos iniciales de solidaridad enmarcadas en la resistencia creativa de índole digital (Schou y Bucher, 2022).

En la misma línea, otro compañero de aquellos denunciantes, hoy socio trabajador, situó su comienzo entre “finales de 2016 y 2017”, al calor de las huelgas habidas en Barcelona, cuando “surge la chispa” y una pregunta común: “¿y ahora qué hacemos?” (EB2). Tras varios debates e intercambio de ideas, este interrogante obtuvo una respuesta de carácter eminentemente creativo: el surgimiento de Mensakas como un proyecto transformador: “montar una cooperativa para demostrar que esto es viable” (EB2) y que se convirtiese en “un proyecto transformador y un reto” (EB1), auxiliado por la IAC.

La presencia imbricada de la resistencia creativa, junto a la presencia constante de la crítica y de la acción de lucha y reivindicativa, es también muy clara en Zâmpate, tal como lo señala uno de sus socios, “aparte de apoyo mutuo y de solidaridad, el término lucha es muy importante. El término lucha para intentar crear una estructura, totalmente diferente a lo establecido...” Así pues, según él, la lucha, la solidaridad interna y la creatividad son indisolubles: “...El cooperativismo hace que el día a día sea de otra manera, al final creas una familia que va a una... La empresa no es lo mismo” (EZ4). Posiblemente, esta especificidad de Zâmpate se deba a que estuvo más vinculada a la situación de confinamiento y de parón económico pandémico, por lo que su opción creativa tuvo que ver con cierta forma de construcción colectiva basada en los históricos principios de ayuda social auspiciados por el movimiento obrero, sin olvidarse de su carácter reivindicativo.

Constitución y democracia en las cooperativas

Como acabamos de ver ambas cooperativas se constituyeron bajo intenciones similares, la construcción de una alternativa creativa y colectiva socioeconómica y personal al capitalismo. Esto es señalado por uno de los miembros de Mensakas, extrabajador de Deliveroo y Stuart, “es un proyecto de vida acorde con lo que uno quiere y persigue y que te autorrealiza muchísimo” (EB1). En la misma línea, otro de sus compañeros, extrabajador de Glovo, reitera que este proyecto “es muy positivo. Es muy

enriquecedor”. De la misma opinión es otro de los entrevistados, quien plantea un anhelo creativo, “es un proyecto bonito. Y dices: ‘se podrían hacer las cosas así’” (EB3). Desde la IAC lo define como “un viaje hacia la utopía” (EB5).

En relación con la fórmula organizativa, desde Mensakas se señala que “después de unas denuncias laborales... pues montamos una cooperativa” (EB2) basada en una clara orientación ideológica, la del anticapitalismo. Si bien en ambas cooperativas se enfrentaron dos visiones. En Mensakas “había una postura, digamos más Hippies y la nuestra más centrados en la gestión” (EB2). Un debate similar se produjo en Zâmpate, pues convivían dos posturas diferentes sobre el proyecto, el cooperativismo como alternativa al capitalismo y un proyecto empresarial típico, “mi sentido de cooperativismo es como alternativa al neoliberalismo imperante. Nacimos en contraposición a Glovo. Contrarios a... Había otras filosofías más capitalistas al uso, pero al final se impuso la nuestra” (EZ3).

En ambas discusiones terminó imperando el sentido más pragmático, sin renunciar a lo ideológico, pues a través de su debate podemos observar una de las principales aportaciones a la resistencia creativa, la intencionalidad cooperativa por reformular “un modelo alternativo que sea el opuesto total a estas plataformas (mayoritarias en el sector)”, como señala uno de los dirigentes de Mensakas, y mediante un “trabajo constante” según la IAC (EB5). Para ello, se apropian de uno de los elementos fundamentales del actual discurso gerencial para neutralizar su carga de precariedad, “se puede tener cierta flexibilidad, se puede ser innovadora y se puede cumplir con la legislación y los derechos laborales” (EB1).

Este aspecto lleva directamente a la particular gestión de este tipo de iniciativas, basadas en la horizontalidad y en la participación democrática. En este sentido, las trayectorias biográficas previas resultan muy relevantes, pues avalan su compromiso político y organizativo, tal como lo señala uno de los miembros de Zâmpate, “hay un sentimiento de que se deben hacer correctamente las cosas y entre la gente que estás dentro tienes que coordinarte” (EZ2).

Con esta situación se pretende la búsqueda del consenso, pero esto conlleva importantes obstáculos y puede que reste competitividad. Todas estas situaciones se incrementan con el crecimiento de la cooperativa, pues debido a su carácter asambleario y horizontal, se señala la gran lentitud a la hora de tomar decisiones sobre cómo mejorar la rentabilidad del negocio, “tenemos un carácter asambleario y horizontal que hace que la toma de decisiones sea más lenta” (EZ2) y “se emplea más tiempo en tomas decisiones” (EB3), pues “la asamblea es un arma de doble filo. Para una campaña publicitaria tardamos tres meses” (EZ2).

Todo un aprendizaje para estos directivos, sobre todo para los recién aterrizados. Uno de ellos, de Mensakas, señala que “yo llego nuevo a esta forma de organización horizontal y no está mal, tiene sus problemas, pero...” (EB2). Sin embargo, la crítica a este modelo se explicita desde Zâmpate, “cada semana tenemos una asamblea para informar sobre las cosas cotidianas de la cooperativa. Pero los asuntos que llevamos a la asamblea a veces no están preparados previamente y se toman decisiones poco deliberadas por cansancio... o por las prisas” (EZ2).

Una fórmula organizativa en todo caso deseada pues genera un efecto de construcción de identidad (Mieruch y McFarlane, 2022; Philipp et al., 2021) y de alternativa creativa a la fragmentación del trabajador típica del neoliberalismo (Jonathan y Akkerman, 2022). Así pues, podemos destacar que en ambas cooperativas se recupera, y se entrena, el ideal de gestión democrática en todas las áreas de la cooperativa, yendo más allá de la participación de los propios miembros de la cooperativa (y asalariados), para tratar de extenderse, no sin dificultades, a otros stakeholders importantes, como clientes y proveedores, “siempre hay un debate abierto dentro del mundo del cooperativismo que se extiende con fuerza a las cooperativas de plataformas: ¿qué opiniones deben entrar en el circuito para tomar decisiones y qué debe primar: los usuarios, los que prestan los servicios, los proveedores, los distribuidores, etc.?” (EZ4).

En este sentido de gestión, la historia del cooperativismo sugiere la necesidad de profundizar en la dimensión democrática. En el caso de las cooperativas de plataformas debe entenderse también como un freno a la tendencia detectada de volverse eventualmente más parecidas a las empresas capitalistas, al adaptarse a la sociedad que las rodea (Cornforth, 1995). De hecho, determinadas investigaciones han llegado a la conclusión de que la mejor manera de luchar contra esto es profundizar en su organización democrática (Langmead, 2016).

La lucha por la alternativa rentable y el volumen

Otro de los aspectos fundamentales de la resistencia creativa guarda relación con la cuestión de la rentabilidad, constituyéndose como elemento central la dificultad de conseguir recursos financieros para su fundación, su supervivencia y para desarrollar su modelo de negocio (Philipp et al., 2021). En el caso de Zâmpate lo dejan claro en sus entrevistas, “el proyecto empezó desde abajo, desde cero, con poca financiación, con lo que necesitábamos y nos pusimos a pedalear. No es lo habitual cuando se monta una empresa. Necesitas un capital detrás para mantenerte esos años hasta que sales a flote” (EZ2). Otro de los socios recuerda que “Nosotros pusimos las bicicletas. La Ciclería nos prestaron dinero para comprar las mochilas. En plena pandemia se nos dio muy bien.” (EZ3).

Ante esta dificultad la creatividad asomó a través de ciertas campañas de financiación, “decidimos hacer crowdfunding, una compra de camisetas, gorras, tazas y litografías. Crear una economía circular. Creamos ‘red de redes’ (y) conseguimos más de 11.000 euros,⁴ todos de Zaragoza. Amigos, familiares y gente que le gustaban los diseños (...). Creas un apoyo mutuo y una solidaridad. Esto nos sirvió de publicidad” (EZ2). Para Mensakas la cuestión de la financiación fue más simple, pues “el dinero lo aportaron los que quisieron entrar como socios trabajadores” (EB2), a la sazón de 1.000 euros, aunque también ayudó a su constitución la IAC con “algo, pero fue muy poco dinero” (EB5).

Además, y como ya hemos visto, ambas organizaciones comparten en común una serie de principios arduos a nivel empresarial, ya que pretenden alcanzar una complicada situación óptima desde el punto de vista de la rentabilidad económica. Desde Zâmpate lo ven como “un reto difícil de alcanzar” (EZ4) y desde Mensakas se aporta un análisis más politizado, “estas cooperativas no son establecimientos sin ayudas públicas” (EB2), pues consideran que “son las administraciones públicas las que tienen que apostar por ti” (EB1). Una opinión compartida desde IAC “las administraciones públicas deberían ayudar a la creación de estos espacios que generan trabajo y generan derechos al mismo tiempo” (EB5).

En la actualidad, esta cuestión se mantiene, pues ninguna tiene la estabilidad asegurada como para poder pensar a medio y largo plazo, si bien la cooperativa catalana, debido a una serie de ayudas públicas vinculadas a varias concesiones del Ayuntamiento de Barcelona en el entorno de la Covid-19, se encuentra en un momento financiero algo mejor que el de la aragonesa, pero aun así se reconoce abiertamente que aún no han alcanzado “el punto óptimo” (EB2) financiero y económico como para que la cooperativa tenga garantizada su supervivencia empresarial.

Otro de los miembros de Mensakas, señala el talón de Aquiles de la “lucha por la rentabilidad”, interrogándose sobre ello: “¿dónde está la clave de todo esto? En el volumen. Claro, al principio, esta es una línea muy difícil de tirar adelante, porque hasta que no te das a conocer y consigues volumen” (EB1). Una opinión matizada desde la IAC al plantearse si la rentabilidad debe ser “estrictamente económica y no social” (EB5). No obstante, y recuperando el discurso más crematístico, por volumen se refiere al número de pedidos que se han de realizar por turnos.

⁴ Tal como se recoge en el artículo 42, Aportaciones obligatorias, de sus estatutos.

Esto explica su queja, “hasta que no consigues un número de pedidos razonables tienes que tener a alguien en ese turno, aunque solo haya un pedido, pues es una inversión en fuerza de trabajo considerable”, por lo que señala algún ejemplo de cómo deben ser las cosas, “los viernes hay más alta demanda y ahí sí puede ser rentable un turno”. Además, se atreve a hacer un cálculo de coste-beneficio, “con dos o tres pedidos por hora. Estos ya te dan un margen de rentabilidad” (EB1). No obstante, señala que en este servicio del delivery ellos son competitivos frente a las grandes plataformas de sector.

Esta capacidad de competir es refrendada por otro de los entrevistados, quien señala que, desde su incorporación contractual a la cooperativa, apenas un año después de su creación, “se ha crecido mucho (en facturación)”. Para valorar el crecimiento, hace referencia al número de vehículos de transporte disponibles, y señala que en dos años han pasado de dos bicicletas, “a las actuales diez existentes” (EB3). A modo de simple apunte, “una bicicleta de carga te cuesta alrededor de 6.000 euros (EB1).

También han crecido en servicios, “desde los que hacíamos a los que hacemos ahora, han crecido significativamente”. Una idea refrendada por el portavoz de uno de sus establecimientos colaboradores, quien opina que gracias a la colaboración con Mensakas abrieron nuevas líneas de negocio como el catering, “nosotros no lo hacíamos antes de entrar en contacto con ellos” (EB4). En este sentido de competitividad se acude a lo que [Philipp et al. \(2021\)](#) han definido como la diferenciación en el mercado.

En nuestro caso, esta distinción se basa en el uso de criterios de proximidad, ambientales y de índole social, tal como lo señala uno de los miembros de Mensakas, “les exigimos el cumplimiento de pequeñas normas sociales y demás, ¿no? O sea, nosotros nunca queríamos trabajar con grandes empresas, tipo McDonald’s, por el tipo de producto que realizan que no está dentro de nuestra línea, ¿no?” (EB2). En la misma línea el caso de Zâmpate, “los colaboradores firman un contrato con unas cláusulas muy concretas. Por ejemplo, sobre el trato con el personal en los restaurantes. El trato de los jefes con sus trabajadores debe ser adecuado, etc., para nosotros las personas están en el centro” (EZ2).

Otro de los entrevistados ahonda en este tipo de exclusiones “dijimos no a colaboraciones como el llevar la ropa de cama usada de los pisos turísticos de AirBnb” (EB3). Opinión refrendada por el portavoz de un establecimiento colaborador, “por nuestra influencia política predicamos el producto de proximidad y ecológico” (EB4). En este sentido, apunta a otro de los aspectos reseñados por [Philipp et al. \(2021\)](#), el apoyo a la localidad y la promoción del consumo de barrio, “(optamos) por un producto de proximidad hecho por gente, por ejemplo, a modo privado, o que han montado un establecimiento para salir adelante, ¿no?” (EB2). Una puesta a disposición para colaborar que recuerda la formulación de [Stocker y Takara \(2019\)](#), para quienes fomentar el sentido de comunidad aumenta su capacidad competitiva, al menos a nivel local, lo que es apoyado desde Zampate, “nos interesa lo local, el barrio, muchos de nosotros nos conocíamos previamente a la constitución de la cooperativa” (EZ3).

“No somos un algoritmo”

Vinculado a la rentabilidad del negocio, se encuentra el asunto del uso de tecnología a la hora de gestionar los repartos. En este sentido, la creatividad ha consistido en humanizar el algoritmo, de tal forma que las decisiones que se toman no sean estrictamente tecnológicas. De esto hacen buena gala ambos, “no hay ningún tipo de algoritmo. Tenemos a una persona que es el dispatcher, que es la persona que está detrás de la plataforma”. Esta persona “recibe el pedido y se lo asigna al repartidor que toque” (EB3). Evidentemente, esto se realiza en función del turno y de la carga de trabajo que tenga el repartidor. En la misma línea, otro de los socios señala que los turnos de trabajo “se regulan según una aplicación, que utilizábamos en Deliveroo, que se llama

Staffomatic” (EB1). Una propuesta idéntica a la de Zâmpate, “no somos un algoritmo, somos las personas las que gestionamos las horas de pedido” (EZ3).

Como vemos, la resistencia creativa se basa en no ser usados por el algoritmo, además de la capacidad de poder autoorganizar los tiempos, en la línea apuntada por [Sørensen y Wiksell \(2019\)](#). En este sentido, los socios comentan que “tenemos una aplicación que se llama Coopcycle, que es abierta y se ha creado en Europa, que se ha creado en París (...) para combatir todo lo que estaba sucediendo en otras plataformas” (EB2).⁵ En el caso de Zâmpate, también usan la citada aplicación. Ambas propuestas colectivas parecen corroborar lo señalado por [Frenken et al. \(2017\)](#), para quienes las cooperativas de plataforma pueden hacer un buen uso de las TIC para ampliar y contrarrestar las prácticas de las plataformas con fines de lucro, mientras se benefician de la misma tecnología.

No obstante, y a pesar de utilizar un software de código abierto, tienen algunos problemas para su financiación. “La aplicación el primer año fue gratis. Luego tienen que pagar un 2,5% de los beneficios. En la última reunión, quedaron que cada cooperativa paga 500 euros fijos al año y 2,5% de beneficios” (EZ1). En una línea similar se manifiestan desde Mensakas, “el algoritmo cuesta mucho dinero” (EB1).

Así pues, y a pesar de la existencia de ciertas quejas, podemos colegir que estas cooperativas han evidenciado el potencial uso social de las Apps., pues las utilizan para ayudarse de ellas a la hora de gestionar pedidos. En concreto, las utilizan para mejorar los tiempos de preparación, de espera y de llegada a domicilio. En definitiva, para que “el compañero que está en la calle que haga los menos kilómetros posibles. La seguridad es muy importante. Más de 3 horas en bici es un entrenamiento duro” (EZ3). Como vemos, se trata de construir una solución ética que evita la explotación del trabajo digital en la línea de lo señalado por otros investigadores ([Schneider, 2018](#)).

Condiciones laborales dignas. Trabajo digno versus explotación flexible

El último de los aspectos a analizar es la cuestión laboral, siendo en el que más se puede apreciar la resistencia creativa, pues estas cooperativas nacieron para generar puestos de trabajo dignos. Para ello, han enfrentado su propio modelo al de las grandes plataformas de pedidos, basadas en un uso claramente ilegal de la flexibilidad vehiculada a través de los (falsos) autónomos.⁶ Es decir, buscan ofrecer mejores condiciones para los trabajadores en términos de protección, beneficios, salarios justos, seguridad laboral y apoyo sindical ([Stocker y Takara, 2019](#); [Saner et al., 2019](#)), frente a las condiciones que parecen inmutables de las grandes compañías del sector.

En este sentido, la estrategia creativa se centra en aprovechar la legislación laboral, por lo que seleccionan aquellas opciones normativas más favorables, y mejorar lo estipulado por la legislación. Desde Mensakas, y a modo de ejemplo, optan por rehuir de la opción del trabajador autónomo: “no se toca para nada el Régimen especial de autónomos, no lo queremos ni oír” (EB2). Y en cuanto a las mejoras, ellos pertenecen al convenio colectivo de Correos y Transporte, pero señalan que “estamos por encima de convenio a nivel salarial”. También tratan de incorporar colectivos históricamente minusvalorados como son las mujeres, quienes cobran un 5% más que los hombres al objeto de equiparar por género la plantilla, “ya nos gustaría tener el 60-70% de mujeres, pero no llegamos” (EB2). En su apuesta por la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, su deseo es el de incrementar el sueldo.

En relación con los salarios, la media de trabajo de todos los que trabajan en la cooperativa “serían de unas 18 horas, de todos los que estamos”, esto supone “en jornada

5 Información disponible en: (<https://coopcycle.org/es/>)

6 Según sentencia del Tribunal Supremo -STS 2924/2020-.

completa, cuarenta horas, los hombres cobramos 1.080 euros y las mujeres cobran 1.144” (EB2). La negociación colectiva salarial se lleva a cabo “de forma asamblearia” (EB1). Esta gobernanza democrática está vinculada a garantizar una mayor satisfacción entre los trabajadores (Saner et al., 2019).

En Zámpace, se produce una cuestión paradójica de autoexplotación: mejores condiciones de trabajo para los asalariados que para los propios socios cooperativistas. Los asalariados cobran según convenio, pero los socios lo hacen por debajo del SMI, más el coste de la cuota del autónomo. Sin embargo, prevalecen las condiciones de trabajo, “la seguridad por delante de ese pedido. La diferencia primero las personas y luego los números” (EZ2).

CONCLUSIONES

La actual etapa del capitalismo de plataformas está suscitando mucha controversia a nivel académico. En nuestro país, y gracias a la movilización colectiva e individual por parte de los trabajadores afectados en el sector del *delivery*, se ha conseguido obtener una legislación que, emanada de los tribunales españoles, pretende garantizar sus condiciones laborales. Es por ello por lo que esta investigación se interesa por abordar otro modelo de gestión organizativa alternativo al de las grandes empresas existentes en España. Para ello nos apoyamos en el concepto de resistencia creativa y presentamos dos experiencias cooperativas (Mensakas y Zámpace) que suponen otra forma de gestionar las relaciones laborales de una forma organizada y que pretenden optimizar las mejoras introducidas por el uso de las nuevas tecnologías, como es la flexibilidad, pero sin olvidarse de los derechos sociales y laborales conquistados y legalmente exigibles y ampliarlos en la medida de lo posible.

La alternativa al capitalismo que presentan se ve caracterizada por elementos de resistencia y de creatividad: sistemas de relaciones de solidaridad, reciprocidad, autoorganización, articulación, autogestión, cooperación e inclusión, basadas en formas de gestión horizontales y participativas, no sin falta de crítica por su eficacia y lentitud, en las que tiene su cabida tanto otros movimientos sociales y sindicales (caso de la IAC en Mensakas), así como los propios consumidores y establecimientos colaboradores. Igualmente, nos hallamos ante organizaciones cuya lucha por lograr una alternativa viable y financieramente sostenible va aparejada junto al respeto de la legislación laboral y la utilización de una contratación justa y de una remuneración adecuada que sea gestionada tecnológicamente por una persona y no por un algoritmo, no sin presentar serios problemas en lo referido a lo salarial, como la autoexplotación señalada, y lo laboral, con escasa representación femenina de momento.

No obstante, esta iniciativa se enfrenta a problemas clásicos del *management* como son la búsqueda de fuentes de financiación y la lucha por conseguir el punto óptimo de beneficios y que se encuentra vinculado al volumen de negocios que son capaces de conseguir. En este sentido, la falta sobre todo de vías de obtención de ingresos vuelve su mirada hacia las administraciones públicas a las que acusan de no apoyar este tipo de iniciativas que tratan de aunar derechos laborales y condiciones dignas de trabajo en una situación en la que la precariedad está muy en el orden del día.

En definitiva, la consumación de estas experiencias de resistencia creativa está por demostrar, pues dependen en gran medida de su capacidad de encontrar un hueco en el mercado que las haga viables y rentables económicamente sin traicionar sus principios éticos, pero para revertir esa situación, se requiere mejorar la rentabilidad, y apostar por la formación de los participantes, así como mejorar la motivación (evitando huidas) y fundamentalmente mejorar la gestión empresarial (Ali et al., 2018).

FINANCIACIÓN

Esta investigación ha sido realizada en el marco del Proyecto I+D+i “Culturas Emergentes de precariedad móvil en la gig economy digital: Un estudio de caso sobre el sector de comida a domicilio en España”. PID2020-115170RB-100 financiado por MCIN / AEI. 2021-2024.

REFERENCIAS

- Abdelnour, S. y Bernard, S. (2022). ¿Qué resistencias colectivas plantan cara al capitalismo de plataformas? En S. Abdelnour y D. Méda (Coords.) *Cuando tu jefe es una app* (pp. 85-100). Pamplona: Katakarak Liburuak.
- Ali, I., Musawir, A. U., & Ali, M. (2018). Impact of knowledge sharing and absorptive capacity on project performance: the moderating role of social processes. *Journal of Knowledge Management*, 22(2). <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2016-0449>
- Alonso, L. E., y Fernández Rodríguez, C. J. (2021). El papel del consumo en la economía de plataformas: el vínculo oculto. *Revista Española de Sociología*, 30(3), a69 <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.69>.
- Alonso, L. E., y Fernández Rodríguez, C. J. (2018). *Poder y sacrificio: los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI de España.
- Alonso, L. E. y Fernández Rodríguez, C. (2013). Los discursos del management. Una perspectiva crítica. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, (28), 42-69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4638554>
- Álvarez-Hernández, G. (2017). *Economía colaborativa: El capitalismo de la multitud*. Observatorio De Las Ideas (ODLI), 51.
- Ayoub, P. M., S. J. Wallace, & C. Zepeda-Millán (2014). Triangulation in social movement research. In D. della Porta (Comp.), *Methodological Practices in Social Movement Research* (pp. 67-96). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198719571.003.0004>
- Baaz, M., Lilja, M., Schulz, M., & Vinthagen, S. (2016). Defining and analyzing “resistance”: possible entrances to the study of subversive practices. *Alternatives: Global, Local, Political*, 41(3), 137-153. <https://doi.org/10.1177/0304375417700170>
- Baum, A. (2018). *Resisting the Gig Economy: The Emergence of Cooperative Food Delivery Platforms*. OpenDemocracy. <https://www.opendemocracy.net/neweconomics/resisting-gig-economy-emer-100Conflictoyresistenciasenlasplataformasdigitalesgence-cooperative-food-delivery-platforms/>
- Bericat, M. C. (2018). *La transformación de las relaciones laborales: fundamentos teóricos de un proceso de cambio*. Universidad de Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Birchall, J. (2013). The potential of co-operatives during the current recession: theorizing comparative advantage. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 2(1), 1-22. <https://doi.org/10.5947/jeod.2013.001>
- Boltanski, L., y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo* (Vol. 13). Ediciones Akal.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Collins.

- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford University Press.
- Castro, R., Santero, R. Martínez, M. I., y Guilló, N. (2013). Impacto socioeconómico de las empresas de economía social en España. Una valoración cuantitativa de sus efectos sobre la cohesión social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (79), 35-58. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17429940002.pdf>
- Chaouali, W., Mousa, M., & Mjahed, S. (2022). Gig Economy: Is It a Poisonous Apple? an Empirical Study of Uber Drivers. In A. Gupta, T. Tewary, & B. N. Gopalakrishnan (Eds.), *Sustainability in the Gig Economy*. Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-16-8406-7_13
- Cornforth, C. (1995). Patterns of cooperative management: Beyond the degeneration thesis. *Economic and Industrial Democracy*, 16(4), 487-523. <https://doi.org/10.1177/0143831X95164002>
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York, NY: McGraw Hill.
- Derrida, J. (2005). El futuro de la profesión o la universidad sin condición (gracias a las 'humanidades', aquello que podría tener lugar mañana. En A. Dillon (Trad.), *Tom Cohen, Jacques Derrida y las humanidades*. México/Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Duggan, J., Sherman, U., Carbery, R., & McDonnell, A. (2020). Algorithmic management and app-work in the gig economy: A research agenda for employment relations and HRM. *Human Resource Management Journal*, 30(1), 114-132. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12258>
- Echevarría, J. y Gurrutxaga, A. (2015). Innovación social y culturas innovadoras. En C. Torres (Ed.), *España 2015. Situación social*. Madrid: CIS.
- Falcón-Pérez, C., y Fuentes-Perdomo, J. (2019). Mejorando el bienestar de la sociedad a través del cooperativismo de plataforma. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (95), 161-190. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.95.12655>
- Fernández Rodríguez, C. J., Ibañez, R., y Romero, P.M. (2021). *Sociología de las organizaciones económicas*. Madrid: Síntesis.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2022). *Cadenas, redes y algoritmos*. Madrid: Editorial Catarata.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2007). *Vigilar y organizar. Una introducción a los Critical management Studies*. Madrid. Siglo XXI.
- Fernández-Trujillo, F., & Betancor, G. (2022). The mobilisation of food delivery gig economy workers (riders). *Capital & Class*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/03098168221131687>
- Fernández-Trujillo, F. (2020). Conflicto y resistencias en las plataformas digitales: el caso de las cooperativas de reparto de comida y mensajería. En A. Álvarez-Benavides, F. Fernández-Trujillo Moares, A. Sribman Mittelman, y A. E. Castillo Patton (Eds.), *Acción colectiva, movilización y resistencias en el siglo XXI* (Vol. 1, pp. 85-102).
- Fernandez, A. y Soliña, M. (2020). The Algorithms is not My Boss Anymore: Technological appropriation and (new) media strategies in Riders x Derechos and Mensakas. *Contracampo – Brazilian Journal of Communication*, 39(1), 65-83. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i1.38404>
- Frenken, K., Waes, A. van, Smink, M., & Est, R. van (2017). *A fair share: Safeguarding public interests in the sharing and gig economy*. Rathenau Instituut.

- Fusch, P., Fusch G. y Ness, L.R. (2018). Denzin's Paradigm Shift: Revisiting Triangulation in Qualitative Research. *Journal of Social Change*, 10(1), 19-32. <https://doi.org/10.5590/JOSC.2018.10.1.02>
- Fuster, M., Espelt Rodrigo, R., y Renau Cano, M. (2021). Cooperativismo de plataforma: Análisis de las cualidades democráticas del cooperativismo como alternativa económica en entornos digitales. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (102), 5-31. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.102.18429>
- García Jané, J. (2016). La economía del futuro debe ser social y solidaria. *Oikonomics* [en línea]. Noviembre 2016, no. 6, pp. 56-63. ISSN: 2339-9546.: <https://doi.org/10.7238/o.n6.1607>
- García Jané, J. (2013). Economía solidaria: otra economía para otro desarrollo. En: *Retos y futuro del desarrollo económico local* (pp. 185-194). Madrid: Red de Entidades para el Desarrollo Local.
- Grey, C., & Willmott, H. (2005). *Critical Management Studies: A Reader*. Oxford University Press.
- Grohmann, R. (2021). Rider Platforms? *South Atlantic Quarterly*, 120(4), 839-852. <https://doi.org/10.1215/00382876-9443392>
- Grohmann, R., y Qiu, J. (2020). Contextualizando o trabalho em plataformas. *Contracampo, Niterói*, 39(1). <https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i1.42260>
- Healy, J., Nicholson, D., & Pekarek, A. (2017). Should we take the gig economy seriously? *Labour & Industry: a journal of the social and economic relations of work*, 27, 1-17. <https://doi.org/10.1080/10301763.2017.1377048>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M.P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Inglada, E., Sastre, J., y Villaroya, B. (2015). El cooperativismo en la educación. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (118), 122-147. https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2015.n118.49059
- Jonathan, D., & Akkerman, A. (2022). Commitment issues? Analysing the effect of preference deviation and social embeddedness on member commitment to worker cooperatives in the gig economy. *Economic and Industrial Democracy*. <https://doi.org/10.1177/0143831X221101425>
- Köhler, H-D. (2020). Las relaciones laborales en la economía de plataformas. *Sociología del Trabajo*, (96), 23-33. <https://doi.org/10.5209/stra.69928>
- Koefoed, M., (2018). *The art of enacting the impossible: A conceptual, empirical and methodological exploration of constructive resistance by the Kurdish movement in Turkey*. University of Gothenburg.
- Langmead, K. (2016). Challenging the degeneration thesis: The role of democracy in worker cooperatives?. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 5(1), 79-98. <https://ssrn.com/abstract=2920640>
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin. <https://doi.org/10.5040/9781849662505>
- Lisdero, P. (2012). La guerra silenciosa en el mundo de los Call-Centers. *Papeles del CEIC, International Journal on Collective Identity Research*.

- Longhurst, R. (2010). Semi-structured interviews and focus groups. In N. Clifford, S. French, & G. Valentine (Eds.), *Key methods in geography* (pp. 103-115).
- Mieruch, Y., & McFarlane, D. (2022). Gig Economy Riders on Social Media in Thailand: Contested Identities and Emergent Civil Society Organisations. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*.
<https://doi.org/10.1007/s11266-022-00547-7>
- Montgomery, T., & Baglioni, S. (2021). Defining the gig economy: platform capitalism and the reinvention of precarious work. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 41 (9-10), 1012-1025. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2020-0400>.
- Moral-Martín, D., Pac Salas, D., y Minguijón, J. (2022). *Resistencia creativa: una alternativa organizativa viable en el actual capitalismo de plataformas*. Editorial Dykinson. [en prensa].
- Ness, I. (Ed.). (2022). *The Routledge Handbook of the Gig Economy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003161875>
- Neal, L., y Cameron, R. (2016). *Historia económica mundial: Desde el Paleolítico hasta el presente*. Madrid: Alianza Editorial.
- Orhan, M., Khelladi, I., Castellano, S., & Singh, S (2022). Work experience on algorithm-based platforms: The bright and dark sides of turking, *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121907>
- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2016). *Platform Revolution*. New York: W. W. Norton & Company.
- Pérez-Chirinos, V. (2017). Lo que el caso Deliveroo puso sobre la mesa: autónomos y acción colectiva. *Arxius de Ciències Socials*, (36-37), 123-132.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6431789>
- Pesole, A., & Urzi, C. y Macias, E.& González, I. y & Biagi, F. (2018). *Platform Workers in Europe. Evidence from the COLLEEM Survey*. Publications Office of the European Union.
<https://doi.org/10.2760/742789>
- Philipp, P., Hermes, S., Schreieck, M. & Böhm, M. (2021). Challenges and success potentials of platform cooperatives: insights from a multiple case study". *ECIS 2021 Research Papers*. 74. https://aisel.aisnet.org/ecis2021_rp/74
- Precht, R. D. (2022). *Cazadores, pastores, críticos. Una utopía para la sociedad digital*. España: Ned Ediciones.
- Ravanelle, A. (2020). *Precariedad y pérdida de derechos. Historia de la economía gig*. Madrid: Alianza Editorial.
- Renau-Cano, M., Morell, M. y Espelt, R. (2021). *Democratizando la economía de plataforma*. *Oikonomics*. <https://doi.org/10.7238/o.n15.2102>
- Riesco-Sanz, A. (2020). Empresas evanescentes. Falsos autónomos y cooperativas de trabajo asociado en la industria cárnica. En A. Riesco-Sanz (Ed.), *Fronteras del trabajo asalariado* (pp. 41-74). Madrid: Libros de la Catarata.
- Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Rosenblat, A. (2021). *Uberland. Cómo los algoritmos están reescribiendo las reglas del trabajo*. España: Nola Editores.

- Sabeel Rahman, K. y Thelen, K. (2019). The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism. *Politics & Society*, 47(2), 177-204. <https://doi.org/10.1177/0032329219838932>
- Saner, R., Yiu, L., & Nguyen, M. (2019). *Platform Cooperatives: The Social and Solidarity Economy and the Future of Work*. Presented at UNTFSSSE International Conference in Geneva.
- Shibata, S. (2020). Gig Work and the Discourse of Autonomy: Fictitious Freedom in Japan's Digital Economy. *New Political Economy*, 25(4), 535-551. <https://doi.org/10.1080/13563467.2019.1613351>
- Schneider, N. (2018). An Internet of ownership: Democratic design for the online economy. *The Sociological Review*, 66(2), 320-340. <https://doi.org/10.1177/0038026118758533>
- Scholz, T. (2016a). *Überworked and Underpaid: How Workers Are Disrupting the Digital Economy*. London: Wiley.
- Scholz, T. (2016b). *Platform cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy*. Rosa Luxemburg Stiftung.
- Scholz, T., & N. Schneider (2016). *Ours To Hack and Own: The Rise of Platform Cooperatives*. New York/London: OR Books. <https://doi.org/10.2307/j.ctv62hfg7>
- Schor, J. B., & Cansoy, M. (2019). *The sharing economy*. In: F. F. Wherry, & I. Woodward, *The Oxford Handbook of Consumption* (pp. 1-26). New York: Oxford University Press.
- Sørensen, M., & Wiksell, K. (2019). Constructive resistance to the dominant capitalist temporality. *Sociologisk Forskning*, 56(3-4), 253-274. <https://doi.org/10.37062/sf.56.18802>
- Schou, P. K., & Bucher, E. (2022). Divided we fall: The breakdown of gig worker solidarity in online communities. *New Technology, Work and Employment*, 1-21. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12260>
- Schumpeter, J. A. (1994). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Routledge.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Stiglitz, J. (2009). Moving beyond market fundamentalism to a more balanced economy. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80(3), 345-360. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8292.2009.00389.x>
- Stake, R. E. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Stocker, A., & M. Takara (2019). *Evaluating the Potential of Cooperative Ridesourcing: A Case Study of Arcade City in Austin, Texas*. Sustainable Economies Law Center.
- Tirole, J. (2017). *La economía del bien común*. Barcelona: Taurus
- UGT (2019). *El trabajo en las plataformas digitales de reparto*. Estudios, 1.
- Vallés, M.S. (2009). *Entrevistas Cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Vandaele, K. (2018). *Will trade unions survive in the platform economy?* Brussels: ETUI Working Paper 2018.05.
- Wiksell, K. (2020). Worker cooperatives for social change: knowledge-making through constructive resistance within the capitalist market economy. *Journal of Political Power*, 13(2), 201-216, <https://doi.org/10.1080/2158379X.2020.1764803>

- Wilkinson, A., Dundon, T., Mowbray, & Brooks, S.(eds.) (2022). *Missing Voice? Worker Voice and Social Dialogue in the Platform Economy The Future of Work and Employment series*. Elgaronline. <https://doi.org/10.4337/9781839105548>
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks (Vol. 5). London, New Delhi: Sage Publications, Applied Social Research Methods Series.
- Yun, A. (2023). Transportation workers' mobilization against the gig economy. En E. Ness (Ed.), *Platform Labour and Global Logistics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003351764-13>
- Zhou, Y., & Pun, N. (2022). Affording worker solidarity in motion: Theorising the intersection between social media and agential practices in the platform economy. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448221130474>