

EJE DE FORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN

MONOGRAFÍA

Las prácticas de la Economía Colaborativa y su relación con el Diseño en Medellín

Por:

Georgina Arcila Hoyos

Asesor:

Margarita María Cruz Amaya

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL

MEDELLÍN – ANTIOQUIA

2018

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
2. JUSTIFICACIÓN.....	6
3. MARCO CONCEPTUAL.....	7
3.1 El Diseño Industrial según el ICSID.....	7
3.2 Primeras formas de intercambio	7
3.3 El surgimiento de la Economía Colaborativa.....	12
3.4 El impacto de la economía colaborativa en los entes de regulación.....	12
3.5 Caracterización de la Economía Colaborativa.....	13
3.5.1 La recirculación de bienes.....	15
3.5.2 El intercambio de bienes y servicios	16
3.5.3 La optimización del uso de activos.....	16
3.5.4 Construcción social de finanzas.....	17
3.5.5 La producción contributiva o conocimiento abierto:	18
3.6 LETS – Un sistema de carácter local que reúne y materializa todas las manifestaciones de la Economía Colaborativa.....	19
3.7 Economía Colaborativa en América Latina.....	22
3.8 Otras facetas de la Economía Colaborativa.....	23
4. OBJETIVOS.....	26
4.1 General.....	26
4.2 Específicos.....	26
5. RUTA METODOLOGICA.....	26
6. CARTOGRAFÍA.....	27
6.1 Turbo Boy.....	27
6.2 Rappi.....	28
6.3 Col Y Flor.....	28
6.4 Café Cliché.....	29

6.5 Hogar de Alicia.....	29
6.6 Graffitour.....	30
6.7 Bancos de Tiempo en Belén, Altamira y Carlos E.....	30
6.8 Catfesito.....	31
6.9 New Hearts Café.....	31
6.10 Café Revolución.....	31
6.11 Red de Huerteros.....	32
6.12 Elite Max Nutrition S.A.S.....	33
6.13 ESNATOS.....	33
7. ANÁLISIS.....	34
7.1 Categorías iniciales.....	34
7.1.1 La recirculación de bienes.....	34
7.1.2 El intercambio de bienes y servicios.....	34
7.1.3 La optimización del uso de activos.....	34
7.1.4 Construcción social de finanzas.....	34
7.1.5 La producción contributiva o conocimiento abierto.....	34
7.2 Nuevas categorías encontradas en la construcción de cartografía...35	
7.2.1 La construcción de conexiones sociales.....	35
7.2.2 Organizaciones de comercio justo.....	35
7.2.3 Las ventas colaborativas.....	35
8. CONCLUSIONES.....	39
9. ANEXOS.....	44
10. BIBLIOGRAFÍA.....	56

INTRODUCCIÓN

Desde los comienzos de la civilización, el hombre ha buscado maneras de intercambio y beneficio mutuo, ligado a su condición social y de supervivencia. Esta característica continúa presente en la actualidad y toma forma con la economía colaborativa, que en sus clasificaciones abarca las diferentes formas solidarias que ha ido adoptando la sociedad para suplir sus deseos y necesidades. En las prácticas de la Economía Colaborativa se encuentra un gran potencial para el diseño, que busca permanentemente la recursividad y la mejora en la calidad de las actividades humanas. Estas características brindan al diseño la posibilidad de incluir a los diferentes grupos sociales, además de herramientas para apoyar la sostenibilidad, los servicios participativos y la vida en sociedad.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los sistemas de Economía tradicionales referentes al capitalismo, suelen tener ciertas características que los hacen excluyentes con ciertos grupos de personas, que por lo general son de recursos económicos limitados. Algunas de estas características son la privatización, los monopolios, la competitividad, los líderes empresariales, el consumo masivo y el uso del dinero como recurso principal. Además, al incitar a las personas a consumir objetos masivamente y crear nuevas necesidades, están contribuyendo a la generación de contaminación y desechos para el ecosistema. Por ejemplo, cuando se presenta el efecto “dumping”, o competencia desleal, en donde las empresas hacen una radical disminución de precios, incluso más que lo que les cuesta fabricar los productos, para poder alcanzar una monopolización y derribar a la competencia. Este fenómeno se da sobre todo cuando las empresas quieren entrar en un mercado exterior, así que entran con bajos precios y ponen en desventaja a sus competidores. El efecto dumping es ilegal, pero suele suceder en sistemas como el capitalista actual. Otro claro ejemplo es cuando se evidencia el “fast fashion” o moda rápida, que es cuando grandes empresas de confección como Zara, H&M, entre otros; generan una producción masiva de prendas textiles con materiales económicos y de baja calidad, con el fin de aprovechar las tendencias de moda efímeras y poder vender grandes cantidades a precios muy razonables para los compradores. Esto genera desechos nocivos para el medio ambiente y también, algunas de las empresas que practican estas modalidades suelen tener como empleados a personas que trabajan mucho por muy poco pago, o que lo hacen en condiciones inadecuadas como espacios pequeños, condiciones pésimas de salubridad, en donde no se les reconocen servicios de salud, entre otros, aceptando cualquier propuesta debido a la constante búsqueda del dinero o moneda acordada, que les permite consumir. Al tratar de conseguir estos recursos limitados, en ocasiones las personas olvidan que tienen muchos otros recursos diferentes a los económicos, como saberes y conocimientos previos, objetos que no utilizan, espacios desaprovechados, herramientas subutilizadas, entre otros.

2. JUSTIFICACIÓN

Es importante abordar el presente trabajo, ya que en la Economía Colaborativa se pueden encontrar diversas formas para que el diseño ayude a las personas vulnerables a optimizar otros recursos inexplorados, diferentes a la acumulación de capital y el dinero. Además, brinda herramientas al diseño para contribuir en contrarrestar los efectos del sistema capitalista en los menos beneficiados y en el medio ambiente. La Economía Colaborativa es un modelo a seguir para las prácticas del Diseño Industrial, y para replantear el sistema de intercambio del mismo, que consiste básicamente en el dinero. También, va de la mano con la filosofía de los diseñadores, que consiste en ayudar a mejorar la calidad de vida de la sociedad y su bienestar en general.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 El Diseño Industrial según el ICSID

El ICSID, organización que reúne todos los participantes de la disciplina del Diseño como gremio, define el Diseño Industrial como una “actividad intelectual, técnica, creativa y proyectual que permite soluciones objetivas por medio de la producción de objetos, generación de estrategias, experiencias, servicios, entre otros. Es un mediador entre las necesidades de los usuarios y las industrias y siempre prima el respeto humano y medio ambiental.”

3.2 Primeras formas de intercambio

Desde los comienzos de la civilización, el hombre ha practicado diferentes formas de intercambio para sobrevivir y compartir en comunidad. En la época de la prehistoria, se practicaba el mutualismo y cooperativismo, en donde los primeros grupos humanos se reunían para cazar, se asignaban roles y asumían una responsabilidad frente al resto de los participantes del grupo, que también debían cumplir con sus labores para poder generar intercambios. Posteriormente, en la época del neolítico, con los inicios de la actividad productiva, que consistía principalmente en la agricultura y la ganadería, se comenzó a generar excedente, dando lugar al trueque; que consistía en el intercambio directo de bienes y servicios entre las personas, y adquiría valor directamente con la cantidad de unidades físicas. Por ejemplo, diez unidades físicas de un producto equivalían a cinco de otro. No obstante, la relación de intercambio de unos productos con otros no siempre era constante, debido a que había variables como la escasez de un producto, su calidad o la novedad del mismo en la región.

El excedente es la parte de la producción que sobra y que no se necesita consumir. Cuando alguien dispone de excedente, puede intercambiarlo por algún producto que otro posea, y que tampoco necesite. En la prehistoria, cuando los hombres simplemente cazaban para sobrevivir y recolectaban alimentos e instrumentos, casi no se producía excedente. Además, por las características de estos productos, los excedentes no se hubieran podido almacenar

en ese entonces; pues eran restos de animales y alimentos que no duraban mucho tiempo almacenados; pero desde las primeras actividades productivas mencionadas, correspondientes al neolítico, el excedente permitió generar un intercambio de productos para beneficiar las diferentes partes.

Este sistema de intercambio tenía algunos problemas, pues no siempre una persona necesitaba de lo que el otro disponía. Por ejemplo, si un artesano de zapatos quería comprar carne, debía encontrar un carnicero que necesitara zapatos, o averiguar qué necesitaba el carnicero para poder conseguirlo con lo que el producía (zapatos), y luego ofrecérselo para el trueque. Además, era impreciso determinar el valor exacto de los productos a intercambiar, pues había bastantes variables que además dependían del valor simbólico y sentimental que cada persona le diera a sus bienes y servicios; pues no siempre se consideraba igual de valioso algo para todas las personas involucradas en el intercambio.

Como elemento intermedio para facilitar los intercambios, se eligió el trigo y el ganado. Estos bienes de referencia reunían algunas características principales: eran aceptados por la mayoría de los hombres y eran muy útiles. Los objetos que funcionaban como bienes de intercambio fueron haciéndose cada vez más pequeños y fácilmente manipulables: collares hechos con caracoles o caparazones, cocos, bolsitas con sal, etc. A medida que los intercambios de los productos se fueron llevando a cabo entre diversas personas y lugares distantes, para facilitar las operaciones se empezaron a utilizar ciertos artículos de pequeño tamaño; pero de valor significativo y de fácil manejo. Entre estos artículos estaba la plata, la misma que inicialmente se utilizaba para fabricar útiles de uso cotidiano como jarrones, vasos, cucharas, entre otros. Con el tiempo este metal fue perdiendo su cualidad como materia prima de artículos y se fue convirtiendo en una unidad de valor abstracto, independiente del valor que representaba anteriormente.

Hacia el año 300 a.C, en Asia se empezaron a utilizar como bienes intermedios para los intercambios las barras de plata y oro. También se usaban otros metales como el cobre, el bronce y el hierro. Sin embargo, se prefería el oro y la plata, debido a variables como su escasez (que los hacía valiosos) y la dificultad para falsificarlos. Además, era fácil almacenarlos sin que se oxidaran. Según el historiador griego Herodoto, las primeras monedas metálicas surgieron en el Asia Menor, en el siglo VII a.C.

Fueron estos algunos de los antecedentes que dieron cabida al dinero como símbolo de valor oficial acordado socialmente. Estos cambios fueron surgiendo como una necesidad para facilitar las operaciones comerciales entre las personas. Los árabes y musulmanes utilizaban las letras de cambio desde el siglo X. Estas letras surgieron porque en diferentes lugares se utilizaban distintas monedas, pero con estos documentos se garantizaba que una persona pudiera cobrar una deuda en un lugar lejano con la moneda de su lugar de residencia, por un equivalente a la moneda del lugar en donde se había realizado la venta.

Posteriormente, en el Siglo XV, se dio origen al cheque, por medio de los billetes a la orden u órdenes de pago que surgieron en Europa. Esto evitaba que las personas tuvieran que transportar el dinero físicamente por donde circularan, lo que les permitió comerciar con mayor seguridad, mientras el dinero real se encontraba guardado en un banco. Quien recibía el cheque tenía el derecho de retirar el dinero cuando deseara.

A partir del Siglo XVI se generalizó el uso de las monedas de plata, debido a la gran cantidad de este material extraído de las minas americanas. Posteriormente, a finales del Siglo XVIII surgió el papel moneda o billete, que era fabricado por el Estado. Su aceptación fue un proceso que llevó a cabo bastantes esfuerzos, pues ningún comerciante podía exigir el pago en oro o plata; porque debía aceptar el billete de curso legal.

A medida que surgió el dinero se fueron estableciendo algunas reglas para su manejo, para evitar los conflictos y mal entendidos, como el que fuera de reconocimiento general y acordado, y que fuese de control oficial. Se procuró asimismo que fuera representativo de valores reales, es decir, si se contaba con billetes de cierto valor, era necesario que se contara con artículos de ese mismo valor. (Entre los artículos utilizados de respaldo estaban el oro y la plata).

Aunque el símbolo de intercambio ha presentado una gran evolución, en el presente aún se practican diferentes formas de trueque. Para mencionar algunos ejemplos en Colombia, se tiene en cuenta aquel realizado por la población indígena y mencionado en el artículo “Colombia: El trueque, una práctica de Buen Vivir” escrito por Susan Abad aproximadamente en el año 2015.

“La población indígena practica el trueque como mecanismo de auto sostenibilidad y de soberanía alimentaria” (Abad, 2015). A continuación, algunos ejemplos que dan cuenta de la actividad.

“Yo me recuerdo cuando estaban mis papás, que subían gente de lo caliente (zonas cálidas), que le llamábamos calentanos, y traían la panela, el plátano, cambiábamos con papa, con repollo, con queso, en la vereda de Ecuaré” afirma Lucina Caldón el 17 de Marzo de 2013, quien junto a su marido y dos de sus siete hijos vive en el resguardo indígena Puracé, y que a sus 66 años es una entusiasta participante de la actividad del trueque y cada dos meses organiza la Asociación de Cabildos Genaro Sánchez Zona Centro del departamento suroccidental del Cauca.

La abogada investigadora arhuaca Belkis Izquierdo califica esta práctica como “una estrategia económica propia y acción fundamentada en el ejercicio colectivo que se convierte en un mecanismo de auto sostenibilidad y soberanía alimentaria.” (Abad, 2015). Este ejercicio fue reactivado por iniciativa de las comunidades en esa zona sur de Colombia en el año 2003, y se fortaleció en el año 2009 gracias a la orientación de la Asociación de Cabildos Genaro Sánchez Zona Centro y la OONU para la Alimentación y Agricultura, dentro de su proyecto “Integración de ecosistemas y adaptación al cambio Climático en el Macizo Colombiano” desarrollado entre el 2008 y 2010.

Ricardo Manzano del pueblo Kokonuco (30km al sureste de Popayán) y coordinador del trueque en su población explica que su “estructura está conformada por alrededor de 22,000 habitantes de 10 cabildos indígenas distribuidos en los municipios de Popayán, Puracé y El Tambo. Tenemos los resguardos de Puracé, Kokonuco y Paletará, Quintana, Poblazón, Julumito, Chapas, Alto del Rey y Guarapamba”. Al comenzar solo 150 personas intercambiaban productos, pero hoy ya son entre 600 y 1,500 indígenas que se reúnen cada dos meses para esta actividad.

“El crecimiento de la participación ha originado una organización poderosa para el evento. Se inicia con una proyección sobre el número aproximado de personas que asistirán al evento, y el número de productos que se deben llevar, para que haya equilibrio y la comida se pueda redistribuir, sin que a nadie le sobre o falte producto.” Exclamó Manzano.

“Por fortuna tenemos distintos pisos térmicos, desde los 3,800 m hasta los 1,000 m sobre el nivel del mar. Esto nos permite tener una gran variedad de productos.” Es así como los participantes de las zonas cálidas acuden con panela, plátano verde y maduro, yuca, naranja, chontaduro y piña, los cuales son productos muy cotizados por los habitantes de climas fríos, que los cambian por papa, cebolla, leche, quesos y fresas.

Este proceso, “además de recuperar una costumbre ancestral, también permite a los indígenas tener un mejor nivel de vida, mantener sus estructuras tradicionales, avanzar en los modelos de economía propia, así como consumir alimentos que en muchos de los casos – y cada vez con más frecuencia – son cultivados de forma orgánica, que fortalece el proceso de alimentación y por ende redundan en una mejor salud” (SERVINDI, 2015).

Otro ejemplo de la Economía Solidaria en Colombia es el llevado a cabo por los campesinos y ciudadanos colombianos en mayo de 2016, al cual asistieron 850 personas. La idea era intercambiar objetos valiosos que las personas de la ciudad ya no utilizaran, por alimentos frescos trabajados por los campesinos. Este evento se llamó el Festival Monte Luna y se llevó a cabo en el polideportivo de Choachí (Cundinamarca). Aquí se intercambiaron naranjas, zanahorias, papas, yucas, huevos, habichuelas, arvejas, entre otros; por licuadoras, ollas, instrumentos musicales, libros, juguetes, ropa, lámparas, celulares, entre otros.

“Sin duda, fue un día mágico para Colombia, en el trueque revivimos el pasado, seguimos el ejemplo de nuestros ancestros habiendo comercio sin la intervención del dinero, y no solo se intercambiaron objetos por alimentos, se intercambiaron abrazos, saludos, saberes y energía, se crearon nuevas conexiones que son acciones significativas para construir paz.” Afirma la Organización “Yo Creo en Colombia”.¹

Es importante tener presente estas alternativas de trueque a la hora de enfrentarse a la situación económica actual, ya que a estos siempre se puede acudir como “salida de emergencia” a la necesidad y quietud económica. Se puede optimizar lo que ya se tiene, sin olvidar las raíces, como alternativa de recursos diferentes al dinero.

¹ **Asociación Yo Creo en Colombia:** Fundada en 1999. Organización privada líder en Colombia y modelo en

3.3 El surgimiento de la Economía Colaborativa

A menudo se presentan momentos en la historia en los que las personas alrededor de todo el mundo muestran inconformidad frente al manejo de la economía por parte de las autoridades, la sociedad y la forma de gobernar. Es allí cuando se comienzan a exigir cambios, buscando nuevas formas de solucionar los modelos que han generado a lo largo del tiempo cierta inequidad y por ende, crisis.

Después de la crisis económica inmobiliaria de 2008 – 2011, muchos países a nivel global quedaron casi en quiebra, con economías débiles y altos índices de desempleo. Como resultado de esta situación, entre el 2011 y 2012, diferentes manifestaciones tuvieron lugar en ciudades importantes como Nueva York, Roma, Madrid, Sídney y Londres, además del mundo árabe.

Pese a que las exigencias y quejas variaban de un país a otro, había ciertas similitudes. Entre ellas destacaban las relacionadas con el sistema económico; reclamando que este era inequitativo e injusto, y que estaba fracasando. Joseph Stiglitz, economista norteamericano, explica que había tres motivos que hacían eco mundialmente: “los mercados no estaban funcionando ya que no eran eficientes ni estables, el sistema político no había corregido los fallos del mercado, y, por último, que los sistemas económico y políticos eran injustos” (2012).

Cuando la sociedad se vio enfrentada a la crisis mencionada, algunos grupos o sociedades comenzaron a tomar conciencia de lo que estaba sucediendo y a buscar la optimización de recursos que no estaban siendo explotados, y comenzaron a generar empleos que podían surgir de la crisis misma como una oportunidad. Por ejemplo, se empezaron a emplear conocimientos para generar una economía más inteligente, optimizadora de recursos, sostenible, integradora, que mejorara y aportara a la cohesión social y la productividad. Estos proyectos retomaban la historia de los antepasados y recurría nuevamente al trueque y al intercambio de bienes y servicios.

3.4 El impacto de la economía colaborativa en los entes de regulación

La revista Time realizó una publicación en el 2010 que señalaba que la economía y el consumo colaborativo forman parte de las “10 ideas que cambiarán al mundo.” Datos del PWC (Private Waterhouse Coopers, red de firmas en 157 países comprometidas con la entrega de calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría) afirman que “la región más proclive a utilizar los servicios derivados de la Economía Colaborativa es Asia, con una participación de consumo de 78%, seguida de América Latina y Medio Oriente, con 70% dejando en tercer lugar a Europa y Norte América con un 52%.”

Esta economía ha traído consigo unos retos regulatorios como consecuencia de su naturaleza disruptiva, pues su crecimiento económico exponencial ha generado que los instrumentos y entes de regulación se vean rebasados, llevando a una preocupación latente y constante de incertidumbre regulatoria. Las grandes empresas de la Economía Colaborativa, como Uber y Airbnb han tenido que luchar contra acusaciones de competencia desleal o de quebranto a las regulaciones actuales, ya que “ni los sectores tradicionales de la economía, ni los gobiernos están preparados para esta ola de innovación” (Máynez y Gutiérrez, 2016)

El director general adjunto del Instituto Mexicano para la Competitividad, Manuel Molano, señala que “las acciones de los gobiernos y reguladores pueden dañar el funcionamiento de la economía al poner limitaciones innecesarias a la innovación, a la investigación y al desarrollo.” (Citando a Máynez y Gutiérrez, 2016). Además, propone que se comiencen a diseñar esquemas regulatorios ideales que superen las barreras rígidas y destructivas que deriven en la inviabilidad de estos nuevos negocios.

La Economía Colaborativa no busca destruir un sistema, ni tampoco terminar con los derechos y principios básicos ya otorgados en el marco legal y regulatorio que protege a los ciudadanos, sino que busca ofrecer alternativas y soluciones para mejorar la calidad de vida de los mismos, y este es un mensaje que se debe posicionar para reducir las limitantes previamente mencionadas.

3.5 Caracterización de la Economía Colaborativa

Carmen Valor Martínez, 2014 (Universidad Pontificia de Comillas, Madrid. Doctora y licenciada en Ciencias de la Información, acreditada en Ciencias Económicas y Empresariales y en Negocios y Comunidad.) denomina “Economía Colaborativa” a un nuevo modelo de intercambio económico basado en tres principios fundamentales que son: La interacción entre el productor y consumidor que se comunican permanentemente; la conexión entre pares por medio de las tecnologías principalmente digitales, y la colaboración; entendiéndose esta según la RAE como el “trabajo con otra u otras personas en la realización de una obra”.

Las dimensiones de este modelo se extienden tanto en la producción, la financiación y el consumo; y pareciera que detrás de estas iniciativas económicas hay emprendedores individuales, más que grandes empresas o corporaciones. Además, se evidencian objetivos diferentes a los de la economía actual, basados en la creación de lazos sociales, el fortalecimiento de las redes, la reducción de la huella ecológica, el dar un fácil acceso económico o incluso gratuito a bienes y servicios, y, por ende, facilitar oportunidades y accesos. Estos objetivos se basan en la democratización, la cooperación, teniendo en cuenta factores como la localización, la cohesión social, el desarrollo de capacidades individuales y comunitarias, y el empoderamiento tanto individual como comunitario.

“La base de estas iniciativas tiene una estrecha relación con una de las prácticas antiguas del hombre: el trueque.” Afirma Carmen Valor. La diferencia entre esta práctica en el pasado y el presente es la escala, pues gracias a los avances tecnológicos el intercambio o trueque ha tenido la posibilidad de volverse global, y se reducen muchos costos de transacción asociados. Adicionalmente, coincide con una sociedad que ya no se satisface lo suficiente con poseer cantidad de bienes, sino que le basta con simplemente utilizarlos. Como lo plantea Carmen Valor, esta forma de economía se basa en el principio antiguo del trueque, pero lo que la diferencia es que, en el presente, el entorno digital permite crear estas relaciones entre extraños y a grandes distancias.

Según Juliet Schor, 2014 (profesora de sociología en el Boston College. Con estudios en consumismo, trabajo, relaciones entre el trabajo y la familia, problemas de las mujeres e inequidad económica en la Universidad de Massachusetts, entre otros.) La Economía Colaborativa permite tener acceso a mayor cantidad y variedad de bienes, trabajar menos

horas, comenzar nuevos caminos profesionales, crear empresas y poder vivir una vida con menor impacto ambiental. Según Schor, el consumo colaborativo es atractivo por tres razones. En primer lugar, incluye en su actividad económica desde los consumidores y productores, hasta los intermediarios. “Es una forma de vivir mejor, compartiendo, demandando menos dinero; reduciendo los porcentajes de desempleos e ingresos estancados.” Afirma Schor. En segundo lugar, se refiere a lo ecológico. Esta economía se basa en cosas simples como compartir un transporte, reutilizar algo que para otro ya no tenía un fin y hasta reducir los desechos. Por último, es una alternativa que permite conocer nuevas personas, hacer amigos y expandir las redes sociales.

A partir de estas autoras se sugieren 5 categorías para definir la Economía Colaborativa, que incluyen y reúnen las situaciones en las que se identifica un beneficio por parte de dos o más participantes, sin necesariamente requerir el intercambio de dinero.

3.5.1 La recirculación de bienes:

Consiste básicamente en el intercambio de bienes tangibles que ya han sido previamente utilizados por alguna persona o entidad, y que se busca darles un nuevo uso. Se apoyan en alguna herramienta como una plataforma Online o aplicación, aunque también se realizan encuentros físicos, que permiten crear conexiones entre diferentes personas o entidades, con el fin de identificar quiénes necesitan lo que otros tienen, y viceversa. Esto se hace con el fin de reducir el consumismo, conseguir objetos sin necesidad de involucrar el dinero, disminuir la contaminación y la acumulación de objetos que no se usan.

Esta categoría es claramente representada por *Ebay*² y *Craig's List*³ (1995) páginas que consiguieron que los consumidores pudieran intercambiar productos como

² El mayor centro de compra y venta en Internet. Un lugar en el que se reúnen compradores y vendedores para intercambiar casi cualquier tipo de bien. También, el vendedor puede poner un precio fijo u ofrecer su bien a modo de subasta.

³ Sitio web de anuncios clasificados con secciones dedicadas al empleo, vivienda, contactos personales, ventas de ítems, servicios, comunidad, conciertos, hojas de vida y foros de discusión, entre otros. Fundada en 1995 por Craig Newmark.

juguetes, DVD's ropa, libros, maquillaje, etc. que ya habían sido utilizados, directamente con otros usuarios de las mismas plataformas.

3.5.2 El intercambio de bienes y servicios:

En esta categoría se intercambian bienes tangibles o intangibles, de forma igualitaria. Es decir que a los bienes se les da cierto valor, y el intercambio debe comprender un acuerdo para que ambas partes reciban equitativamente.

Los bancos de tiempo son un gran ejemplo de esta categoría, pues son una organización sin ánimo de lucro, en donde los miembros intercambian servicios valorados de forma equitativa o igualitaria. Por ejemplo, una hora de masajes intercambiada por una hora de enseñanza de un idioma. Otro ejemplo es el de la Red de Huerteros de Medellín, en donde los participantes o voluntarios tienen su propia huerta en casa, pero como suele ser pequeña y no pueden cultivar en ella todo lo que desean, entre ellos intercambian los productos que les hacen falta.

3.5.3 La optimización del uso de activos:

Consiste en el aprovechamiento de un mismo bien por diferentes personas o entidades, que no necesariamente deben comprarlo o poseerlo. Generalmente alguien posee el bien y lo alquila o presta a otros que solo lo necesitan por un corto período de tiempo, no pueden o no desean comprarlo, no tienen espacio para tenerlo, entre otras razones. Aquí no se da una relación directa de trueque, porque el bien no se intercambia como tal, lo que se varía es la persona que da un uso.

Se puede ver un ejemplo en los sistemas de coches compartidos. Una de las empresas que representa esto es Zipcar, fundada por Robin Chase, que alquila vehículos por cortos períodos de tiempo, con el fin de reducir la cantidad de compra de vehículos, y, por ende, un mejoramiento para el medio ambiente al

reducir la huella de carbono; además de brindar la posibilidad a la comunidad de utilizar un auto que no necesariamente debe pertenecerle.

Otro ejemplo es el aprovechamiento de activos como tierras o casas, que no se están usando en su totalidad y se puede alquilar una parte, como un garaje, una habitación, un jardín, una cocina, etc. Tal como lo hace la empresa *Couchsurfing*, una entidad no lucrativa que desde el 1999 opera en todo el mundo permitiendo los viajes, las conexiones sociales y las nuevas experiencias por medio de personas que ofrecen su hogar y ser anfitriones de los viajeros.

Otro ejemplo típico es el de la lavadora compartida, que se encuentra frecuentemente en la ciudad de Medellín. Alguien es dueño de la lavadora y los demás pagan o llegan a algún acuerdo para poderla utilizar, y así no todos necesitan tener una propia. “Seguramente la gente prefiere tener su propia lavadora, pero si en lugar de lavanderías actuales diseñamos un servicio de lavadoras comunitarias en un espacio que al mismo tiempo ofrece la responsabilidad de ir de compras o al cine, etc, puede resultar algo apetecible para mucha gente.” (Manzini, 1996)

3.5.4 Construcción social de finanzas:

Se facilitan las relaciones sociales entre los individuos, evitando los intermediarios financieros. En esta categoría se incluyen préstamos monetarios, alojamientos, sistemas de transporte, entre otros.

Algunos ejemplos de construcción de conexiones sociales en el ámbito financiero son Sitios como *Prosper*⁴, *Zopa*⁵ y *Lending Club*⁶. Estos permiten que la gente conozca iniciativas que buscan financiación y puedan invertir en ellas.

⁴ **Prosper:** Opción para préstamos personales sin garantía de tasa fija, con términos disponibles del préstamo de 3 a 5 años dependiendo del caso. Los préstamos son ofrecidos sin penalidades en caso de hacer el pago anticipado. Tiene como propósito quitar los intermediarios del camino para conectar directamente a las personas que requieren dinero con aquellos que ya lo tienen con el fin de invertirlo.

⁵ **Zopa:** Compañía británica que proporciona un servicio de intercambio monetario en línea, permitiendo a la gente que tiene dinero prestárselo a aquellos que lo solicitan, en lugar de utilizar cuentas de ahorro y condiciones de préstamos de las entidades financieras tradicionales. Este proceso a veces es referido como “préstamo entre particulares.”

⁶ **Lending Club:** Compañía estadounidense de préstamo en particulares. Permite a sus prestatarios crear listas de préstamos en su página web, aportando datos de ellos mismos y de los préstamos que les gustaría obtener. Todos los

Además, existen las **finanzas P2P (crowdfunding)**; también conocidas como las finanzas participativas. Tienen éxito gracias al “*Kickstarter*” conocido en Estados Unidos. Son los modelos que permiten la compra de capital en las empresas, o los voluntariados para el apoyo económico o incluso de otro tipo a proyectos que busquen salir adelante con pocos recursos. En este caso no se realiza una inversión esperando retribución, sino que simplemente se dona dinero a proyectos que se consideran valiosos.

3.5.5 La producción contributiva o conocimiento abierto:

Se democratiza el uso de información y herramientas de fabricación en los espacios creativos compartidos, tal como los *FabLabs*⁷. También se ve reflejado en la manera en que el Internet, los *blogs*⁸ y las redes sociales han masificado y diversificado la producción de contenidos abiertos al público.

Por ejemplo, en un *blog* que conste de tutoriales para matemáticas, se democratiza la información para ocasionar que llegue a varias personas que la requieren. Se pone el conocimiento al servicio de la sociedad.

Al tenerse en cuenta las categorías encontradas, se podría plantear que, si bien este modelo de economía busca aumentar el valor económico, social y ambiental -a diferencia de la economía tradicional actual- ya que no se basa tanto en la acumulación de bienes y el consumismo desenfrenado, sino que está impulsado por valores más relacionales, trascendentes y de crecimiento personal; podría pensarse en este modelo económico como una opción viable para sustituir la economía capitalista en un futuro, según plantea Carmen

préstamos son a particulares no asegurados (pueden rondar entre 1.000 y 35.000 dólares. La compañía determina si el prestatario es digno de confianza por medio de un filtro que analiza los créditos, el historial de crédito, la cantidad solicitada y el *ratio* entre ingresos y gastos del prestatario. Solo está disponible para residentes de 43 estados de Estados Unidos.

⁷ *FabLabs*: Talleres de fabricación digital. Son espacios de producción que agrupan máquinas controladas por ordenadores, enfocados a la producción y la creatividad. Su particularidad reside en su tamaño y en su fuerte vinculación con la sociedad más que con la industria.

⁸ “Página web, generalmente de carácter personal, con una estructura cronológica que se actualiza regularmente y que se suele dedicar a tratar un tema concreto.”

Valor en el *Dossier* n.12 de Economistas sin fronteras⁹: “Economía en Colaboración”, 2014. Aunque no se debe dejar de lado que el establecimiento global de este modelo económico tiene algunos factores que podrían poner su efectividad en cuestión, como por ejemplo el **trabajo**. Una economía que se basa en la utilización de los bienes más que en la posesión disminuye oportunidades de empleo ligadas a la producción. Habría que replantear, repensar y reconfigurar la visión y el modelo actual del trabajo remunerado económicamente. Adicionalmente, teniendo en cuenta que la Economía Colaborativa permite la democratización y el hecho de que todos tengan acceso a bienes dejando de lado las barreras económicas, debe tener en cuenta las **barreras culturales**. Estas barreras presentadas entre culturas dificultan las relaciones y puede impedir iniciativas, pues como lo explica Shor, en estos casos la clave es la confianza y la reputación que se construye con los votos y opiniones de los pares, pues sin la aprobación de estos no se obtendrán resultados. Otra barrera es la **competencia digital**, pues se debe tener acceso a Internet para participar en ciertas iniciativas, que en la mayoría de los casos incluyen el buen manejo de los aparatos electrónicos, sin dejar de lado que esta salida de lo estrictamente local exige otro factor que es saber otro idioma, principalmente inglés. Estas barreras pueden excluir a las personas que no están preparadas para superarlas, y es por esto que la educación es un elemento fundamental para favorecer un aprovechamiento de este tipo de iniciativas.

3.6 LETS – Un sistema de carácter local que reúne y materializa todas las manifestaciones de la Economía Colaborativa

Según lo plantea Julio Gisbert Quero (experto en economía colaborativa) en su libro “vivir sin empleo” (2008) Los sistemas **LETS** (Local Exchange Trading Systems) son sistemas de trueque, que representan iniciativas dadas principalmente de forma local y no lucrativa, y que proveen a la comunidad información acerca de los productos y servicios que los miembros pueden intercambiar entre sí. Para este intercambio se utiliza una moneda o divisa propia, cuyo valor es determinado por la misma comunidad y se realiza un registro que puede ser manual o electrónico, para tener evidencia de todas las transacciones

⁹ **Economistas sin Fronteras**: Organización independiente, aconfesional y apartidista, promovida por economistas y que integra a personas solidarias de toda condición. Tiene forma jurídica de asociación de utilidad pública como de fundación. Fundada en 1997 por grupo de profesores universitarios activamente comprometidos por la desigualdad y la pobreza.

realizadas. Este modelo se basa y sustenta en la reciprocidad, la confianza y la colaboración o ayuda mutua entre los integrantes. Estas iniciativas se dan normalmente cuando una comunidad no puede generar nuevos recursos locales o cuando hay carencia de trabajo, o también cuando hay iniciativas de compartir, de optimizar los bienes y de recreación. Las comunidades encuentran en estas alternativas una forma alternativa de satisfacer las necesidades y deseos de las personas, y por consiguiente de crecer como comunidad, sin dejarse afectar por la realidad de la economía establecida e impuesta. El trueque generalmente es una alternativa posible de realizar, ya que todas las personas tienen algo para aportar en una sociedad, no solamente el excedente de una producción de bienes, y se hace un aprovechamiento de lo que unos pueden dar y aquello que otros necesitan.

Este sistema tiene una gran diferencia con respecto a las monedas sociales, y funciona como un sistema de crédito mutuo. En él se lleva un registro de las operaciones por medio de cuentas corrientes, y en lugar de emitir billetes, se fabrican vales, talonarios, cheques, bonos, etc., en los cuales se lleva la cuenta de cada uno de los participantes. En cada operación de débito, se corresponde otra operación de crédito de la cuenta de otro socio, por lo que existe la compensación. Este tipo de sistemas generalmente tiene como participantes personas con pocos recursos, jubilados con pequeñas pensiones, inmigrantes sin papeles, refugiados, estudiantes, amas de casa y personas que generalmente quedan fuera de los sistemas de producción legal y tradicional; aunque debe tenerse en cuenta que estas iniciativas suelen durar muy poco tiempo debido a la falta de apoyo por parte de una institución firme, ya que la mayoría de sus participantes y promotores son voluntarios.

A diferencia de los sistemas tradicionales ya mencionados que utilizan las monedas; y los bancos de tiempo que tienen como unidad de valor la hora que vale lo mismo para cada transacción; en los sistemas de trueque, cada red define la unidad de valor y esta es arbitraria y consensuada por el grupo (sin dejar de lado que en ocasiones puede tratarse de tiempo). En esta sección cabe hablar del texto de Esther Olive (Máster en Sostenibilidad y RSC, UNEDI – UJI y Fundación G. Universitat de València), La “*moneda social como instrumento de intercambio colaborativo*”, en donde se tiene en cuenta la economía colaborativa como el acceso a la utilización de un bien o servicio reutilizándolo, compartiéndolo, intercambiándolo, a la vez que se ponen el énfasis en las relaciones

sociales, tratándose de una nueva oportunidad para seguir cubriendo las necesidades ante el nuevo contexto socioeconómico. Aquí se busca conectar recursos infrautilizados, con necesidades insatisfechas; y se habla de un “sistema monetario alternativo que consigue movilizar a aquellos que el mercado *mainstream* había desestimado por ser ineficientes económicamente.” (Oliver, 2014). Esta alternativa ha existido a lo largo de la historia, con el fin de realizar intercambios al margen de las monedas legales, y ha dado lugar a prolongados periodos de prosperidad para las economías que los han utilizado. Algunos ejemplos de esto son: La “**Ostraka**” (piezas pequeñas de cerámica respaldadas por alimentos depositados en almacenes centrales) que circuló en el Antiguo Egipto durante el período de las Dinastías, o el “**Wörgl**” en Austria, que circuló tras la Segunda Guerra Mundial. Tal como lo dice Oliver, “las monedas sociales se basan en la cooperación, la igualdad y la sostenibilidad; y son iniciativas promovidas mayoritariamente desde la sociedad civil con la intención de gestionar de forma democrática y transparente su propio sistema de intercambio comunitario.” (Oliver, 2014) Estas monedas no tienen tipo de interés, no pueden ser acumuladas y su valor está respaldado por la confianza mutua, la transparencia y la participación de sus usuarios.

Un ejemplo local es el del corregimiento de Santa Elena, que utiliza la moneda a la que ellos llaman Floricambio. En Antioquia, según lo publica la revista Semana en su artículo “Reinventando el dinero” publicado el 8 de Agosto de 2009, “Cada fin de semana en algún municipio de Antioquia hay alguna feria de trueque en curso. Se intercambia de todo: ropa, manualidades, alimentos, literatura y hasta masajes... Y una vez al año se organiza el “Triqui Trueque”, un gran mercado estudiantil que reúne estudiantes de primaria y secundaria de 39 municipios.” Afirma el artículo escrito en la revista Semana, titulado “Reinventando el dinero”, escrito en el 2009.

En el mismo artículo, Jhon Jairo Cano (líder del Proyecto Trueke, una alternativa que llevaba 15 años en Antioquia) afirma que cada persona es portadora de saberes y habilidades con los que puede ofrecer productos y servicios. Todos los seres humanos tenemos la condición productores y consumidores. “Esta es nuestra riqueza social y desde allí queremos encontrarnos en un mercado que no nos excluya.”

La organización colombiana “Trueque y Quinoa” montó en 2004 una feria de trueque en Zipaquirá, donde alumnos y padres de colegios trocaron libros, uniformes y útiles. Se intercambió un equivalente a 60 millones de pesos. Este experimento posteriormente se replicó en Usme y en los barrios San Cristóbal Sur y La Candelaria de Bogotá. También se organizan grandes ferias en Armenia, Pasto, Manizales y Bucaramanga. En Calarcá, Quindío, hay feria cada primer domingo del mes.

Por otro lado, la economía colaborativa es un resultado de la cultura que se ha creado en Internet en cuanto a la conexión, colaboración, apertura, abundancia, voz a voz, *peer to peer*, entre otras, llevadas fuera del entorno digital.

Tal como lo expone el canadiense Tom Slee (crítico de la economía colaborativa, autor canadiense centrado en temas como tecnología, política y economía.) en su documento “Lo tuyo es mío”, la economía colaborativa conecta a los individuos entre sí, para que se pueda contar más con el prójimo y alejar de las corporaciones anónimas y distantes. Además, se contribuye en la construcción de la comunidad en lugar de limitarse a ser consumidores pasivos y materialistas. Se ayuda a crear una nueva era de apertura en la que se encuentran personas reales dispuestas a cooperar. “Es una visión igualitaria que se basa en transacciones entre iguales en lugar de en organizaciones jerárquicas” (Slee, 2015) y esto es posible en gran medida gracias a la capacidad que tiene el Internet de poner a las personas en contacto, y es también por eso que este movimiento pareciera amenazar a las grandes cadenas hoteleras, de comida rápida y de bancos.

3.7 Economía Colaborativa en América Latina

La Economía Colaborativa ofrece un gran marco de aprendizaje para América Latina y el Caribe, y también un espacio para que la región tenga la posibilidad de formar parte de la Industria; por lo menos eso asegura el Foro Económico Mundial que se llevó a cabo en Davos, Suiza a principios de 2016. Este nuevo sistema ofrece oportunidades para favorecer la inclusión social, promover el emprendimiento y desencadenar una ola de innovación que puede contribuir a la resolución de grandes problemas sociales, económicos y ambientales

de sus habitantes. Adicionalmente, promueve una distribución más equitativa de la riqueza, pues permite el acceso a nuevos productos y servicios y se basa en valores sociales positivos de intercambio y colaboración a través de la innovación y la tecnología.

Como se ha expuesto anteriormente, la Economía Colaborativa favorece especialmente los sectores en donde una gran parte de la población se ha quedado por fuera de las posibilidades económicas básicas. América Latina tiene sectores bastante afectados que, con una regulación adecuada y una supervisión adaptada a los nuevos modelos de las plataformas digitales, puede suponer un complemento y estímulo para sectores de la economía tradicional, promoviendo la competencia, ampliando la oferta y promoviendo alternativas novedosas para los consumidores; influyendo positivamente a la mejora de las vidas de los integrantes de la región. La Economía Colaborativa promete ayudar a individuos a tener mayor control sobre sus vidas, convirtiéndose en “microempresarios”; pues como lo dice Slee en “lo tuyo es mío”, permite a las personas auto gestionarse, entrar y salir de esta nueva dinámica de trabajo flexible, montar negocios propios en sitios web, reducir riesgos de pérdida, cambiar sin mayor riesgo sus actividades, manejar mejor su tiempo y recursos. Por ejemplo, ser un anfitrión de Airbnb o un trabajador de Uber.

3.8 Otras facetas de la Economía Colaborativa

Pese a que la Economía Colaborativa se centra en un consumo honesto y controlado de recursos, también se debe tener presente que este puede ser uno de las principales limitantes para introducirla en nuevos sectores. En el caso concreto de América Latina, su mayor preocupación a la hora de participar es la falta de confianza y el desconocimiento por parte de los posibles usuarios o clientes de los servicios a la hora de adquirir el nuevo modelo de negocio y su estructura, que tiene origen desde el conflicto socioeconómico que se ha generado en el país, la carencia de oportunidades, la desigualdad, la falta de recursos, entre otros. Hay ejemplos internacionales en donde se lleva a cabo exitosamente, pero eso no basta para que las personas se sientan respaldadas a la hora de formar parte de esto. El mercado más desarrollado en el ámbito estudiado es Brasil, y se destaca en áreas como la oferta de alquiler de espacios vacacionales o de trabajo, alquiler de medios de transporte o

servicios para pequeñas empresas. En este país se siguen los pasos de ejemplos grandes, y abren el camino para que este tipo de economía se extienda rápidamente por la región.

Sin embargo, “el optimismo hacia el crecimiento futuro en el mercado es grande. Las fórmulas ya se han testado en otros ámbitos, y si se consiguen romper las barreras de desconfianza y desconocimiento, el futuro es brillante” (Pérez, 2016). El mismo autor establece que las instituciones tienen un papel crucial en este momento de desarrollo de la Economía Colaborativa. Su posible impacto en la creación de redes de pequeñas empresas, en la colaboración y mejora de condiciones económicas de pequeñas comunidades, en el desarrollo de capacidades relacionadas con el internet y las tecnologías móviles, convierten a este tipo de iniciativas en una herramienta de **transformación social**. Afirma que uno de los puntos más importantes es la regulación y flexibilización de mercados como el transporte los alquileres vacacionales para igualar las reglas de competencia, probablemente subiendo algunas barreras para los nuevos y bajando otras para el negocio tradicional. Empresas exteriores como Uber y Air B n B tienen mucha fuerza y pueden hacer difícil el hecho de que iniciativas locales sean exitosas, pero se debe buscar una alternativa para darles fuerza. En otros ámbitos más fuertes localmente como la formación fabricación o medioambiente / agricultura se tienen grandes opciones de crecimiento y apenas requieren nuevas regulaciones.

Por otro lado, aunque promete muchos beneficios, este sistema está introduciendo un libre mercado desregulado en algunos ámbitos que estaban anteriormente protegidos. Las principales compañías están desempeñando un papel intrusivo en las transacciones que se fomentan, con el fin de ganar dinero y mantener su marca. A medida que la Economía Colaborativa crece, en lugar de aportar apertura y confianza personal a las interacciones, está propiciando una nueva forma de vigilancia bajo la que los empleados de este sector deben vivir con miedo a que alguien los delate. Teniendo en cuenta la analogía que hace Slee, la expresión “un dinerillo extra” resulta ser la misma que se utilizaba para los trabajos de las mujeres hace cuarenta años, cuando no se los consideraba trabajos de verdad, que conllevaran un salario digno y, por tanto, no requerían ser tratados del mismo modo que los trabajos de los hombres (ni pagarse tanto como estos)” (Slee, 2015). En ocasiones, en lugar de liberarse a los individuos para que tomen el control sobre sus propias vidas, muchas

empresas de la Economía Colaborativa están ganando terreno para sus inversores y ejecutivos, creando buenos empleos para sus ingenieros informáticos y expertos en marketing, gracias a la eliminación de protecciones y garantías alcanzadas luego de décadas de esfuerzos, y a la creación de formas más arraigadas y precarias de trabajo mal remunerado para quienes de verdad trabajan en esta economía.

El mismo término “economía colaborativa” encierra una contradicción, pues se entiende social e históricamente la colaboración como una interacción de carácter no comercial entre uno y otro. Es decir que sugiere intercambios que no implican dinero de por medio, o que vienen motivados por la generosidad, por el propio deseo de dar o de ayudar; pero el término “economía” sugiere transacciones mercantiles, cambios interesados de dinero por bienes o servicios. Es por esto que se han sugerido diferentes términos más apropiados como “consumo colaborativo”, economía en red”, “economía temporal”, “servicios subalternos”, entre otros.

Los orígenes de la Economía Colaborativa se encuentran en la cultura del internet. Esta cultura cree que el internet es clave para lograr un mundo mejor, pues su invención constituye un punto de ruptura con el pasado y una oportunidad para reabrir numerosos debates sociales y políticos. Las empresas se consideran participantes privilegiados de estos debates, con autoridad social y empresarial. Adicionalmente, esta cultura se caracteriza por una confianza en sí misma, y por una ambición suprema. Trasciende las barreras y limitaciones biológicas del hombre y amplifica nuestra creatividad, según el inventor Ray Kurzweil (ahora empleado de Google). El tema de la confianza es uno de los principales limitantes y factores que ralentizan los avances de internet; a lo que se ha contrarrestado con los sistemas de reputación, en donde personas reales califican a otros que prestan los servicios, y se va generando una visión pública de aprobación y desaprobación, de calificaciones, comentarios y pruebas que disminuyen la desconfianza de los usuarios.

La Economía Colaborativa está basada en la creencia de las ventajas de la apertura que permite el internet. La apertura y la colaboración van de la mano; hacer algo sincero y abierto contribuye a evitar que algo sea un artículo de consumo, a sacarlo del ámbito de la propiedad privada y hacerlo susceptible de ser compartido por los miembros de una comunidad. Sirve de inspiración para compartir posesiones físicas y también trabajo. Se

pueden recopilar los esfuerzos de millones de personas / colaboradores para lograr algo novedoso y global.

4 OBJETIVOS

4.1 General:

Comprender el concepto de Economía Colaborativa como práctica humana e identificar sus aportes al as formas tradicionales de intercambio del Diseño en Medellín.

4.2 Específicos:

- Identificar y caracterizar algunas de las iniciativas de la Economía Colaborativa que se desarrollan en la ciudad de Medellín.
- Relacionar las potencialidades y aportes del concepto de la Economía Colaborativa y sus formas de intercambio, con las formas de intercambio del Diseño.

5 RUTA METODOLOGICA

Para llevar a cabo exitosamente el proceso del proyecto de investigación, inicialmente se realiza un rastreo bibliográfico acerca de las prácticas de la Economía Colaborativa. Luego de entenderlo, filtrarlo y ordenarlo, surgen unas categorías de la Economía Colaborativa, que sirven para organizar la información, hallar similitudes, patrones y una mejor comprensión. Posteriormente, se realiza un rastreo cartográfico de las categorías que surgieron, buscando qué entes de la ciudad de Medellín practican la Economía Colaborativa consciente o inconscientemente. Para hallar más información de esta cartografía, se realizan unas entrevistas semi estructuradas, de las cuales surgen unas categorías emergentes, que ayudan a categorizar mejor la información encontradas, con el fin de una mejor comprensión. Por último, se encuentra un análisis y aplicación de la Economía Colaborativa en las formas tradicionales de intercambio del Diseño, para encontrar lo que esta tiene para ofrecer a la disciplina, con el fin de una mejora constante y optimización de recursos.

6 CARTOGRAFÍA

Rent to Impress es un claro ejemplo de **la optimización del uso de activos** (el aprovechamiento de un bien por diferentes personas o entidades, sin necesidad de comprarlo o poseerlo).

Es una empresa que presta el servicio de alquiler de vestidos para casi cualquier ocasión. En su página web tienen todo el catálogo de vestidos, que serán elegidos por colores, por la ocasión, el largo del vestido, tallas, entre otros. Adicionalmente, hay un calendario en el que se especifican las fechas del evento, con el fin de entregar el vestido a tiempo y establecer el momento de la devolución. La empresa se encarga de entregar, recoger y lavar las prendas. Adicionalmente, tienen un punto físico en el que siempre hay un Showroom para que los clientes se puedan medir sus vestidos y también se brinda una asesoría tanto para el uso de la prenda como los accesorios de acompañamiento.

Ubicación: Showroom en el Parque Lleras, en la Carrera 37 # 10 – 35, Local 305

6.1 Turbo Boy

Nace en Medellín y es un sistema especializado en conectar usuarios que necesitan los servicios de mensajería instantánea en la web con miles de mensajeros que rotan por Colombia. Busca suplir una necesidad que en algún momento todos han tenido, además de aumentar el empleo y generar ingresos en a población. Cualquier ciudadano puede trabajar allí, ya sea con un vehículo motorizado, unla bicicleta, a pie, etc.

Esta plataforma cuenta con más de 22.000 usuarios activos en Internet. Es una herramienta sencilla y fácil de usar. A los usuarios se les garantiza seguridad por medio de un pre filtro en la compañía. Se brinda el nombre del mensajero, el celular, las placas de la moto y se puede hacer un seguimiento en tiempo real del mensajero a la hora del servicio.

Ubicación: Plataforma Online. Los mensajeros trabajan por toda la ciudad.

6.2 Rappi

Es una plataforma digital de origen colombiano que sirve de asistente personal. Tiene personal que hace favores, paga las cuentas, compra la comida en cualquier parte, pasea los perros, lleva dinero en efectivo, hace mercados, entre otros mandados.

La plataforma online permite hacer pedidos en la ciudad, se garantizan los mismos precios (solo se carga el envío), se puede pagar en efectivo o con tarjeta, se permite hacer un seguimiento en vivo del servicio y este solo toma 35 minutos (o el pedido es gratis).

Rappi permite que las personas obtengan lo que necesitan si necesitan de moverse por la ciudad. Además, tienen precios razonables de domicilio (aprox. 5.000). Genera empleo para los domiciliarios y flujo para los establecimientos.

Ubicación: Plataforma digital. Pueden participar todos los ciudadanos y establecimientos. Los mensajeros circulan por toda la ciudad.

6.3 Col y Flor – “Comercio Justo y Consumo Responsable”

Col y Flor es una tienda que comercializa productos de origen agrícola y pecuario, de carácter orgánico, agroecológico y de cultura tradicional campesina (sin agrotóxicos). En ella se comercializan hortalizas, granos, frutas, plantas aromáticas, panadería, dulces, vinos y conservas, carnes blancas y huevos, lácteos, flores ornamentales, línea personal y de hogar e insumos agrícolas. Nace de la idea del consumo responsable, el cual invita a cambiar hábitos ajustándolos a las necesidades reales de las personas y optando por opciones que favorezcan la conservación del medio ambiente y la justicia social.

En Col y Flor afirman que no existe el consumo responsable sin el comercio justo, pues este se plantea como “la actitud de los consumidores frente a un producto determinado, ante la cual se hace la pregunta sobre las condiciones sociales laborales y ambientales bajo las cuales éste fue producido. Un consumidor responsable decide qué sistema económico fortalece.” El comercio justo es una propuesta de intercambio comercial entre diferentes países de forma ética y digna.

Ubicación: Calle 48 # 65 – 58. Frente a la estación de Metro Suramericana.

6.4 Café Cliché

Café Cliché es un restaurante francés ubicado en Laureles. Tiene un chef francés y opciones gastronómicas y culturales. Semanalmente se realizan eventos que incluyen clases de francés, noches de cine con proyector para todos y DJ's invitados. En el restaurante hay un ambiente de estudio permanente, ya que es un lugar tranquilo y adaptado para este fin.

En su interior se encuentran estanterías de libros, en donde hay una sección de intercambio que consiste en tomar un libro a cambio de dejar otro. Esta actividad es representativa de la **recirculación de bienes**, ya que consiste en el intercambio de bienes tangibles previamente utilizados, posibilitado por una conexión entre diferentes personas.

Ubicación: Carrera 76 # 41 – 41, Laureles.

6.5 Hogar de Alicia

Es un albergue de perros y gatos callejeros o en situación de abandono, cubriendo Medellín y el Área Metropolitana. El Hogar de Alicia proporciona bienestar y mejora la calidad de vida de los animales, con la ayuda de los voluntarios que los apadrinan y que dan contribuciones de tipo económico, alimentario y médico. Adicionalmente, brinda la oportunidad de apadrinar un animal, sin necesidad de llevarlo a casa. El voluntario puede ir a visitarlo cuando quiera, a darle cariño, sacarlo a pasear y dejarlo en el albergue. También realiza una actividad periódica que consiste en una caminata, generalmente en lugares naturales, en donde los voluntarios que deseen pueden pasear los perros y darles un día fuera de la rutina, del ambiente del albergue y lleno de cariño y compañía.

Por otro lado, el Hogar de Alicia también tiene a la venta vestidos de baño, con el fin de recoger fondos para la fundación.

Funciona de acuerdo a la **construcción social de finanzas** y de la misma manera que un crowdfunding, en donde se propone un proyecto con una buena causa y las personas interesadas en apoyarlo brindan apoyo económico, de conocimientos y servicios.

Ubicación: Vereda La Miel, Caldas.

6.6 Graffitour

El Graffitour es un recorrido histórico, estético y político que se lleva a cabo en la Comuna 13 de Medellín.; la cual fue durante muchos años uno de los lugares más violentos de la ciudad, pero que hoy intenta escribir una historia diferente. Algunos artistas callejeros del movimiento Hip Hop de esta zona de la ciudad lo diseñaron y llevaron a cabo. “A través de graffitis, se dan a conocer las historias que mueven e inspiran la esperanza y la búsqueda de mejores condiciones de vida para la comunidad, también se cuentan las historias de inequidades y violencias históricas que aún son presentes en la zona.” Esta actividad está liderada por el colectivo Casa Kolacho, grupo artístico conformado por jóvenes habitantes de la comuna. Por otro lado, hay un grupo de holandeses que donan dinero para que se hagan nuevas intervenciones para el graffitour y para la compra de materiales.

Ubicación: Casa Kolacho, Comuna 13.

6.7 Bancos de Tiempo de Belén, Altamira y Carlos E

Institución o Banco en el que se lleva a cabo un sistema de intercambio de tiempo. Se lleva la cuenta de la cantidad de horas que una persona invierte ya sea trabajando o enseñando a otro a realizar una actividad, y se acumulan horas a favor, para beneficiarse del trabajo de los demás. Por ejemplo, un ama de casa que tiene habilidades gastronómicas intercambia una hora de clases de piano con alguien que sepa del tema, aportándole lo que ella sabe a cambio.

Este es un ejemplo del **intercambio de bienes y servicios**, ya que se intercambian servicios valorados de forma igualitaria, por una misma unidad de medida que en este caso es el tiempo.

Ubicación: Barrios Belén, Altamira y Carlos E

6.8 Catfesito

El primer Cat – Café de Medellín. Es un establecimiento de café al que se pueden llevar los gatos mascota. Tienen una parte del establecimiento destinada a un grupo de gatos en adopción, que han sido abandonados, recogidos de la calle, entre otros. Estos gatos están disponibles para que los clientes les den un hogar, y por este motivo se funda el café, para dar a conocer estos animales que necesitan ayuda y atraer personas afines. Aquí también se puede venir solamente a visitar los animales en espera y darles cariño, jugar con ellos y llevarles regalos.

Ubicación: Calle 12 # 43E 25. Barrio El Poblado

6.9 New Hearts Café

New Hearts es un café con un nuevo modelo social en el que solamente se venden bebidas, y el 100% de las ganancias se dona a una fundación para niños. Este modelo fue tomado de algunos referentes ubicados en Europa y Estados Unidos, en el que los clientes compran una bebida y dejan paga otra taza para que sea entregada a las personas que no tienen dinero para comprarla. Aquí no se pone precio a las bebidas, los clientes pagan lo que deseen aportar a la fundación, que está ubicada en el sector de Niquitao, y atiende las necesidades de cerca de 200 niños de escasos recursos. Esta empresa fue posible gracias al patrocinio de un amigo estadounidense del fundador, que además le hizo un contacto con una iglesia del mismo origen, y juntos lograron abrir esta sucursal que cuenta con un promedio de 150 clientes diarios.

Este café puede clasificarse como **construcción social de finanzas**, aunque al igual que el Catfesito, hay un producto de por medio que se encuentra a la venta, como “excusa” para atraer esa donación o aporte/compra con significado.

Ubicación: Carrera 73 Cq. 3 – 5 en Laureles

6.10 Café Revolución

Café Revolución es un establecimiento ubicado en el corazón de Laureles. Fue fundado en 2014 y se caracteriza porque es frecuentemente visitado por extranjeros que allí comparten ideas y crean lazos de amistad y trabajo.

En este lugar se realiza una actividad de intercambio cada año, en donde se invitan todos los clientes y conocidos que quieran asistir. Cada uno lleva objetos que tenga en su casa y que ya no use, o incluso que nunca haya usado, y los intercambian entre ellos según sus preferencias y necesidades. Esta idea nace de la novia del dueño del café, que conoció esta actividad cuando vivió en Estados Unidos, y comenzó a realizarla frecuentemente, lo que hizo que se conociera cada vez más y a la que asiste un promedio de 20 personas actualmente.

Esta actividad de intercambio se puede clasificar como **recirculación de bienes**, ya que se da un nuevo destinatario a los mismos productos que ya han sido utilizados.

Ubicación: Carrera 73, Circular 4 - #10 en Laureles, junto a la bomba del Primer Parque.

6.11 Red de Huerteros

La Red de Huerteros de Medellín es un grupo de personas y organizaciones que desde el 2013 buscan generar espacios alternativos y colaborativos para reflexionar en torno a la multifuncionalidad de la agricultura urbana mediante el intercambio de saberes y experiencias en diferentes huertas familiares, comunitarias e institucionales de la ciudad. Es una estrategia socio – ambiental de apropiación del territorio que puede ser replicada de forma autónoma por los ciudadanos y movimientos sociales en diferentes lugares de la ciudad. Cualquier persona de la ciudad que sea apasionado por la agricultura urbana puede ser voluntaria y pertenecer a la red. Si la persona no tiene una huerta, puede aportar en participación de convocatorias, en investigación, asesorías, redes sociales, conservación de plantas, etc.

La Red de Huerteros cabe en la clasificación del **intercambio de bienes y servicios**, ya que se intercambian productos de las huertas y también otros modos de información y conocimiento por parte de quienes no cuentan con el establecimiento físico.

6.12 Elite Max Nutrition S.A.S

Elite Max Nutrition S.A.S es una empresa de Medellín que comercializa suplementos deportivos como proteínas, vitaminas, aminoácidos, entre otros. Fue fundada en el 2009 y actualmente cuenta con más 30 colaboradores. Esta empresa es muy activa en redes sociales y marketing digital, por lo que ha ido encontrando maneras de introducirse en este mercado y una de las más efectivas ha sido por medio de actividades colaborativas.

Tienen varias personas aliadas a las que les dan productos como retribución, también asesorías o simplemente la posibilidad de tener una evidencia de experiencia laboral. Por ejemplo, creó una alianza estratégica con influenciadores/as en Instagram para que hagan publicaciones con sus productos y retribuirles con los mismos.

Sugieren que se han dado cuenta que “no se las saben todas, que hay muchas personas allí afuera que tienen gran cantidad de conocimientos y habilidades que aportar, y hay que aprovecharlos, brindándoles lo que nosotros tenemos”. Esto los incluye dentro de la categoría de **intercambio de bienes y servicios**, ya que suelen entregar sus productos (bienes) a cambio de servicios de nutrición y de influencias o mercadeo digital.

Ubicación: Carrera 47C 77 Sur 35. Sabaneta, Antioquia.

6.13 ESNATOS

ESNATOS es una marca de snacks de granos, frutos, semillas y cereales. Fue fundada en Medellín en el año 2017 y se enfoca en la alimentación sana y consciente. Para su participación activa en redes sociales, se apoya de las prácticas de la economía colaborativa, pues maneja el intercambio de sus productos por bienes de otros tipos. Por ejemplo, las personas que realizan los videos para redes sociales reciben a cambio alimentos de la marca, al igual que las personas que realizan otro tipo de trabajo audiovisual o de marketing digital con ellos. Esta ha sido una buena alternativa para una empresa que está comenzando y que apenas se da a conocer en el medio.

El **intercambio de bienes y servicios** es la categoría en la que se puede clasificar la actividad colaborativa de esta empresa, pues entregan sus productos (snacks) a cambio de servicios audiovisuales y de publicidad.

Ubicación: La Frontera

7. ANÁLISIS

Las categorías encontradas por los diferentes autores en el marco conceptual no fueron suficientes para definir todas prácticas colaborativas encontradas e incluidas en la cartografía, así que se han encontrado algunas nuevas, que se proponen como parte de la categorización investigada.

7.1 Categorías iniciales (explicación ampliada en el marco conceptual):

7.1.1 La recirculación de bienes: Intercambio de bienes tangibles, que ya han sido utilizados y se busca darles un nuevo uso.

7.1.2 El intercambio de bienes y servicios: Intercambio de bienes tangibles e intangibles, que tienen un valor acordado y unificado por una unidad de medida, como el tiempo o las monedas creadas por las comunidades.

7.1.3 La optimización del uso de activos: Aprovechamiento de un mismo bien por diferentes personas o entidades, que no necesariamente deben comprarlo o poseerlo, sino que generalmente se alquila o presta por cortos períodos de tiempo.

7.1.4 Construcción social de finanzas: Se facilitan las relaciones sociales entre individuos, evitando intermediarios financieros. Aquí se incluyen préstamos monetarios, financiamiento de proyectos, entre otros.

7.1.5 La producción contributiva o conocimiento abierto: Democratización del uso de información y herramientas de fabricación en espacios creativos compartidos. También incluye la diversificación y masificación de contenidos abiertos al público, como *blogs*.

7.2 Nuevas categorías encontradas en la construcción de la cartografía:

7.2.1 La construcción de conexiones sociales: En ocasiones, se encuentra la conexión entre dos o más personas, que es posibilitada por un intermediario, por ejemplo, como sucede con Rappi y Turbo. Aquí se genera un vínculo entre diferentes partes, y la tarea del intermediador estará terminada al formar este lazo. Esta categoría se asemeja a la optimización del uso de activos, teniendo en cuenta que para esta se deben generar conexiones sociales, pero en la categoría propuesta, el ente conector no proporciona a las partes los productos a intercambiar; solamente genera el vínculo.

7.2.2 Organizaciones del comercio justo: Suponen una propuesta de intercambio comercial que diferentes grupos sociales del mundo articulan para cuestionar y recomponer el modelo de comercio internacional, en el cual “los países pobres venden materia prima, explotando insosteniblemente los recursos naturales e irrespetando los derechos de las y los trabajadores/as, y los países desarrollados compran dichas materias primas para industrializarlas y comercializarlas a todos los países. Este modelo comercial internacional empobrece a los países del sur y enriquece a los del norte.”¹⁰ El comercio establece toda una estructura organizativa que le permite funcionar internacionalmente, es decir, en el intercambio de bienes entre diferentes países, lo que ha exigido la creación de diferentes organizaciones que permitan los intercambios comerciales bajo los principios del comercio justo. La empresa que mejor representa este modelo es Col Y Flor, pues se concentra en trabajar de la mano con los campesinos, evitando los intermediarios y participando de un comercio ético, solidario y responsable.

7.2.3 Las ventas colaborativas: Esta categoría surge de las entrevistas, y consiste en una categoría similar a la construcción social de finanzas, pero con una venta de por medio, que se utiliza para conseguir recursos para algo específico con una justa causa. Por ejemplo, cuando se venden productos en las fundaciones o se desea recaudar fondos para apoyar una causa social o colaborativa. En esta categoría podemos ver ejemplos como

¹⁰ Tomado de: http://www.tiendacoloflor.com/images/comercio_justo.pdf
“Comercio justo y consumo responsable”. Cuadernillo Agroecológico N° 8. César Augusto Quintero Ramírez. Medellín, 2014. Pg. 12.

Catfesito, donde se vende café con el fin de recaudar fondos para los gatos en situación de abandono; y también en New Hearts, donde se venden bebidas, pero con un fin lucrativo exclusivamente para ayudar a la fundación de los niños de Niquitao. Esta es una manera de pedir recursos, pero dando un beneficio a quien los brinda, en lugar de simplemente solicitar una donación o aporte voluntario.

Medellín es un escenario ideal para llevar a cabo las prácticas de la Economía Colaborativa, pues es una zona donde hay una gran necesidad social y un alto nivel de recursividad, en donde entra con total pertinencia el rol del diseño. El diseño tiene todo un campo por explorar e intervenir, en el que puede explotar toda su característica social y puede generar grandes impactos en la comunidad. El diseño es un conector de disciplinas, y puede perfectamente aprovechar lo que todas las personas o entidades tienen para dar, y resitararlo con el fin de generar beneficios mutuos y múltiples.

Se ha encontrado que los elementos de la cartografía que están clasificados dentro de algunas categorías, también pueden pertenecer a otras. A continuación, se realiza un cuadro comparativo con el fin de revelar estadísticas acerca de las actividades y su clasificación en las categorías, que en muchos de los casos se interrelacionan. También, se presenta con el fin de encontrar patrones y visualizar las manifestaciones de la Economía Colaborativa encontradas en Medellín, en la investigación.

7.3 Categorías encontradas en la investigación y su relación con las manifestaciones de la Economía Colaborativa en Medellín:

	<u>Recirculación de bienes</u>	<u>Intercambio de bienes y servicios</u>	<u>Optimización del uso de activos</u>	<u>Construcción social de finanzas</u>	<u>Producción contributiva / Conocimiento abierto</u>	<u>Generación de conexiones sociales</u>	<u>Organizaciones de comercio justo</u>	<u>Ventas colaborativas</u>
Rent to Impress			X			X		
Turbo Boy			X			X		
Rappi			X			X		
Col Y Flor					X	X	X	X
Café Cliché	X					X		
Hogar de Alicia				X	X	X		X
Graffitiour				X		X		X
Bancos de tiempo		X				X		X
Cafesito			X	X		X		
New Hearts				X		X		X
Café Revolución		X				X		
Red de Huerteros		X	X		X	X		
Élite Max		X				X		
ESNATOS		X				X		
	1	5	5	4	3	14	1	5

Partiendo de la suma de las categorías encontradas en el marco conceptual y la cartografía, y teniendo en cuenta también el cuadro comparativo entre las actividades y la categorización, se puede encontrar una relación entre ellas para generar categorías mayores que las abarquen, y de este modo concluir su agrupación y clasificación.

En primer lugar, se encuentra una relación entre la **recirculación de bienes**, el **intercambio de bienes y servicios**, la **producción contributiva o conocimiento abierto** y la **optimización del uso de activos**, que pueden denominarse en una macro categoría como la **circulación de activos**, ya que las 4 giran alrededor del uso que se le da a los bienes (tangibles o intangibles) y servicios, la manera en que se van desplazando alrededor de diferentes usuarios por motivos cambiantes.

En segundo lugar, se pueden relacionar categorías como la **construcción social de finanzas**, las **ventas por una “buena causa”** y las **organizaciones de comercio justo**, ya que todas se refieren a temas relacionados a la recolección de recursos y nuevas formas de comercio y aportes sociales. Estas categorías se pueden englobar en una macro denominada **la justa recolección de activos**.

Por otro lado, la **construcción de conexiones sociales** es una categoría que las abarca a todas, es decir que es transversal en la clasificación de las actividades de economía colaborativa encontradas en la cartografía.



En cuanto al cuadro realizado en este análisis, se pueden encontrar algunos patrones y tendencias. En primer lugar, el patrón más evidente es el de la categoría de la construcción de conexiones sociales, pues todas las actividades analizadas en la cartografía cumplen con alguna característica de este grupo. De aquí se puede concluir que esta categoría es transversal a todas las demás, ya que ocurre simultáneamente.

Por otro lado, se puede analizar que, en segundo lugar, el intercambio de bienes y servicios y las ventas por una "buena causa" son las siguientes categorías más recurrentes en el cuadro. Es decir que abarcan una mayor cantidad de actividades que las demás; mientras que la recirculación de bienes, que en un principio del proyecto se propone que es uno de los principios más importantes de la Economía Colaborativa (la recirculación de bienes), es el menos repetido por las actividades.

También se puede analizar que las categorías formuladas a partir de la cartografía no son exclusivas, pues son de gran utilidad para la clasificación de las actividades, ya que son frecuentes dentro de la investigación.

Adicionalmente, se puede concluir que Col Y Flor, la Red de Huerteros y el Hogar de Alicia son las actividades de la cartografía que más categorías abarcan, por lo tanto, son unos excelentes exponentes de la Economía Colaborativa dentro del proyecto.

8. CONCLUSIONES

En cuanto a la relación con el diseño y las relaciones y potencialidades encontradas entre la Economía Colaborativa y el Diseño en Medellín, se puede concluir que la Economía Colaborativa brinda una gran cantidad de herramientas para proponer nuevos proyectos de diseño, que se acoplen a los nuevos requerimientos de la sociedad y vaya mutando de la mano con las comunidades y sus exigencias.

Desde el marco conceptual y las categorías iniciales, se brindan oportunidades al diseño para encontrar maneras en que los activos circulen, en lugar de diseñar productos y servicios nuevos y “crear necesidades”, se encuentra una oportunidad de utilizar el diseño como mediador, conector y potenciar su característica de agente interdisciplinar. También, la macro categoría de la justa recolección de activos, es una invitación al diseño para contribuir en los proyectos que tengan en cuenta toda la cadena de los productos y servicios, no solamente el resultado final. Es decir, que se realice un comercio justo desde que se piensa el producto, quienes lo fabrican, el pago que reciben, los agentes de comercialización, entre otros actores que forman parte de toda la cadena de un producto o servicio final. Estas determinaciones que toma el diseñador también replantean el concepto de masificación, y destacan la importancia de diseñar pensando en lo ecológico, lo reutilizable y lo efímero, que invita más a los usuarios a utilizar las herramientas que el diseño brinda, en lugar de poseerlas.

Se encuentra también la pertinencia del diseño al encontrar diferentes maneras de construcciones sociales, de modo que se contribuya a las prácticas de la economía colaborativa de una forma diferente a solo generar productos; y se piense más en las personas, los usuarios, en lugar de los objetos.

Desde la cartografía, se encuentran propuestas de unidades productivas referentes al diseño ya existentes, que han tenido en cuenta consciente o no, los fines de la Economía Solidaria.

Estas consideraciones se evidencian principalmente en el diseño de estrategias y experiencias, que organizan las relaciones entre las comunidades, los fines de los establecimientos y la participación de la comunidad en los proyectos. También, las entrevistas dan cuenta del esfuerzo que han hecho los entes participativos para destacarse utilizando este tipo de economía, de los modelos que han seguido y la recursividad que han tenido.

La economía colaborativa y el proyecto invitan al diseño a formar parte de la creación de nuevas formas de vida que apuntan a la sostenibilidad. Como lo manifiesta Ezio Manzini en su artículo “Servicios Participativos” escrito en el año 2009, la sociedad industrializada presenta una gran preocupación por el cambio climático y sus implicaciones; pero el hecho de identificar el problema no genera una solución. Por esto, propone que “debemos cambiar de forma radical nuestro estilo de vida para reducir el impacto ambiental”¹¹ y tras esta afirmación, expone que “los datos muestran que los bienes materiales tienen cada vez menos que ver con el nivel de satisfacción de la población”. Esto está completamente ligado con la forma de vida que propone la Economía Colaborativa; pues los servicios participativos que aborda en el texto buscan maneras de tener estilos de vida más sostenibles que puedan brindarnos mayor satisfacción, tales como el “transporte compartido a la carta, el sistema de micro alquiler de herramientas entre vecinos, talleres de costura compartidos, restaurantes en casa, servicio de envío entre usuarios que intercambian artículos, entre otras alternativas que proponen la colaboración mutua y la participación entre las personas.

La “cooperación local, la ayuda mutua y el uso compartido nos puede ayudar a reducir significativamente nuestra necesidad de productos y espacio útil, a optimizar el uso del equipo, reducir los desplazamientos y, finalmente, reducir el impacto que nuestra actividad diaria supone para el entorno.” También, estos modelos sirven para la regeneración del tejido social, el mejoramiento de las relaciones de cercanía, para crear vínculos entre las personas fomentar el intercambio, la participación y el compartir.

Los servicios participativos son atractivos para quienes les disgusta la idea del individualismo y el consumismo exagerado, aunque se debe tener en cuenta que suponen un

11

gran cambio en nuestro día a día. Para lograr esto se debe llegar a un estado en el que se pueda compartir, ayudar, intercambiar, poner en común nuestros bienes y servicios, y esto es algo que requiere flexibilidad, además de tiempo y mucha organización. Estos servicios deben estar al alcance de la gente, ser de fácil acceso y muy prácticos, deben ser atractivos para poder popularizarlos y adaptados por la sociedad.

Tal como lo expresa Ezio, “un nuevo campo del diseño existe donde la innovación social y el diseño para el desarrollo sostenible se dan la mano.” El diseño puede hacer un gran trabajo para impulsar la viabilidad de los servicios participativos, pues puede encontrar diversas formas de introducir los pequeños cambios de la vida cotidiana que el estilo de vida colaborativo sugiere, de forma paulatina.

Teniendo en cuenta lo anterior, se concluye que:

- El Diseño podría propiciar espacios de conocimiento abierto, en donde el intercambio de dinero no sea el mediador de las relaciones ni el fin último de la disciplina, sino que se pueda aportar social, política y económicamente a los contextos vulnerables, a través de diferentes formas de intercambio propuestas por la Economía Colaborativa.
- El Diseño podría replantear las formas de producción que parten siempre de materiales nuevos y, desde la recirculación de bienes (productos de segunda, estrategias, servicios, entre otros), estimular unas formas de intercambio donde no sea necesario generar nuevos desechos, contribuyendo a la disminución de la contaminación, el consumismo y la acumulación, para tener sistemas más sostenibles.
- El comercio justo declara principios de los que se piensa el producto desde la ideación, la materialización, el uso del mismo, y el final de su vida útil, teniendo en cuenta todos los factores y agentes involucrados; el Diseño industrial debería proponer y transitar proyectos que sigan esta filosofía en el marco de los saberes y la capacidades locales.
- Las formas de intercambio tradicionales del diseño se realizan a través de dinero y el ciclo termina cuando se entrega el producto final. La Economía Colaborativa

propone nuevas formas de intercambio que generan beneficios a más largo plazo, como la regeneración del tejido social, acceso al conocimiento y contribución al medio ambiente. El diseño podría adoptar esta propuesta para generar servicios, estrategias y experiencias que generen un impacto más significativo y duradero en las relaciones.

- Al realizar el cuadrocomparativo de las iniciativas de la Economía Colaborativa encontradas en Medellín, se puede encontrar en aquellas con menor puntaje una oportunidad para que el Diseño intervenga para multiplicar y estimular la cultura de la Economía Colaborativa, introduciendo las nuevas formas de intercambio y favoreciendo el entorno social.

“Una operación estratégica de diseño convierte las iniciativas individuales en servicios fiables, y adaptados a diversos contextos territoriales, a los que tiene acceso un público más amplio.”

Los cambios en la forma de actuar de los individuos o comunidades se pueden lograr. Estos son producidos sobre todo por cambios de comportamiento, en la forma de pensar, de resolver problemas, entre otros; más que por cambios tecnológicos o económicos. Se requiere de participación y es pertinente una intervención del diseño y la creatividad para crear estrategias en las que aprovechen los recursos, como la tecnología.

También en el I Congreso Europeo de Arquitectos de Interior realizado en Barcelona en 1996, Manzini propone que “tenemos que conseguir una transformación dulce hacia la economía sostenible. La mejor de las soluciones pasa por lograr que la gente cambie por iniciativa propia, porque decida que reducir el consumo mejora su bienestar” (Manzini, 1996). En esta época, Manzini afirmaba que la revolución de las tecnologías de información, los cambios de hábitos culturales y sociales de los consumidores, las modificaciones legislativas que responsabilizan a las empresas del impacto en el medio ambiente, y el diseño imaginativo de nuevas formas de relacionarnos con el entorno - en el que el trabajo de diseñadores, interioristas y arquitectos es fundamental- pueden ayudar a

conseguir esta transformación. Por ejemplo, el diseño de servicios antes que por el de productos.

9. ANEXOS – ENTREVISTAS

9.1 Col Y Flor

Gloria – Permanece en el local, fue parte de la iniciativa, se comunica con proveedores y otras acciones varias en la empresa.

¿Qué entiende como Economía Colaborativa? Colaborarle a los demás en sus pequeños proyectos de economía

¿Cuál es la metodología de su actividad colaborativa? En Col Y Flor le apostamos al comercio justo, que consiste básicamente en vender productos libres de veneno y de químicos, de la mano del campesino y del consumidor, sin intermediarios, pagándole al campesino un mejor precio por sus productos y trabajando de la mano con el medio ambiente. Es muy importante uno saber de que origen son los productos que uno compra, y saberse que no está apoyando de pronto a algunas marcas que no hagan las cosas bien... que no le paguen lo debido a sus trabajadores, que hagan cosas ilegales, que no sean éticos... El comercio justo es un acto de responsabilidad tanto de parte de los compradores como de nosotros los que producimos y vendemos las cosas... si no exigimos esto y compramos en cualquier parte estamos apoyando consciente o inconscientemente que haya negocios que funcionan de mala manera.

¿Qué impacto social genera esta actividad? Pues esta actividad ayuda a los campesinos, ayuda al medio ambiente, a los consumidores que buscan una alimentación alternativa más sana... pues le permite a la gente tener la oportunidad de comprar productos sin tenerse que ir hasta el campo, productos de buena calidad y no contaminados por toda esa industria que mueve grandes cosas que venden en las ciudades grandes sobre todo. Nosotros ayudamos a las personas a recibir beneficios por medio de nuestro negocio.

¿Cuál fue la necesidad o la oportunidad que motivó a la comunidad para organizarse? Principalmente fue la salud en las agua... en general el medio ambiente. Nos estábamos matando nosotros mismos con los venenos en las fincas y sin importar en la ciudad que pasara con los consumidores, con la fauna... nos dimos cuenta que teníamos una gran responsabilidad con el medio ambiente y con las personas, y que usando tanto químico

estábamos haciendo un mal a la sociedad. Esto nos motivo mucho para cambiar esa realidad de muchas partes hoy en día.

¿Cuáles eran las causas de dicha necesidad? Pues que los campesinos y las empresas que traían esos alimentos a las ciudades grandes no nos importaba qué le echáramos a los cultivos con tal de vender, y de vender mucho. Nos dimos cuenta del impacto tan grandote que estábamos generando en la salud de las personas, y pues también vimos una oportunidad en este negocio para tener algo diferente y bueno a nuestro favor. Este negocio existe hace 23 años, y antes no había muchas personas que se preocuparan por estas cosas, no tanto como hoy en día que hay tiendas saludables y que está la onda de lo ecológico.

¿Quiénes tomaron esa iniciativa? Principalmente la corporación económica cultural “Penca de Sábila” y un párroco de la vereda San José de la Montaña, ah y un pequeño grupo de campesinos y campesinas de San José.

¿A través de ese objetivo qué querían transformar, a quién querían impactar? A todos, a los campesinos queríamos darles un trabajo justo sin intermediarios que se quedaran con toda la plata, y claro obviamente a los consumidores para que ellos vieran que lo que estábamos haciendo era muy valioso y los queríamos impactar, entonces queríamos que vieran que al consumir nuestros productos y no otros, iban a encontrar beneficios para su salud y que también no iban a dañar el medio ambiente.

¿Con qué recursos comenzaron a trabajar? (académicos, físicos, económicos) Académicos llegó una corporación y nos empezó a mirar cómo trabajábamos, primero nos ayudó a recuperar una laguna y a mirar como producir productos sin dañar el medio ambiente, ellos tenían muchos conocimientos que nosotros no teníamos pero nos sirvió muchísimo.

Físicos pues en casa de los mismos campesinos empezaron a comprar arboles cada uno donó un árbol para sembrar por la laguna y se fue construyendo todo esto. Económicos propios pequeños, lo que cada uno tenía y podía ir aportando para crecer.

¿Cómo se ve la organización a futuro? Con asociación de productores mucho más grande y se ven con más espacios para vender los productos. primero lo local y después mirar si otras ciudades

¿Cuántas personas componen la organización y qué cargos tienen? Por ahí unas 120 personas, todos son campesinos, familias, trabajadores, corporaciones, etc.

¿Cuál cree usted que es el conocimiento que los diferencia de otras organizaciones? La producción agroecológica y el no tener intermediarios.

¿Hoy tienen y piensan en la misma finalidad que en el momento en que iniciaron? Sí totalmente, la misma misión y visión después de 23 años

¿Qué habilidades han adquirido en este proceso? Hm pues muchísimas como persona y pues en el trabajo... aprende uno a comunicarse con las personas, a tener autonomía y responsabilidad para hacer las cosas, no estar uno preguntando a toda hora qué hacer, sino que cuando uno maneja áreas uno es el que lleva las riendas y debe responder por las cosas.

¿Qué otras actividades colaborativas conocen, en Medellín? Asociación ambientalista comercio justo, solo este modelo.

A la hora de iniciar el proyecto y conseguir presupuesto económico, cómo hicieron?

¿Alguien les ayudó? Sí claro los conocidos, y también los que iniciamos el proyecto comenzamos con nuestros recursos, aunque eran muy pocos.

9.2 New Hearts

Lucas Mesa – Administrador e impulsor de la empresa

¿Qué entiende como Economía Colaborativa? Es cuando se realiza una actividad económica con el fin de recaudar fondos para colaborar a otros o por una buena causa social, no necesariamente con fines lucrativos personales.

¿Cuál es la metodología de su actividad colaborativa? En New Hearts, las personas vienen a tomarse una bebida y pagan lo que les salga del corazón. Absolutamente todos los recursos van para una fundación de niños con escasos recursos en Niquitao. Nosotros no tenemos contacto con el dinero, se los entregamos todo.

¿Qué impacto social genera esta actividad? La ayuda que le brindamos a los niños de la organización. También, cuando una persona quiere tomarse una taza de café y no tiene con

qué, siempre es bienvenido y podrá tomarse algo, aunque no tenga recursos para pagarlo. Las personas que trabajan aquí son voluntarios.

¿Cuál fue la necesidad o la oportunidad que motivó a la comunidad para organizarse?

El dueño tenía clara la idea de que quería ayudar a los demás y trabajar por una buena causa, pero no sabía exactamente cómo o qué debía hacer. La necesidad era la de ayudar, ver que había tantas cosas por hacer y por aportar.

¿Cuáles eran las causas de dicha necesidad? La situación de desigualdad que se presenta en todas partes, no todos tenemos las mismas oportunidades y recursos y es nuestro deber ayudar a los demás.

¿Quiénes tomaron esa iniciativa? El fundador del café y un amigo que vivía en Estados Unidos. Posteriormente se unió una Iglesia de Estados Unidos que decidió hacer el aporte económico necesario para mantener el café, que es en una casa de 800 metros.

¿Cuál era el objetivo? El objetivo siempre ha sido ayudar

¿Con qué recursos comenzaron a trabajar? (académicos, físicos, económicos) La Iglesia nos donó todos los recursos necesarios para comenzar el proyecto y hoy en día continúa de la misma manera. El café en total cuesta alrededor de 17 millones mensuales.

¿En relación a ese objetivo, cómo es la organización actualmente? Actualmente funciona muy bien, cada vez más personas conocen el local y se cumple el objetivo que se tenía en un principio.

¿Cómo se ve la organización a futuro? Queremos poner otra sucursal en El Poblado, debido a la gran acogida que hemos tenido en Laureles. Nos vemos ayudando cada vez a más personas.

¿Cuál es la metodología de trabajo de esta organización? Las personas que trabajan aquí son voluntarias, incluso muchas de ellas comenzaron como clientes.

¿Cuál cree usted que es el conocimiento que los diferencia de otras organizaciones? Más que el conocimiento es nuestra causa, que nos diferencia mucho sobre todo en nuestro sector y nuestro contexto.

¿Hoy tienen y piensan en la misma finalidad que en el momento en que iniciaron? Sí, solo cambia que cada vez queremos hacer más.

9.3 Elite Max Nutrition S.A.S

Andersson Londoño – Director de mercadeo

¿Qué entiende como Economía Colaborativa? Alguna vez he leído de eso.. es como donde surgieron Uber, Airbn y esas cosas. Es como cuando lo mío también puede ser de la sociedad.

¿Cuál es la metodología de su actividad colaborativa? Nosotros trabajamos en varias ocasiones con un modelo algo así parecido. Por ejemplo, nutricionistas nos dan el contenido académico y extenso para nuestras publicaciones y para asesorar a los clientes y nosotros permitimos que ellos pongan en sus hojas de vida que han trabajado con nosotros y también les damos productos a cambio. Además, también participan en estas cosas redactores o escritores y sucede lo mismo, ya nos tienen en las referencias.

¿Qué impacto social genera esta actividad? Generamos inclusión, le damos la oportunidad a las personas de trabajar con nosotros y de explotar lo que ellos saben hacer, así sea pequeño. Ayudamos a generar ingreso a las personas o bien un beneficio, porque cuando por ejemplo en las redes sociales cuando se hace un post, la gente va a visitar el perfil de ellos y así a ellos los comienzan a ver otras personas que les pueden encargar más trabajo del que ellos hacen y así. Ellos siempre reciben un beneficio ya sea directo o indirecto, también a largo plazo a veces. Por ejemplo, también los nutricionistas pueden hacer parte de grupos de investigación y todas estas cosas.

¿Cuál fue la necesidad o la oportunidad que motivó a la comunidad para organizarse?

La relación de gana y gana. Porque identificamos que nosotros no nos las sabemos todas, necesitamos personas que saben muchas cosas y saben de nosotros entonces como ese trueque de servicios.

¿Cuáles eran las causas de dicha necesidad? El dueño y gerente de la empresa identifico que en Colombia había muchos vacíos en cuanto a nutrición. La gente importaba cosas y no

sabía ni para qué ni cuándo consumirlos, entonces el decidió fundar Elite y empezar a hacer proteínas dirigidas a resultados.

¿Cuál era el objetivo? Traer a Colombia gran parte de esos productos o suplementos que la gente buscaba en otros países para traer aquí.

¿A través de ese objetivo qué querían transformar, a quién querían impactar? A los consumidores que buscaban estos productos y no podían encontrarlos, y también queríamos asesorar a la gente para que supieran qué comprar y qué no, porque en el medio hay mucha información mala acerca de todos estos temas de nutrición.

¿Con qué recursos comenzaron a trabajar? (académicos, físicos, económicos) El dueño comenzó a trabajar con 2'000.000 de pesos que tenía y con un cilindro metálico haciendo mezclas, luego se fue dando a conocer, empezó a hablar con los laboratorios grandes de aquí y allí empezó todo.

¿En relación a ese objetivo, cómo es la organización actualmente? Pues muy bien, ya llevamos 8 años en el mercado vendiendo estos productos y la verdad nos ha ido muy bien.

¿Cómo se ve la organización a futuro? Con asociación de productores mucho más grande y nos vemos con más espacios para vender los productos. Primero lo local y después mirar si otras ciudades.

¿Cuál cree usted que es el conocimiento que los diferencia de otras organizaciones? Nosotros nos fijamos mucho en las necesidades especializadas, por eso tu ves que tenemos un portafolio muy amplio de productos, porque no todas las personas necesitan lo mismo por ejemplo las mismas proteínas, entonces nosotros nos aseguramos de que las personas si estén lleando lo que realmente necesitan para los resultados que desean.

¿Hoy tienen y piensan en la misma finalidad que en el momento en que iniciaron? Nosotros lo cambiamos hace poquito, porque nos enfocamos en la capacidad medular. Es lo que yo soy mejor que cualquier otra empresa, y haciendo eso nos dimos cuenta que nosotros fuertes en crear nutrición deportiva enfocada en resultados. Cambiamos el objetivo a generar productos que realmente funcionan para cada caso, ya sea aumentar masa muscular, complementar. El de antes solo era como un negocio.

¿Qué habilidades han adquirido en este proceso? Yo personalmente, ser demasiado social, yo era muy introvertido entonces ha sido un esfuerzo constante... ser social comunicativo, transparente, honesto. Puertas abiertas... invitar a la gente a ver los procesos y todo eso. También a ser muy recursivo, trabajar en presupuesto, conseguir canjes, fortalecimiento de networking. ¡Antes tenía 150 contactos en mi celular y ya tengo 500!

¿Qué otras actividades colaborativas conocen, en Medellín? “Alquila mi apartamento”. Son estudiantes, personas que viven solas, que les alquilan habitaciones. Es una página que se llama creo que alquila mi apartamento. Ah, y también hay una de libros, la gente deja libros y los cambia, en el metro hay uno y en la u de Antioquia hay otro, en la nacional hay otro. La gente se puede llevar un libro y deja otro.

A la hora de iniciar el proyecto y conseguir presupuesto económico, cómo hicieron? Alguien les ayudó? Sí, la familia del dueño lo apoyó mucho y también personas que creyeron en él y vieron que podían confiarle préstamos y también ayudar por una buena causa.

9.4 ESNATOS

Catalina Muñoz – Emprendedora

¿Qué entiende como Economía Colaborativa? Es como ayudarse unos a otros en lo que se pueda en los proyectos... por ejemplo si alguien sabe algo que me sirve y yo puedo aportarle algo, haríamos una actividad colaborativa.

¿Cuál es la metodología de su actividad colaborativa? Nosotros intercambiamos productos por algunos servicios. Por ejemplo, a las chicas que manejan las redes y hacen los videos y toda la parte audiovisual, les damos productos a cambio y publicidad en nuestras redes también. O también cuando necesitamos de algún otro servicio así parecido ofrecemos productos a cambio y esto nos sirve mucho para que todos se vean beneficiados y que no salgan tan costosas las cosas.

¿Qué impacto social genera esta actividad? Pues esto le ayuda a las personas que están empezando para que se den a conocer más y también para que adquieran experiencia

laboral y la oportunidad de trabajar en diferentes cosas ganando algo a cambio que no necesariamente tiene que ser plata. También con nuestra empresa y nuestros productos de comida saludable estamos impactando en la salud y el bienestar de quienes consumen los productos.

¿Cuál fue la necesidad o la oportunidad que motivó a la comunidad para organizarse?

Nos dimos cuenta que el producto tenía un gran potencial y que era un momento oportuno para sacar un producto de comida saludable, ya que hoy en día las personas están buscando opciones más sanas a la hora de comer y normalmente por ahí no se encuentran tan fácil.

¿Cuáles eran las causas de dicha necesidad? La necesidad de tener comida saludable a la mano, también como antes no se preocupaban casi por esto, no había tantas opciones en el mercado.

¿Quiénes tomaron esa iniciativa? Somos 3 socios, entre ellos un peruano que diseñó las recetas.

¿Cuál era el objetivo? Generar un producto saludable y delicioso, que se pudiera llevar fácilmente a todas partes.

¿A través de ese objetivo qué querían transformar, a quién querían impactar? A las personas que les gusta cuidarse o que por salud deben comer sano.

¿Con qué recursos comenzaron a trabajar? (académicos, físicos, económicos) Con nuestros propios recursos económicos y con los conocimientos de la persona que diseñó las recetas.

¿En relación a ese objetivo, cómo es la organización actualmente? Pues actualmente se cumple el objetivo que teníamos, materializamos eso que queríamos hacer y lo estamos haciendo.

¿Cuál cree usted que es el conocimiento que los diferencia de otras organizaciones? Tenemos una gran variedad de productos y además nuestra receta nos diferencia de otros productos similares que conocemos del mercado. El sabor y la textura de nuestros productos nos hace diferentes.

¿Hoy tienen y piensan en la misma finalidad que en el momento en que iniciaron? Sí

¿Qué otras actividades colaborativas conocen, en Medellín? Mmm no la verdad, no sabría. Yo creo que muchas empresas, sobre todo las que están empezando hacen esto y sobre todo con las redes sociales, que sirve mucho la publicidad.

9.5 Rappi

Rappitendero William

¿Qué entiende como Economía Colaborativa? No sé, cuando las personas se ayudan para hacer algún proyecto o algo.

¿Cuál es la metodología de su actividad colaborativa? Yo reparto domicilios y le colaboro a la gente con lo que necesitan.

¿Qué impacto social genera esta actividad? Que muchas veces la persona no tiene como hacer estas cosas porque no tiene tiempo o transporte y esto les ayuda mucho y facilita las cosas.

¿Cuál fue la necesidad o la oportunidad que motivó a la comunidad para organizarse? La verdad no sé, pero yo me motivé a trabajar aquí porque uno puede manejar su propio tiempo y trabajar cuando quiera y cuando pueda, y cuando no, no.

¿Cuáles eran las causas de dicha necesidad? Para tener un ingreso adicional y para ponerme a hacer algo.

¿Quiénes tomaron esa iniciativa? Yo mismo la tomé

¿Cuál era el objetivo? Tener más ingreso

¿Con qué recursos comenzaron a trabajar? (académicos, físicos, económicos) Yo tenía mi moto y eso me sirvió mucho para hacer lo que me piden.

¿Cuál es la metodología de trabajo de esta organización? El usuario ingresa a la página o a la aplicación desde su celular y pide lo que quiera

¿Cuál cree usted que es el conocimiento que los diferencia de otras organizaciones? Que en Rappi no solo se hacen domicilios, sino que también se hace un mercado completo,

por ejemplo, se le lleva un encargo a alguien, se le compra cualquier cosa del negocio de la esquina... hacemos lo que nos pidan y no un simple domicilio

¿Qué habilidades han adquirido en este proceso? A trabajar rápido, a manejar el propio tiempo. Uno sabe que no puede tampoco quedarse durmiendo todo el día... para uno poder ver el ingreso tiene que ser juicioso.

¿Qué otras actividades colaborativas conocen, en Medellín? Las fundaciones

A la hora de iniciar el proyecto y conseguir presupuesto económico, ¿cómo hicieron?
¿Alguien les ayudó? Yo tenía mi moto ya pero cuando la compre hace tiempo, si me ayudó mi papá a comprarla para poder trabajar.

9.6 Fundación El Hogar de Alicia

Alicia Montiel – Fundadora y administradora

¿Qué entiende como Economía Colaborativa? Cuando varias personas se unen para apoyar económicamente una causa que lo amerita.

¿Cuál es la metodología de su actividad colaborativa? Nosotros funcionamos más que todo por el voz a voz... aunque también tenemos presencia en internet y las redes. También tenemos un grupo en whatsapp y entre todos ayudan a comunicarle a sus conocidos para que sepan de nosotros. A nosotros nos donan alimento unas empresas de concentrados de aca de Medellín, además de los voluntarios. también, con la plata que nos dan los voluntarios mantenemos la infraestructura, damos vacunas y servicios médicos a los animalitos y así mantenemos todo esto posible. Ah, y también hacemos a veces caminatas y llevamos a los perros al río para que cambien de ambiente y se diviertan con los voluntarios.

¿Qué impacto social genera esta actividad? Pues la ayuda a los animales, ayuda a que las calles estén mejor, cada vez con menos animalitos sueltos. También ayuda a concientizar a las personas de la cantidad de perros y gatos que necesitan ayuda, ayuda a que la gente pueda dar algo que les nace del corazón y también es un espacio de socialización muy grande.

¿Cuál fue la necesidad o la oportunidad que motivó a la comunidad para organizarse?

La gran cantidad de animales que carecen de un hogar y de cuidados en estas zonas... es muy difícil presenciar todo esto y no hacer nada al respecto, teniendo uno las herramientas para ayudar. Ellos no tienen como comunicarse con uno, uno que sí puede hacer más cosas les puede ayudar.

¿Cuáles eran las causas de dicha necesidad? Los animales se reproducen muy rápido y eso no es tan fácil de controlar. También la gente muchas veces quiere los animales de raza, los más bonitos y van y los compran... sin contar pues la gente que los tira a la calle porque se van de viaje, porque tienen hijos, porque son muy cansones o muchas otras cosas.

¿Quiénes tomaron esa iniciativa? Alicia la tomó y obviamente todos los voluntarios... muchas veces uno quiere hacer mucho para ayudar, pero tampoco tiene los recursos que quisiera o la infraestructura.

¿Cuál era el objetivo? Proporcionar un albergue lleno de amor y cuidados a perros y gatos callejeros o en situación de abandono, generándoles bienestar y mejorando su calidad de vida.

¿A través de ese objetivo qué querían transformar, a quién querían impactar? Pues principalmente obviamente a los animales, pero toca impactar a las personas para poder que ayuden... a las empresas de alimento de animales y todos los que puedan hacer algo al respecto. La idea es que todos sepan que los recursos que invierten son utilizados de forma transparente y así se les impacta y se da la confianza que se busca para hacer todo esto posible.

¿Con qué recursos comenzaron a trabajar? (académicos, físicos, económicos) Al principio en la casa, recogiendo los animales, pero luego ya no cabían. Todo ha sido gracias a las donaciones.

¿En relación a ese objetivo, cómo es la organización actualmente? Hoy la organización ha crecido mucho, tenemos 185 perros y 306 gatos. Las personas nos hacen donaciones cada que pueden, tenemos un grupo de personas que se unen y donan de a 50 mil pesos y también tenemos grupos de médicos que vienen a poner las vacunas con los recursos que

nos donan. Cuando las personas no pueden llevarse los animales igual pueden venir a darles cariño y pueden adoptarlos económicamente.

¿Cómo se ve la organización a futuro? Nuestra visión es ser una fundación sin ánimo de lucro que brinde albergue a los animales en situación de abandono en Medellín y su área metropolitana, apoyados por entidades públicas, privadas y demás personas que quieran involucrarse en esta hermosa causa.

¿Cuál cree usted que es el conocimiento que la diferencia de otras organizaciones? Llevamos 15 años con este hogar y yo creo que lo que nos hace diferenciarnos de los demás es que somos una fundación muy honesta y transparente, que a los voluntarios les genera confianza darnos su apoyo económico. Aquí los usuarios ven los resultados, pueden visitar el albergue y los animales cuando quieran, en la página colgamos fotos de los procesos médicos y también las difundimos en los grupos del Whatsapp.

¿Hoy tienen y piensan en la misma finalidad que en el momento en que iniciaron? Sí, aunque se nos ha crecido mucho el albergue. Nunca pensamos que iba a haber tantos integrantes y que esto se iba a volver tan grande.

¿Qué habilidades han adquirido en este proceso? A hablar con la gente, es difícil a veces que le crean a uno que va a usar sus recursos y la plata de su bolsillo para estas causas... la gente tiene que saber que somos transparentes y esto lo logramos también con el voz a voz de las personas que ya creen en nosotros.

¿Qué otras actividades colaborativas conocen, en Medellín? Sé que hay fundaciones de todo tipo, para niños enfermos, con cáncer, hay otros albergues, también la fundación Noel sé que ayuda a los niños con labio leporino, por ejemplo.

A la hora de iniciar el proyecto y conseguir presupuesto económico, ¿cómo hicieron?

¿Alguien les ayudó? Sí claro, todo esto fue posible gracias a la gente que se iba interesando en todo esto. A uno con el presupuesto propio no le alcanza para todo lo que quiere hacer y necesita la ayuda de la gente, cada cosita cuenta y más cuando uno está empezando.

10. BIBLIOGRAFIA

- Pellini, C. Origen del trueque y el comercio con la moneda metálica: <https://historiaybiografias.com/trueque/>
- Máynez, G. Gutiérrez M. (Madrid, 2016). Informe Especial: Matchmaking: el surgimiento de la economía colaborativa.
- Antecedentes: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/3426/Antecedentes.pdf>
- Abad, S. Manzano, R. (2015). “Colombia: El trueque, una práctica de Buen Vivir”. Tomado de: <https://www.servindi.org/actualidad/84205> (Pg. 1)
- ¹ Stiglitz, J. (2012). *El precio de la desigualdad*. Madrid: Taurus.
- Valor, C. Alonso, L.E. Callejón, M.E. (2014) Economía en colaboración. Dossier n12.
- Slee, T. (2016) “Lo tuyo es mío: Contra la Economía Colaborativa” 272 pgs.
- Multilateral Investment Fund; IE Business School. (2016). Economía Colaborativa en America Latina.
- Cañigueral, A. “Vivir mejor con menos: Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa”
- (2014). <http://www.prestamosdisponibles.com/prosper/>
- Zopa: <https://www.zopa.com/>
- Economistas sin Fronteras: <http://ecosfron.org/quienes-somos/>
- Sierra, C. (1996). Ezio Manzini explica cómo reducir el consumo sin perder el bienestar: https://elpais.com/diario/1996/09/24/cultura/843516014_850215.html
- Oliver, E. Economía en colaboración. La moneda social como instrumento de intercambio colaborativo Pg. 19
- Artículo semana (2009) “Reinventando el dinero”: <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/reinventando-dinero/106021-3>
- Rent to Impress: <http://renttoimpress.com/citas/>
- Turbo Boy: <http://www.turboboy.co/signup>
- González, X. (2015) TurboBoy, los mensajeros del Internet: <https://www.larepublica.co/empresas/turboboy-los-mensajeros-del-internet-2266611>

- Periodista del noticiero (Teleantioquia Noticias). (2017). “Turbo Boy, es nuestra empresa invitada a Emprendimiento: <http://www.teleantioquia.co/featured/turbo-boy-es-nuestra-empresa-invitada-a-emprendiendo/>
- Jiménez, C. (2017). “La estrategia de Rappi”. <http://blogs.eltiempo.com/digital-jumper/2017/07/27/la-estrategia-de-rappi/>
- Rappi: https://www.rappi.com/restaurantes/poke-bowl;ref=900007718_74634
- Col Y Flor: <http://www.tiendacoloflor.com/>
- Anton. Catalyst Weekly (2017): <https://www.catalystweekly.com/cafe-cliche-laureles/>
- Montiel, A. (2013). El Hogar de Alicia: <http://www.hogardealicia.org/quienes.aspx>
- Medellín Travel (2016): <http://medellin.travel/MedellinTravelWeb/operators/412/Graffitour+-+Casa+Kolacho9>
- Agamez, A. (2017). “Así es el Graffitour, el recorrido que presenta la nueva cara de la comuna 13 de Medellín”: <https://www.publimetro.co/co/medellin/2017/04/27/asi-graffitour-recorrido-presenta-nueva-cara-comuna-13-medellin-abril-2017.html>
- Catfesito: https://www.facebook.com/pg/el.catfesito/about/?ref=page_internal
- Cardenas, J. (2017). “New Hearts Café, el buen sabor de servir a los demás”: <https://www.elespectador.com/vivir/new-hearts-cafe-el-buen-sabor-de-servir-los-demas-articulo-698788>
- H13N. (2016). “New Hearts: un buen café con mucho amor”: <https://h13n.com/new-hearts-un-buen-cafe-con-mucho-amor/>
- Café Revolución: <https://www.facebook.com/caferolucionmedellin/>
- Red de Huerteros ¡Siembra por el cuidado de la vida!: <https://tupale.co/e50>
- Red de Huerteros: <https://www.facebook.com/groups/reddehuerterosmedellin/about/>
- Élite Maz Nutrition: <https://elitemax.com.co/>
- Col Y Flor: http://www.tiendacoloflor.com/images/comercio_justo.pdf
- Manzini, E. (2009). Servicios Participativos. Diseño e Innovación social para la sostenibilidad. Pg. 46 (revista experimenta 63)
- Manzini, E. (1996). Ezio Manzini explica cómo reducir el consumo sin perder el bienestar”: https://elpais.com/diario/1996/09/24/cultura/843516014_850215.html