

# Cooperativismo de plataforma

## DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Entenda como e por que o cooperativismo tem tudo a ver com o modelo de negócio de plataforma



# CONTEÚDOS



Os [e-books InovaCoop](#) trazem as reflexões sobre os temas que discutimos nos nossos últimos blogposts e temas complementares com conteúdos afins. O formato pdf é para que você possa salvar, compartilhar e acessar sempre que quiser, mesmo se estiver off-line.

Este e-book resgata parte dos conteúdos abordados nos seguintes blogposts:

- [O que é cooperativismo de plataforma](#)
- [O que são as cooptechs](#)
- [Cooperativas de plataforma: desafios e cases de sucesso](#)
- [Plataforma de negócios: oportunidade para as cooperativas](#)

E, claro, trazemos também novos conteúdos e reflexões sobre os temas em geral.

# INTRODUÇÃO

Não há dúvidas que algo de muito relevante está acontecendo na economia. Um novo tipo de organização, que não tem estoque, não acumula recursos, não detém os meios de produção físicos e não tem mão de obra própria para a prestação de boa parte dos serviços, está se consolidando de vez. Por trás de toda a transformação que vivenciamos na economia e que impacta nossa sociedade como um todo, desde hábitos à cultura, estão as plataformas. Um modelo de negócio que tem revolucionado setores inteiros.

**A definição de uma plataforma é simples: uma organização que viabiliza interações entre produtores externos e consumidores, oferecendo regras e uma infraestrutura para que elas ocorram de forma eficiente e segura.** Diversas empresas bilionárias atuam com esse modelo: Uber, iFood, Amazon, Google, Apple, Airbnb e muitos outros gigantes da tecnologia.

Mas não são só as empresas mercantis que estão adotando esse modelo. Cooperativas do mundo todo estão unindo as bases do modelo de negócio de plataforma, com a doutrina cooperativista, e dando início a um novo tipo de negócio: as cooperativas de plataforma.

Uma cooperativa de plataforma também tem a função de facilitar o acesso, por parte dos consumidores, a bens e serviços e, por outro lado, por parte dos fornecedores, ao mercado de consumo interessado na aquisição das ofertas.

A diferença é que uma plataforma cooperativa não é de propriedade de um grupo de investidores, mas dos próprios trabalhadores que nela atuam ou dos consumidores que adquirem os bens e serviços por ela comercializados - ou até mesmo de ambos.

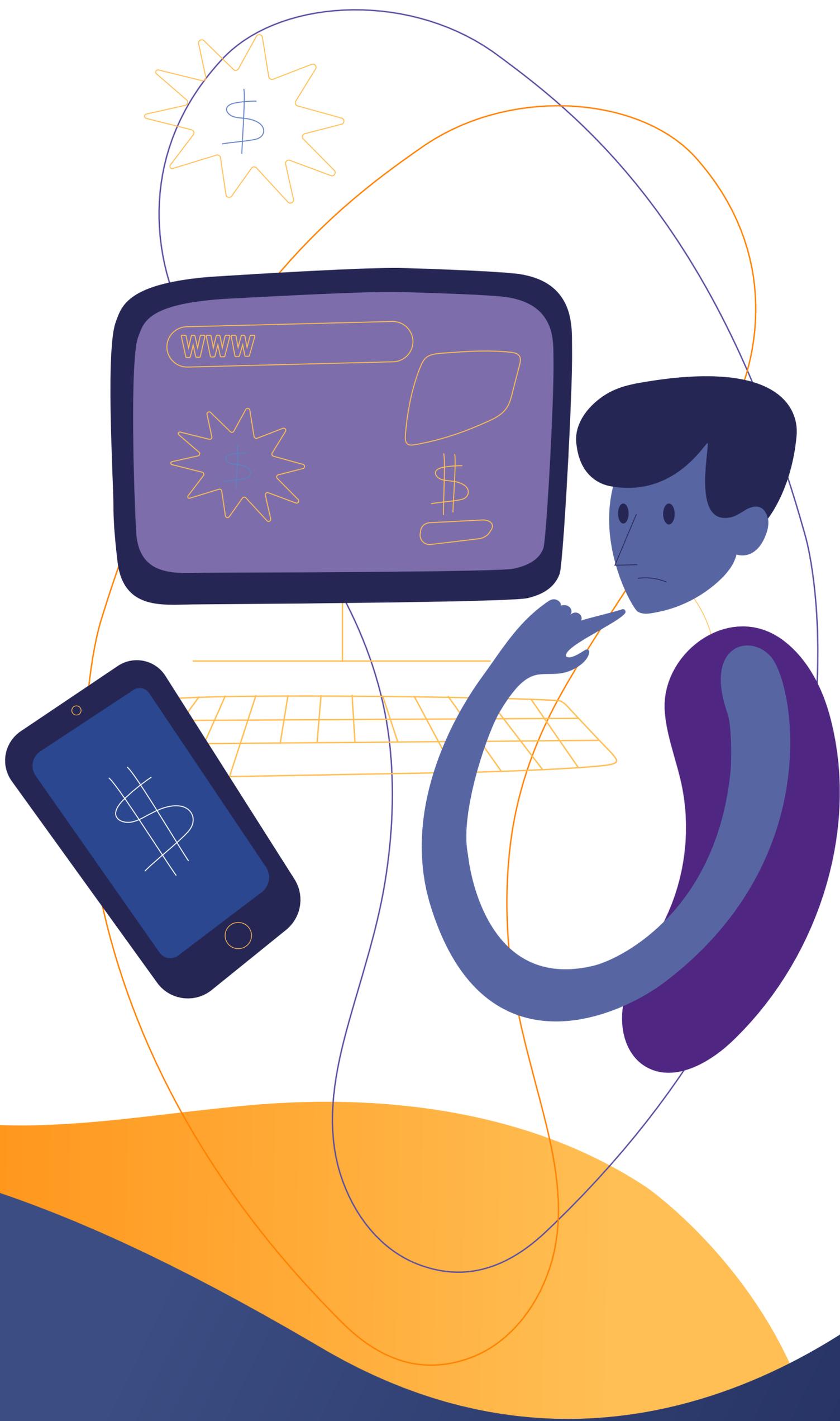
Uma plataforma de streaming de música, por exemplo, pode ser de propriedade dos músicos que compartilham suas músicas, dos ouvintes que assinam o serviço e de seus funcionários - e cada participante pode acumular um ou mais desses papéis.

Atualmente, existem cerca de 300 iniciativas de cooperativismo de plataforma mapeadas em todo o planeta. A principal liderança deste movimento é o [Consórcio de Cooperativismo de Plataforma](#), com sede em Nova York, que mapeia as iniciativas, busca intermediar apoio financeiro às cooperativas de plataforma, desenvolve materiais educativos, cursos de apoio ao ecossistema e fortalece esta rede de cooperativas.

O Consórcio também realiza anualmente a Conferência Internacional de Cooperativismo de Plataforma, que em 2019 aconteceu na cidade de Nova York entre os dias 7 a 9 de novembro, com o tema: “Who owns the World? The state of Platform Cooperativism” (“A quem pertence o mundo? O estado do cooperativismo de plataforma”). Uma [missão brasileira coordenada pela Coonecta](#) levou 20 pessoas para a edição de 2019, entre pesquisadores e profissionais de cooperativas de diferentes portes e ramos. Ao todo, mais de mil pessoas do mundo todo participaram da Conferência.

É um movimento crescente e que ganha força na medida em que ficam claros os impactos da chamada economia do compartilhamento, que se desenvolveu formando oligopólios com fortes impactos na distribuição da riqueza e bem-estar.

Para entender este contexto a fundo e abordar em detalhes as cooperativas de plataforma, vamos antes mergulhar nos conceitos de economia compartilhada e do modelo de negócio de plataforma. Além disso, vamos entender como o modelo de plataforma pode ser uma oportunidade para as cooperativas tradicionais já existentes.



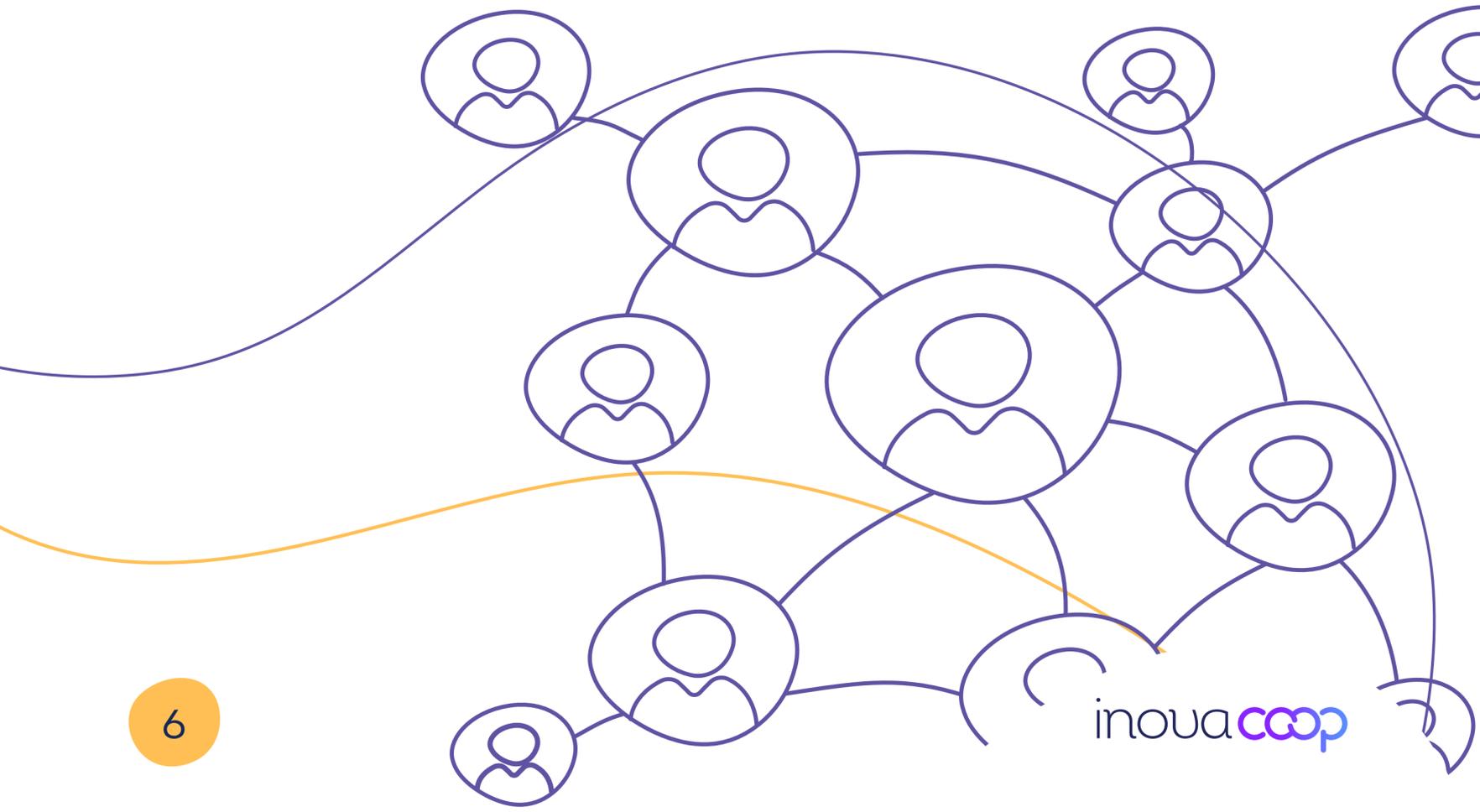
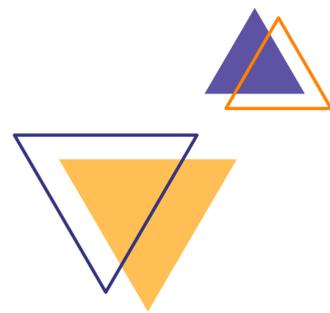
Novos  
paradigmas da  
economia digital

Vivemos um contexto cada vez mais digital e que segue em constante transformação com aceleração no desenvolvimento tecnológico, ampliação das redes e acesso aos dados. Segundo a consultora e futurista Martha Gabriel, autora do livro “Eu, Você e os Robôs”, vivemos hoje a Era Digital, onde quem domina os dados, domina o mundo.

Essa era de crescimento exponencial tem demandado uma nova mentalidade nos negócios já que as atualizações precisam ser constantes. As mudanças no consumo mostram que as pessoas buscam cada vez mais conveniência e boas experiências de compra. Outras mudanças de comportamento observadas são aquelas baseadas em sustentabilidade e colaboração, que reflete no surgimento da economia compartilhada. Todas essas características têm impulsionado as plataformas, como veremos a seguir.

## Economia compartilhada

O tempo médio total de uso de uma furadeira ao longo de toda a sua vida útil é de cerca de 40 minutos, conforme [apontado pelo Instituto Akatu, que se dedica ao consumo consciente](#). O dado vem acompanhado também de uma provocação. As pessoas precisam da furadeira ou a demanda delas é pelo furo?





Na prática, isso significa que você pode pegar um equipamento emprestado de um conhecido ou até mesmo vir a alugar uma pelo tempo que necessitar de uma empresa especializada nesse tipo de serviço. Ou pode, ainda, optar por algo similar a um caminho do meio, que seria vir a alugar o item de um desconhecido. Esta possibilidade vem a ser fruto do conceito de economia compartilhada.

O termo “economia compartilhada” e o conceito de “consumo colaborativo” costumam andar juntos. Isso porque os dois remetem à possibilidade de consumir bens e serviços com base apenas no uso e não necessariamente na sua posse. Outro termo comum é da *gig economy*, baseada na economia freelancer, sob demanda ou de “bicos”. A diferença neste caso é que, em vez de bens e serviços, é disponibilizado o conhecimento e a especialização das pessoas para projetos específicos.

Na economia compartilhada, como o próprio nome diz, ela vai compartilhar algum bem ou serviço para aumentar sua renda. Assim, o exemplo da furadeira é bastante útil para compreender do que se tratam as expressões. Afinal, o ato de pegar emprestado um equipamento ou acessório que exerce uma função específica - a furadeira, no caso - é algo bastante corriqueiro. Mas precisamos concordar em um ponto: seria bastante justo remunerar o proprietário pelo uso do equipamento pelo qual ele pagou, não é mesmo?

Dessa maneira, uma relação de consumo como essa foi revolucionada a partir dos conceitos de economia compartilhada e de consumo colaborativo. Tudo porque a tecnologia trouxe infinitas possibilidades de ressignificação dessas práticas de empréstimo e locação, conforme mostra esta [reportagem da revista Época Negócios](#).



À partir do princípio de que todo mundo tem algo que não usa, o consumo colaborativo cria valor para todos esses elementos ociosos. Note que a economia compartilhada e, principalmente, o consumo colaborativo contemplam premissas relacionadas à sustentabilidade. Ou seja, remetem à **otimização do uso de bens materiais**. É este o princípio que, pelo menos em teoria, pautou o surgimento de um consagrado exemplo de economia compartilhada, o aplicativo de hospedagem Airbnb.

Na prática, ao usar o Airbnb, o usuário está adquirindo uma solução de hospedagem que é baseada no consumo do bem do proprietário, o imóvel, e também na prestação de serviços como arrumação e limpeza. O usuário usufrui dos bens de outra pessoa e a remunera por isso. É claro que, com isso, a parte que faz a intermediação de todo esse processo, a empresa Airbnb, também sai ganhando.

Importante citarmos que a economia compartilhada, com ênfase no uso e não na posse, também inclui o conceito da *crowd economy*, onde várias pessoas se juntam para conseguir algo. Este conceito é representado pelos movimentos de *crowdsourcing*, *crowdfunding* e cocriação, entre outros. A Wikipédia é um exemplo conhecido deste modelo.

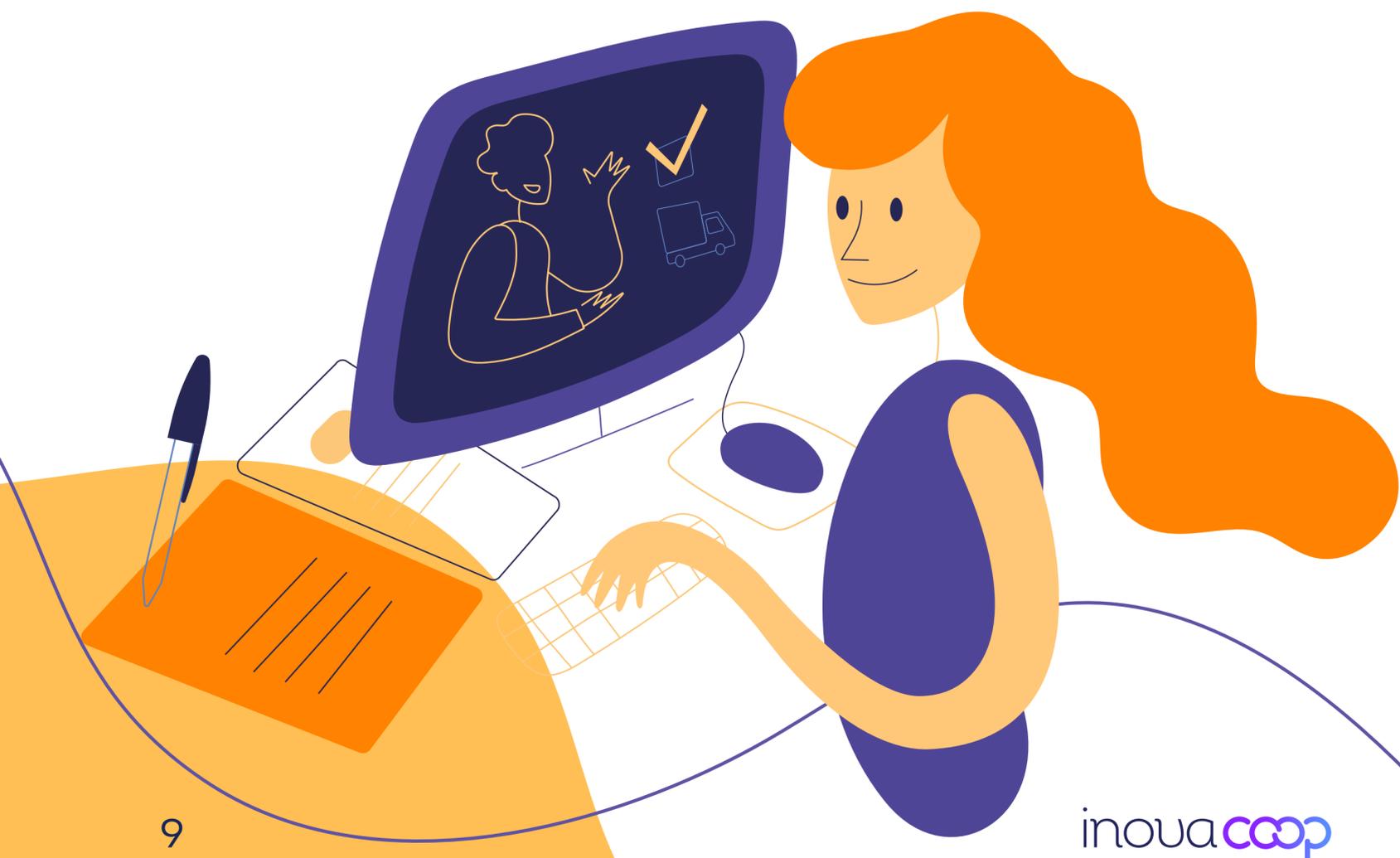


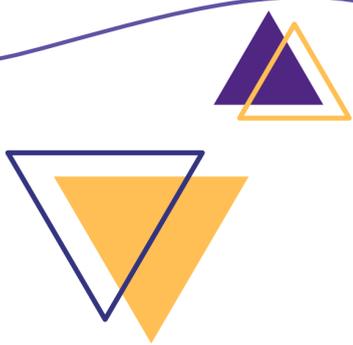
A tendência deste tipo de consumo e colaboração está em crescimento em todo mundo. E no centro da economia compartilhada está um novo modelo de negócio, o de plataforma. E assim como para entender a revolução industrial precisamos analisar as fábricas do século XVIII e XIX, para entender a economia compartilhada, precisamos decifrar o modelo de negócio de plataforma.

## Além da tecnologia: um novo modelo de negócio

Para entender com mais precisão o que é o cooperativismo de plataforma nós precisamos, antes, entender melhor o que é uma plataforma. O livro “Plataforma: A Revolução da Estratégia” diz o seguinte:

*Uma plataforma é uma empresa que viabiliza interações que criam valor entre produtores e consumidores externos. A plataforma oferece uma infraestrutura para tais interações e estabelece condições de funcionamento para elas.”*





Na prática, uma plataforma é responsável por organizar e criar um ambiente para as diversas interações existentes entre produtores e consumidores de determinado produto ou serviço. Então, como ocorre no caso da iFood, por exemplo, a plataforma conecta fornecedores de refeições a clientes interessados em consumi-las e entregadores disponíveis e capacitados para realizar a entrega. É, então, por meio do ambiente da plataforma que todas essas interações são organizadas e viabilizadas, com garantia de segurança, agilidade e qualidade para todas as partes envolvidas no processo.

Um ponto precisa ficar claro neste momento. **Os ativos e recursos humanos da plataforma têm por objetivo tornar as interações possíveis, cumprindo seu papel de intermediadora.** Mas os produtores e os prestadores de serviços não são da plataforma. Eles apenas a utilizam na intermediação. Por exemplo: não são os colaboradores da plataforma que saem na rua para fazer entregas e as refeições não são preparadas pela plataforma.

Pode parecer simples, mas este “detalhe” muda completamente a lógica do negócio. Compare uma plataforma com uma indústria manufatureira tradicional. A indústria é uma acumuladora de recursos: produz bens, tem fábrica e equipamentos, trabalhadores próprios, compra a matéria prima, estoca e distribui.

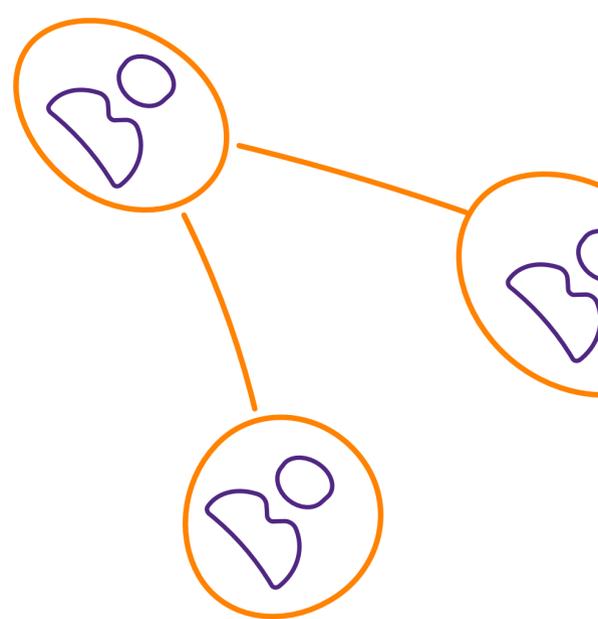


Ou seja: “Nos mercados de plataforma, a natureza do fornecimento muda. Capacidades ociosas são descobertas, e a comunidade, que antes costumava apenas demandar, passa a contribuir como fornecedora. Enquanto as empresas tradicionais mais enxutas funcionam com estoque *just-in-time*, as plataformas de negócios operam com estoque *not-even-mine*”, explica o livro “Plataforma: A Revolução da Estratégia”.

As organizações tradicionais operam centradas em seus recursos internos com controle de sua cadeia de valor, seguindo um processo de trabalho linear. O ganho de escala acontece com controle de seus custos de produção. A evolução da tecnologia e da comunicação provocaram uma ruptura nesse modelo. O ganho de escala agora pode acontecer com o crescimento da demanda existente, numa nova lógica. A organização que consegue atrair mais pessoas para sua rede cresce em vantagem competitiva, sem ter o controle total de sua cadeia.

A base da estratégia não está em controlar seu ciclo produtivo e sim na orquestração do ecossistema da rede. Quanto mais gente na rede, mais interação. E quanto mais interação, mais dados são usados para gerar mais valor para todos na plataforma.

**As interações da comunidade são as maiores geradoras de valor da plataforma, pois potencializam o efeito de rede**, como explicaremos a seguir. Com o sucesso dessa lógica, o negócio atinge um círculo virtuoso.



## Desenvolvimento de ecossistemas

Vale ressaltar aqui que as plataformas também podem se desenvolver em complexos ecossistemas de negócios, onde diversas empresas utilizam a mesma plataforma e fazem ofertas integradas de produtos e serviços.

A Amazon e a Magalu são um exemplo disso: diversos fornecedores parceiros são agregados à plataforma dessas duas gigantes do varejo.

Esse modelo de ecossistemas de negócios, que já era uma tendência, se tornou ainda mais forte com a pandemia de Covid-19. É essa a conclusão de [recente pesquisa divulgada pela consultoria Mckinsey](#). “A crise da COVID-19 reforçou a importância das interações digitais e provavelmente acelerará ainda mais a adoção de modelos de negócios com ecossistemas digitais”, diz a pesquisa. Segundo a Mckinsey, o mercado de ecossistemas digitais pode dar um salto impressionante até 2025:

*A maioria das empresas internacionais já está cogitando ativamente o modelo de negócios de ecossistema devido a seu potencial de geração de valor: crescimento do negócio principal, expansão da rede e do portfólio e geração de receitas a partir de novos produtos e serviços. A economia das redes integradas pode representar um pool de receitas mundial de 60 trilhões de dólares em 2025, com possível aumento da participação total na economia dos cerca de 1% a 2% de hoje para aproximadamente 30% em 2025”.*



Por outro lado, a consultoria afirma que muitas empresas que tentaram reproduzir o sucesso de gigantes da tecnologia como Google e Amazon em ecossistemas vêm tendo dificuldades. Segundo a McKinsey, como os ecossistemas são complexos, definir a abordagem certa para capturar o máximo valor deles é um desafio. Por isso, ela recomenda que as organizações determinem sua estratégia de ecossistema avaliando as características e tendências do mercado, bem como sua “adequação” a ecossistemas específicos e já existentes.

Mais adiante vamos entender como o cooperativismo pode tirar proveito do surgimento de plataformas e ecossistemas. Antes, vamos entrar um pouco mais nas características das plataformas, em especial o efeito de rede.



O efeito de rede  
das plataformas



Como vimos, este modelo de negócios tem na plataforma a função de orquestradora de interações entre produtores e consumidores. Tudo isso acontece por meio do ambiente tecnológico da plataforma, inclusive a definição de regras de relacionamento entre as partes. Assim, uma plataforma conta, em geral, com um sistema de ranqueamento duplo, em que tanto os fornecedores quanto os consumidores são mútua e continuamente avaliados.

É parte da função da plataforma zelar pelo nível de qualidade dos serviços prestados. Afinal, seu sucesso está diretamente relacionado ao chamado **efeito de rede**. Vamos entender a seguir algumas particularidades do funcionamento de uma plataforma, que servem para entender não só plataformas tradicionais, mas também cooperativas de plataforma.

## O que é efeito de rede

O que gera valor para as plataformas é o efeito de rede. Ou seja, o impacto exercido pela comunidade de usuários a partir da participação de cada um, individualmente, na plataforma.





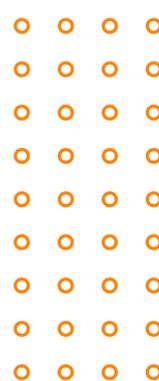
Vamos pensar em um banco de imagens, por exemplo. Esse tipo de negócio depende da quantidade de fotógrafos que se dispõem a subir suas produções na plataforma digital. Por outro lado, os profissionais só terão interesse de se associar à plataforma caso esta tenha um grande volume de usuários conectados. Em suma, tudo depende do efeito de rede.

As redes sociais em geral são grandes expoentes do efeito de rede. No início, com poucos usuários, não há muito interesse em acessar uma nova rede. Mas à medida que mais pessoas se cadastram nela, o interesse aumenta exponencialmente, assim como a quantidade de usuários.

Mas não pense que o efeito de rede é algo exclusivo de negócios baseados na internet. Pense, por exemplo, em linhas telefônicas. Se somente uma pessoa tivesse acesso, a linha telefônica não teria valor algum. Com duas pessoas, o valor é bastante limitado e ele somente vai aumentar quando for possível telefonar para quase qualquer pessoa.

No caso dos telefones, o efeito de rede é chamado de direto, que ocorre quando a demanda cresce conforme o aumento da quantidade de usuários. O efeito de dois lados é visto em plataformas de vagas de emprego, por exemplo. Quando há mais empregadores anunciando suas vagas na plataforma, mais usuários vão querer acessá-la e vice-versa.

+++++



O último tipo de efeito de rede é o local, quando grupos menores contribuem para a geração de valor da plataforma como um todo. Uma plataforma dedicada ao delivery de refeições se baseia no efeito de rede local. Afinal, não faria sentido pedir que um restaurante a 50 km de distância entregasse na sua casa, não é mesmo? Então o importante é a comunidade local. Mas a criação de uma rede numa capital estimula sua criação em outras cidades.

## Pilares do efeito de rede

Não importa qual seja o tipo do efeito de rede criado pela plataforma, existem três pilares que dão sustentação ao negócio. São eles:



**Escala:** é a capacidade de crescimento rápido da plataforma. Se a plataforma crescer muito devagar, os primeiros usuários cadastrados certamente irão perder o interesse e abandoná-la.



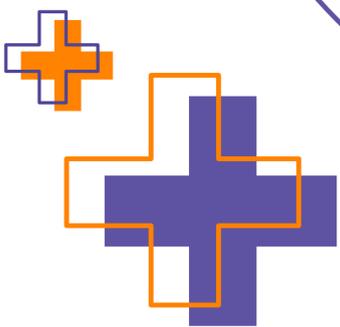
**Base tecnológica:** a tecnologia tem que acompanhar a expectativa de crescimento da plataforma e acaba por ser um fator determinante para seu sucesso.



**Adaptação:** não é porque se baseia em escalabilidade que uma plataforma entrega a mesma solução para todos os seus usuários. Nos casos em que a plataforma atua em diferentes regiões, é importante permitir personalizações que adaptem a experiência para cada tipo de público.



**Dados:** se o efeito de rede é o coração da plataforma, os dados são o sangue. A geração de um grande volume de dados, assim como seu tratamento, constituem um ativo de elevado valor para a plataforma. Tanto que vamos dedicar uma parte do texto para falar sobre eles.



## A importância dos dados

Qualquer que seja a interação entre os usuários de uma plataforma, ela é baseada em dados. O faturamento de uma rede social como o Facebook depende da exposição dos anúncios adequados para cada tipo de público. E somente será possível saber a qual tipo de anúncio uma pessoa deve ser submetida se seu comportamento de uso for avaliado. E isso só acontece a partir da coleta e do tratamento de dados.

O mesmo ocorre com aplicativos de mobilidade urbana. Uma corrida não acontece caso dados sobre localização do motorista e do passageiro não estejam disponíveis - ou o preço da corrida bem como o meio de pagamento pela corrida. A partir dos dados as partes envolvidas no uso da plataforma ganham segurança para fazer cada vez mais interações.

Além de proporcionar uma melhor experiência para os usuários, os dados também direcionam a tomada de decisões estratégicas para a plataforma. A análise dos dados gerados pela operação ajuda a entender a dinâmica do mercado, a prever tendências e antecipar acontecimentos. Isso tudo, se bem tratado a partir de ferramentas de análise de dados, se transforma em vantagem competitiva para a empresa.

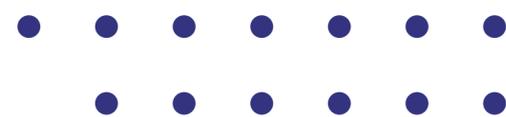


Exemplo do efeito de rede em app de mobilidade urbana



A junção de todas essas características torna muito poderosos os negócios baseados em plataformas digitais. Logo, o crescimento escalável das plataformas pode acarretar em distorções prejudiciais ao mercado, que é sobre o que vamos falar a partir de agora.

## Efeitos negativos das plataformas tradicionais



Antes dos efeitos negativos, vale fazer uma ressalva. Como tudo que é novo, o modelo de plataforma está sendo colocado à prova e tem provocado adesões, reflexões e, principalmente, questionamentos em diversos aspectos. O fato é que as plataformas mudam o modelo que estava estabelecido e, com isso, todo o contexto precisa se rearranjar: tanto o mercado que recebe a plataforma quanto a plataforma que se adapta conforme as respostas desse mercado.

No caso de um negócio tradicional, a plataforma é propriedade dos inúmeros investidores que vieram a aportar recursos para a sua viabilização econômica. Isso não é, necessariamente, um problema. Mas existe a visão de que isso, de forma geral, pode causar distorções nas relações entre a plataforma e os trabalhadores que dela dependem, e também nas distribuições das riquezas geradas pelo uso dos serviços oferecidos.



Em geral, funciona assim: uma plataforma tradicional nasce como uma startup que é criada para viabilizar uma ideia de uma pessoa ou um grupo de pessoas. Os donos da ideia são os chamados founders da startup. Eles são os primeiros donos da empresa.

Para viabilizar a montagem da empresa, os fundadores vão atrás de recursos financeiros e mentoria.

Para tanto, aceitam ceder parte da propriedade da empresa a investidores. É claro que esses investidores visam à recuperação do capital investido mais um prêmio pelo risco.

Assim, a partir desse momento a startup começa não apenas a desejar a escalabilidade, mas a depender dela. Isso demanda ainda mais investimentos em tecnologia e aquisição dos primeiros clientes para dar início à construção do efeito de rede. É o que leva as plataformas recém-criadas a buscar ainda mais investidores.

Em muitos dos casos, inclusive, o objetivo dos fundadores é ceder completamente sua participação na empresa em troca de valores expressivos, o chamado “exit”.

O resultado é que o faturamento da plataforma precisa crescer cada vez mais devido à pressão por distribuição de resultado para os investidores. Logo, sobra cada vez menos para os usuários e prestadores de serviços ou fornecedores da plataforma.



“Por trás do discurso do ‘compartilhamento’ se esconde uma agenda de concentração de riqueza, precarização do trabalho, destituição de direitos trabalhistas e altos retornos para o setor financeiro que “banca” tais plataformas globais. É o chamado ‘capitalismo de plataforma’”, diz o advogado e diretor-executivo da Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa, Rafael Zanatta, no artigo



“E se a internet deixar de ser capitalista?”

Um ponto positivo é que este mesmo modelo pode também ser desenvolvido a partir do ponto de vista do cooperativismo. E é exatamente nesse momento em que nasce o chamado cooperativismo de plataforma. **Imagine se os próprios trabalhadores e usuários pudessem compartilhar a propriedade e governança dessas plataformas? Isso é possível!**





© cooperativismo  
de plataforma



De acordo com a declaração de visão do Consórcio de Cooperativismo de Plataforma são os princípios de Rochdale de 1844 a fonte de inspiração para sua atuação. Além disso, uma certa dose de insurgência, como sugere o [questionamento na página “Sobre” da organização](#):

### Que tipo de nova economia queremos criar?

E a resposta vem quase junto da pergunta com a afirmação de que é necessário otimizar a economia digital para todas as pessoas, combatendo a visão voltada ao mero crescimento e obtenção de lucros de curto prazo atualmente vigentes.

Assim, o cooperativismo de plataforma visa ao combate das desigualdades sociais e também econômicas associadas à economia digital, com distribuição mais igualitária da riqueza. Como **vantagens do cooperativismo de plataforma**, o Consórcio lista:

- + Empregos de alta qualidade
- + Benefícios à produtividade
- + Resiliência elevada quando comparada a outros modelos de negócio
- + Menor rotatividade por parte dos funcionários
- + Mais controle sobre privacidade e transparência
- + Pagamentos justos
- + Oportunidades para beneficiar todo o ecossistema de cooperativas
- + Mais controle sobre a direção dos negócios para os colaboradores e cooperados



Todas essas vantagens pontuadas pelo consórcio estão plenamente alinhadas ao que prega um dos principais livros sobre cooperativismo de plataforma. Com edição de Trebor Scholz e Nathan Schneider, o próprio título do livro é um chamado à democratização dos negócios: *Ours to hack and to own* (Nosso para hackear e possuir).

Na obra, é falado sobre a ascensão do cooperativismo de plataforma como uma nova visão para o futuro do trabalho e um meio digital mais justo e inclusivo. Tanto é que a primeira definição, ainda nas páginas iniciais da publicação, diz:



*Vamos falar sobre governança compartilhada e propriedade compartilhada das alavancas de poder da internet, suas plataformas e protocolos. Propriedade e governança democrática são os pilares aos quais se refere o cooperativismo aqui e historicamente. Sem estes, a palavra soa vazia”.*

## Princípios do cooperativismo de plataforma

Conforme já vimos anteriormente, a função de uma plataforma, seja tradicional ou cooperativista, é a mesma. Ambos os modelos são viabilizados a partir da geração simultânea de oportunidades de trabalho e de acesso a bens e consumo.





Entretanto, conforme definiu Trebor Scholz, criador do termo cooperativismo de plataforma, uma plataforma de propriedade compartilhada se organiza de uma forma diferente daquelas com origem tradicional. Isso porque segue os princípios cooperativistas. Logo, os fundadores não almejam ceder sua participação na iniciativa em troca de dinheiro, mas ver o número de cooperados crescer cada vez mais para fazer valer o princípio da propriedade compartilhada.

Como diz Nathan Schneider, “a teoria do cooperativismo de plataforma tem dois princípios principais: propriedade comunal e governança democrática”.

Além disso, as plataformas cooperativistas, por seguirem os princípios do cooperativismo, visam à geração de valor para a sociedade, como pagamentos decentes e seguridade de renda.

## Vamos dar uma olhada nos 10 princípios do propostos por Scholz para o cooperativismo de plataforma:



### **Propriedade coletiva:**

plataformas cooperativas resgatam a ideia inicial de que a internet é pública e muda o modo como pessoas comuns pensam sobre suas relações na internet.

### **Pagamentos decentes e seguridade de renda:**

assegurar que as plataformas não precifiquem o trabalho abaixo do que seria razoável, mesmo com pessoas se sujeitando a remunerações baixíssimas.



**Transparência e portabilidade de dados:**

transparência no modo como os dados são coletados, analisados, estudados e para quem eles são vendidos.

**Apreciação e reconhecimento:**

deve existir uma boa atmosfera de trabalho, fazendo com que trabalhadores sejam reconhecidos e apreciados.

**Trabalho codeterminado:**

desde o primeiro dia e durante o uso, é necessário envolver as pessoas com as quais se busca popular a plataforma.

**Uma moldura jurídica protetora:**

plataformas cooperativas demandam ajuda jurídica por serem consideradas incomuns. A ajuda é também necessária quando se trata de defender cooperativas contra ações legais adversas.

**Proteções trabalhistas portáveis e benefícios:**

direitos sociais do trabalho não são inerentes à relação de emprego tradicional. Assim, todos os trabalhadores devem ter acesso a condições seguras e adequadas de trabalho e às proteções sociais.

**Proteção contra comportamento arbitrário:**

não cometer erros conhecidos como uma disciplina arbitrária, como desligar parceiros sem qualquer explicação e por qualquer motivo ou até sem motivo.

**Rejeição de vigilância excessiva do ambiente de trabalho:**

não utilizar sistemas de avaliação, manter vigilância constante e excessiva, violando a dignidade do trabalhador.

**O direito de se desconectar:**

os trabalhadores precisam do direito de se desconectar. O trabalho digital decente deve ter fronteiras claras e as plataformas cooperativas precisam deixar um tempo para relaxamento, aprendizado e outras atividades.





## Desafios de desenvolvimento

São cinco os principais desafios à criação de cada vez mais plataformas cooperativas: 1) falta de compreensão das pessoas em geral sobre o que é o cooperativismo; 2) poucas pessoas sabem que existem plataformas cooperativas; 3) o modelo tradicional de plataforma é muito mais simples e difundido pelo mercado e pela mídia; 4) o acesso a capital é mais complicado para cooperativas e; 5) boa parte das pessoas que entendem o que é e como funciona o cooperativismo nem sempre dominam a visão estratégica necessária para atuar no universo digital.

Vamos falar um pouco sobre cada um desses desafios:



### **DIFICULDADE DE ENTENDER O COOPERATIVISMO**

Possivelmente, o principal desafio à criação de mais plataformas cooperativas é a dificuldade que as pessoas em geral têm de entender o cooperativismo. [Este problema foi apontado, em artigo](#), pelo fundador da aceleradora Start.Coop e conselheiro do Instituto de Desenvolvimento Cooperativo, Greg Brodsky.

Para ele, embora 78% das pessoas afirmem ter intenção de comprar de cooperativas, apenas 11% sabem explicar o que é o modelo cooperativista. Como consequência, embora ele observe uma aceitação crescente acerca do modelo em todo o mundo, há relutância por parte das próprias plataformas cooperativas em adotar o termo “coop” como sufixo ou prefixo.



## **DISSEMINAÇÃO DO COOPERATIVISMO DE PLATAFORMA**

Além da compreensão do cooperativismo, Rafael Zanatta - que traduziu para o português o livro [“Cooperativismo de Plataforma”](#), de Trebor Scholz - destaca a necessidade de tornar mais visível a possibilidade do cooperativismo de plataforma, o que pode ser feito por meio da circulação mais intensa de ideias e projetos de democratização da economia na internet. Segundo Zanatta, há esforços isolados de divulgar tecnologias de blockchain e o projeto de cooperativismo de plataforma, mas são necessárias muito mais iniciativas nessa agenda.

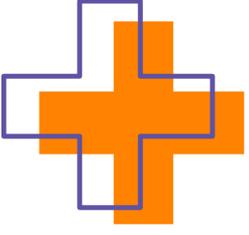


## **MODELO TRADICIONAL DE PLATAFORMA É MAIS SIMPLES**

Em contrapartida, o modelo tradicional de plataforma é muito mais simples e difundido. Não é à toa que mesmo neste texto usamos um exemplo tradicional para explicar o que são plataformas. O problema é que não são apenas os públicos consumidor e empreendedor que têm dificuldade de entender o modelo.

E isso nos leva ao próximo desafio.





## ACESSO DIFICULTADO A CAPITAL

O modelo de plataforma demanda investimentos relevantes em infraestrutura tecnológica e marketing. E o desafio, na verdade, está na forma de conseguir tal investimento porque a legislação brasileira não permite sócios-investidores, conforme explica Mário De Conto, diretor geral da Escoop e pesquisador deste tema no Brasil.

*“Não são permitidos sócio-investidores que só participam do negócio como investidores, buscando um retorno financeiro. A legislação não permite ter um sócio meramente investidor, mas permite, por exemplo, a criação de uma empresa subsidiária, da qual a cooperativa pode ser sócia”, explica.*

De Conto observa que em outros países é comum cooperativas de plataforma que têm uma parcela da propriedade destinada aos investidores. “Muitas das cooperativas de plataforma internacionais que nós pesquisamos são cooperativas multi-stakeholders, ou seja, que permitem diversos grupos e associados. É uma situação um pouco rara no Brasil, que gera o desafio de pensar numa cooperativa com essa configuração”, avalia.

Não bastassem esses obstáculos, o meio cooperativista precisa abraçar as estratégias do universo digital.





## IMPORTÂNCIA DE FORTALECER A VISÃO ESTRATÉGICA DIGITAL

O meio cooperativista precisa desenvolver e disseminar uma visão cada vez mais estratégica no universo digital. Ou seja, que seja capaz de colocar os princípios do cooperativismo para concorrer de igual para igual com as iniciativas tradicionais num mundo cada vez mais on-line.

Para se manterem competitivas também no mercado digital, é importante que as cooperativas se posicionem em busca do chamado “efeito de rede” positivo, para conseqüente sucesso do negócio. Os efeitos de rede traduzem o impacto dos usuários em uma plataforma, sua geração de valor e criação de um círculo virtuoso. Nesse contexto, a estratégia de lançamento da [Stocksy](#) é um bom exemplo. Esta cooperativa de plataforma se lançou no mercado baseada na estratégia de atrair bons cooperados, uma sólida base de clientes e com foco em seu potencial de crescimento.

Para entender um pouco mais deste assunto, recomendamos o livro [“Plataforma: A Revolução da Estratégia”](#), dos autores Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyne e Sangeet Paul Choudary.





## As cooptechs: além do movimento das cooperativas de plataforma

O foco deste e-book são as cooperativas de plataforma. Mas é preciso fazer um parêntese aqui para falar das cooptechs. De maneira geral, cooperativas de plataforma são cooptechs, pois são cooperativas jovens, com modelos inovadores e que têm atuação preponderantemente digital. Mas o contrário nem sempre é verdade. Isso porque cooptechs podem ter diversos focos de atuação. É como no caso de startups tradicional, que são categorizadas conforme o segmento a que pertencem.

Assim, startups do meio de seguros são chamadas de insurtechs. Aquelas dedicadas ao meio jurídico são lawtechs. As do setor de finanças são as fintechs - as mais famosas entre as “techs”. Logo, seguindo a mesma lógica, startups cooperativas são cooptechs.

Embora o termo cooptech abranja todas as startups cooperativas, nem todas atuam com a mesma finalidade. Isso significa que nem todas são cooperativas de plataforma. O movimento de cooptechs, portanto, extrapola as plataformas.

De forma semelhante ao meio tradicional em relação às startups, as cooptechs surgiram como forma de promover a transformação digital das cooperativas. Com estruturas enxutas, foco muito definido e baseadas em metodologias ágeis, as startups cooperativas proporcionam velocidade na tomada de decisão, o que influencia os processos das cooperativas tradicionais.



Como fazer parte  
de uma cooperativa  
de plataforma

O cooperativismo de plataforma, apesar de seus desafios, é um movimento mais forte a cada dia. No entanto, o modelo ainda não se desenvolveu a ponto de ter uma metodologia consolidada para a criação de uma cooperativa nesses moldes. O Consórcio de Cooperativismo de Plataforma está trabalhando na definição de um kit de ferramentas detalhado para essas cooperativas. Mas já existem orientações gerais sobre os primeiros passos a seguir. No livro “Ours to Hack and To Own”, Micky Metts sugere os seguintes pontos para quem quiser dar os primeiros passos neste sentido.



### **ENCONTRE AS PESSOAS CERTAS**

Uma cooperativa é uma união de pessoas. Ache pessoas que valorizem trabalhar em um modelo de cooperativa. Busque em suas redes, fale para seus contatos dos seus planos, entre em grupos e listas de e-mail para encontrar essas pessoas.



### **EXPLORE DIFERENTES ESTRATÉGIAS DE AUTOGESTÃO**

Aprenda sobre a gestão interna das cooperativas locais, vá a eventos, encontre com membros de outras cooperativas e procure aprender sobre a organização interna delas.



### **CONSIDERE A CONVERSÃO DE UMA EMPRESA MERCANTIL EM UMA COOPERATIVA**

Essa é uma estratégia bastante usada e pode ser um dos meios mais simples para se tornar uma cooperativa, caso haja essa possibilidade.



### **DEFINA OS PARÂMETROS PARA A ATUAÇÃO DA COOPERATIVA**

Aja com transparência, afinal, uma cooperativa é definida por suas regras claras entre os membros.



### **APOIE OUTRAS COOPERATIVAS**

Compre de cooperativas e incentive grandes cooperativas a apoiarem cooperativas de plataforma.



### **CONSIDERE O USO DE SOFTWARE LIVRE**

A comunidade de software livre tem valores parecidos e é participantes do ecossistema de cooperativas de plataforma. Por meio do software livre sua cooperativa pode ter mais liberdade de uso ao não depender de uma solução mercantil e ainda ajudará a comunidade, ao compartilhar seu código aberto.

Além dos pontos colocados acima por Micky Metts, uma vez que a cooperativa começa a se estruturar é importante ter um planejamento estratégico do negócio. Além de definir as estratégias para o atendimento ao consumidor e/ou cooperado, comunicação e marketing.

Vale lembrar também que o Consórcio de Cooperativismo de Plataforma mantém uma página constantemente atualizada com recursos úteis para quem quer iniciar uma cooperativa de plataforma. [Clique aqui para acessar.](#)

Se você tem um projeto e um grupo necessário para criar uma cooperativa, procure a unidade do Sistema OCB do seu estado para saber se ele está alinhado aos princípios cooperativistas e se existem outras cooperativas fazendo a mesma coisa. Em alguns casos, pode valer a pena se unir a elas para construir algo ainda maior.

Aliás, uma última dica é justamente a pesquisa por cooperativas já existentes neste formato, o que chamamos de benchmarking. Conhecer outras cooperativas de plataforma pode inspirar alguns caminhos de desenvolvimento ou mesmo se mostrar como uma possibilidade de se associar a uma cooperativa existente. A seguir, veremos alguns exemplos.



Exemplos  
de cooperativas  
de plataforma

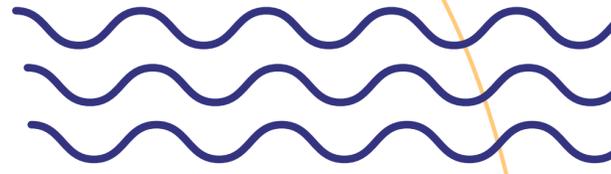
Dentre as mais de 300 iniciativas existentes no mundo, há exemplos em diversos ramos, como Transporte (Mensakas, Podd, FairCab, Eva), Trabalho, produção de bens e serviços (Stocksy, Up&Go, Smart, Resonate), Infraestrutura (Fairbnb), Saúde (Savvy, Midata), entre outras.

Algumas dessas cooperativas já estão disponíveis para consulta no [Radar da Inovação](#), maior bancos de casos práticos de inovação do cooperativismo brasileiro, que é produzido e organizado pelo Sistema OCB. A seguir vamos detalhar alguns exemplos:



Atualmente, a Europa é um ambiente fértil em iniciativas de cooperativismo de plataforma. Uma delas é a [Fairmondo](#), criada na Alemanha. Trata-se de um marketplace global e descentralizado. Sua principal característica, no entanto, é ser de propriedade dos próprios usuários. A proposta é ser um mercado on-line em que os usuários possam descobrir itens interessantes com facilidade. Ou seja, que possam adquirir artigos justos e sustentáveis. Os interessados em participar da Fairmondo podem se associar com valores a partir de 10 euros. Esta é uma estratégia da plataforma cooperativa para evitar grandes investidores e manter o modelo acessível à população. De fato, não há grandes investidores por trás da Fairmondo, mas sim mais de 2 mil indivíduos e comerciantes que constroem e participam da cooperativa atualmente.

# Smart



A [Smart](#) nasceu na Bélgica em 1998, como associação sem fins lucrativos. A transformação de associação para cooperativa de plataforma ocorreu em 2016, com a criação da “Smart Coop”, sociedade cooperativa de responsabilidade limitada com finalidade social. Hoje, é uma cooperativa com mais de 26 mil membros, que são trabalhadores autônomos de vários setores. Está presente, inclusive com escritórios disponíveis aos seus membros, em cerca de 40 cidades de 9 países da Europa.

Concretamente, a Smart oferece uma estrutura compartilhada de serviços para seus cooperados como declarações sociais e fiscais decorrentes das atividades, cálculo e pagamento das contribuições para a segurança social e pagamento de vários impostos. Além disso, oferece uma gama de serviços compartilhados extras como assessoria, formação e ferramentas (administrativas, jurídicas, fiscais e financeiras) de apoio ao desenvolvimento da atividade profissional dos trabalhadores independentes.



Da Itália podemos destacar a cooperativa [Fairbnb](#), uma referência à palavra fair, que em inglês significa “justo”, e à plataforma mercantil AirBnb. A cooperativa italiana surgiu como uma forma de reduzir a pressão dos aluguéis de curto prazo sobre a escalada do custo de moradia em cidades como Veneza, Paris e Barcelona.

Um dos elementos-chave da atuação da Fairbnb é a geração local de renda. Assim, para demonstrar o potencial de criar e alavancar a chamada ‘vantagem cooperativa’, a Fairbnb cobra dos hóspedes uma taxa de reserva de 15%. Além disso, uma das regras da plataforma é que os anfitriões morem no mesmo bairro em que alugam a acomodação.





Além disso, nenhum dinheiro é retirado dos anfitriões. A renda de 15% é dividida igualmente para financiar os projetos de plataforma e a comunidade na área local onde os viajantes ficam, o que é totalmente alinhado com princípios cooperativistas. No início de 2020, a cooperativa chegou à marca de 700 anfitriões espalhados por seis cidades europeias: Bologna, Veneza, Gênova, Milão, Amsterdã e Barcelona.



## MIDATA

Ainda na Europa, a [Midata](#) é outro exemplo de plataforma cooperativa e tem como missão mostrar como os dados podem ser usados para o bem comum. De maneira simultânea, a Midata tem a proposta de garantir também o controle dos cidadãos sobre seus dados pessoais.

Os proprietários de uma conta de dados na Midata podem se tornar contribuintes ativos para pesquisas médicas e estudos clínicos. Para tanto, podem conceder acesso seletivo aos seus dados pessoais. Da mesma maneira, é possível se tornar membro da cooperativa e, assim, controlar também as decisões acerca dessa cooperativa de plataforma.

Um exemplo prático em andamento é o projeto da Midata em parceria com a BFH Medical Informatics e apoio dos parceiros. Em pouco tempo, foi lançado um aplicativo que permite que os cidadãos registrem continuamente seu estado de saúde e sintomas de Covid-19. O objetivo é fornecer o mais rápido possível uma coleção de dados anônimos de saúde e sintomas em um padrão semântico definido em coordenação com o eHealth Suisse. Com os dados anônimos disponibilizados ao público, a ideia é entender melhor o curso da pandemia não só neste momento, como também no futuro. O aplicativo é gratuito e de código aberto.



Do Canadá, podemos destacar a [Stocksy United](#), um banco de imagens baseado em valores cooperativistas que conta, atualmente, com mais de 900 cooperados (fotógrafos) e 50 funcionários espalhados por 63 países. Como a lei canadense permite que as cooperativas tenham suas assembleias sempre on-line, as decisões nunca foram um problema. Por outro lado, a maior parte dos cooperados atuais não conhece a sede da cooperativa, ou mesmo o time de apoio.

Em resumo, os artistas recebem entre 50% e 75% dos royalties em todas as fotos e vídeos vendidos no site. Além disso, 90% do lucro excedente da cooperativa é distribuído de volta aos seus artistas e pago na proporção da sua contribuição no total de vendas (por meio de suas distribuições de royalties). Os descontos promocionais fornecidos aos clientes são cobrados da pessoa jurídica da cooperativa e não dos royalties do artista. Em sete anos de existência, a Stocksy forneceu imagens e serviços de vídeos e comerciais para 214 das 500 maiores empresas listadas pela revista Fortune.



A [Up&Go](#), dos EUA, é outro excelente exemplo de solução ao avanço da precarização do trabalho nas grandes metrópoles. O mercado de serviço de limpezas domésticas é um exemplo deste fenômeno contemporâneo que gera pobreza e desigualdade.

Na cidade de Nova Iorque não é diferente. Existe um grande número de imigrantes hispânicas oferecendo serviços de faxina na cidade. Frequentemente, com pouca instrução e limitado conhecimento do idioma local, as trabalhadoras comumente procuram agências de limpeza para oferecer seus serviços. Estas agências tendem a ficar com altos percentuais do valor pago pela faxina, chegando a reter 50% dos pagamentos.

Foi neste contexto que surgiu a Up&Go. Por meio do aplicativo, clientes cadastrados podem agendar faxinas e pagar por elas. Do valor combinado, 95% é destinado à faxineira e o restante é voltado para a manutenção da plataforma.



Já existe cooperativa de plataforma que conseguiu, inclusive, investimento de capital de risco, como é o caso da cooperativa americana [Savvy](#). Em abril de 2020, a cooperativa de insights em pesquisas de saúde centradas no paciente anunciou aporte do fundo de Venture Capital Indie.vc e se tornou a primeira cooperativa de plataforma a receber investimento de um fundo de venture capital.

Os recursos serão usados para expandir suas operações, que têm foco em apoiar mais empresas farmacêuticas e de saúde a reduzirem os riscos em suas inovações por meio de informações qualitativas dos pacientes, que são os próprios cooperados da Savvy.

Para viabilizar o investimento, os quase 500 associados da Savvy foram convidados a votar alterações em seu estatuto social para criar uma série de cotas para os novos investidores. Em menos de 24 horas as emendas foram aprovadas.

## « » **resonate**

A [Resonate](#) se autodefine como uma comunidade ética de streaming de música. Na prática, é uma plataforma coletiva em que os donos são os usuários – sejam eles os músicos ou os próprios ouvintes cadastrados. Além disso, a remuneração aos artistas é superior à praticada pelas tecnologias tradicionais. A intenção da Resonate é reconectar a economia da música com base num modelo de negócios justo, transparente e cooperativo. Assim, para os ouvintes a Resonate tem como proposta a contribuição - e propriedade - de algo que tenha valor real na economia digital.

Para os artistas, a Resonate quer se tornar sinônimo de propriedade sobre o próprio trabalho e das redes sociais criadas em torno de sua produção musical. A Resonate quer promover justiça para os músicos e conceder-lhes controle sobre a distribuição e as receitas geradas. O modelo da cooperativa é o chamado “multi-stakeholder”, ou seja, composto por múltiplas partes interessadas e com funções diferentes: músicos, fãs e as pessoas que a constroem. A distribuição dos resultados se dá da seguinte forma:

 **Músicos: 45%**    **Ouvintes: 35%**    **Funcionários: 20%**

Atualmente, a Resonate recebe uma comissão de 30% de toda a receita, o que significa que 70% vai direto para os artistas. Em relação à remuneração dos músicos, a cooperativa a exemplifica utilizando uma calculadora em seu site: em média, uma música tocada 100 mil vezes paga 1.526 dólares ao artista, enquanto o concorrente, como o Spotify, paga 600 dólares - ou seja, um ganho adicional de 926 dólares com a Resonate.



No Brasil, também baseado nos princípios de uma plataforma cooperativa, a cooperativa mineira Coopertran se prepara para lançar uma proposta inovadora para motoristas de aplicativo: a plataforma PODD - [Pay On Demand](#).

A nova plataforma, que iniciará suas atividades na Grande Vitória, no Espírito Santo, é uma resposta à insatisfação dos motoristas com as plataformas não cooperativas existentes no mercado, em especial com as condições de trabalho e remuneração.

Para conhecer mais iniciativas de plataforma cooperativas, você pode acessar:



[The Internet of Ownership](#)



[Consórcio de Cooperativismo de Plataforma](#)



[Radar da Inovação no site InovaCoop](#)



Oportunidade para  
as cooperativas  
tradicionais

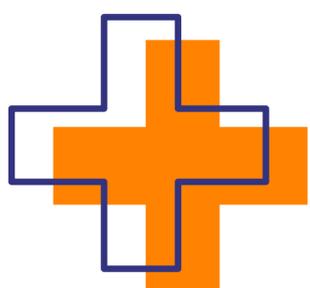


Bom, até aqui você já viu o que é uma plataforma e seu efeito de rede, como funciona o cooperativismo de plataforma e conheceu alguns exemplos de cooperativas de plataforma. Chegou a hora de entender outra forma das cooperativas tradicionais tirarem proveito do surgimento das plataformas.

Pelas explicações do modelo de negócio de plataforma, imagino que você já tenha notado que o cooperativismo tem características que podem ser um diferencial no modelo de plataforma. Lembra quando falamos que o maior gerador de valor das plataformas é o efeito de rede? Esse efeito é nada mais do que uma comunidade gerando valor para si mesma na medida em que ela cresce. **E de comunidade as cooperativas entendem, afinal, as cooperativas nascem a partir delas.**

Para o efeito de rede acontecer, o indivíduo (produtor ou consumidor) precisa ver valor em participar dela. No caso das cooperativas, o fato de produtores ou consumidores (ou até mesmo ambos, como veremos) poderem não só participar, mas serem proprietários com direito a voto nessa rede, pode ser um diferencial e tanto.





Muitas cooperativas, em especial as de maior porte e as confederações, já estão fazendo essa transição. **Elas estão se movimentando para se tornarem plataformas digitais facilitadoras e intermediadoras de negócios, tanto entre cooperativas, como entre associados e outras empresas.** Essa tendência foi apresentada e debatida durante o [14º Congresso Brasileiro do Cooperativismo](#) (CBC), que consolidou entre suas diretrizes estratégicas prioritárias o desenvolvimento de mecanismos para comunicação e intercooperação entre cooperativas.

O ramo Crédito, que já conta com bastante tecnologia embarcada, passa por um movimento forte chamado *Open Banking*, que consiste na abertura das plataformas bancárias para que parceiros “pluguem” suas soluções às dos bancos, oferecendo novos produtos e serviços. Ou seja, essas plataformas, além de entregarem serviços e produtos digitais próprios, tendem a ser abertas a empresas parceiras.

Tanto Sicredi quanto Sicoob já trabalham numa arquitetura tecnológica para permitir a abertura de APIs (Interface de Programação de Aplicativos) para parceiros, fintechs, empresas de tecnologia, entre outros.





A Confederação do Sistema Unimed também trabalha no desenvolvimento de uma plataforma após identificar uma dispersão e fragmentação de informações voltadas à inovação dentro do Sistema, composto por 345 cooperativas. Por isso, lançou o hub físico Unimed Lab, cujo próximo passo é transformá-lo numa plataforma digital, conectando todas as cooperativas do Sistema com o ecossistema de inovação.

Atualmente, além das cooperativas singulares, o Unimed Lab já reúne parceiros como Sistema OCB, Sescop, IBM, Microsoft, Oracle, CPQD, Auspin, Johnson & Johnson Brasil, entre outros. O objetivo é criar um ecossistema próprio que potencialize soluções e materialize o modelo de inovação aberta na Unimed, atuando como uma plataforma de cooperação aberta - e, portanto, atendendo ao princípio da intercooperação.

Outro exemplo é a criação da [plataforma cooperativa Ciclos](#) pelo Sicoob Central ES, que identificou a necessidade de ir além da oferta de serviços financeiros e oferecer novos produtos e serviços aos cooperados de suas singulares (Sicoob Sul-Litorâneo, Sicoob Sul, Sicoob Leste Capixaba, Sicoob Centro-Serrano, Sicoob Norte, Sicoob Sul-Serrano, Sicoob Credirochas e Sicoob Credestiva.). Hoje, a Ciclos, que também é uma cooperativa, oferece serviços de telecom, energia limpa e, em breve, também planos de saúde e marketplace. Atualmente, reúne mais de 6 mil cooperados e é tida como uma das primeiras cooperativas de plataforma do país, além de um exemplo de intercooperação.



# Considerações finais



O formato de plataforma, em especial as tradicionais, tem revolucionado a economia de muitas maneiras, criando novas oportunidades de negócio e gerando variadas fontes de renda para as pessoas. Entretanto, como pudemos ver nesse texto e também com cada vez mais frequência nos noticiários, o modelo de plataforma tradicional pode criar distorções sociais e na distribuição da renda para os trabalhadores conectados à plataforma.

**A solução seria transformar os usuários em proprietários das plataformas para as quais trabalham, o que se torna possível por meio dos princípios do cooperativismo e da criação das plataforma cooperativas.**

Ainda assim, apesar de corrigirem os problemas mais sérios das plataformas tradicionais e se apresentarem como alternativa ao modelo já amplamente difundido, as cooperativas de plataforma têm desafios a enfrentar.

Talvez o principal deles seja o fato de que, em comparação ao modelo tradicional que já se popularizou, o modelo cooperativista é um pouco mais complexo de entender. E esse é um obstáculo em todo o mundo, inclusive no Brasil.

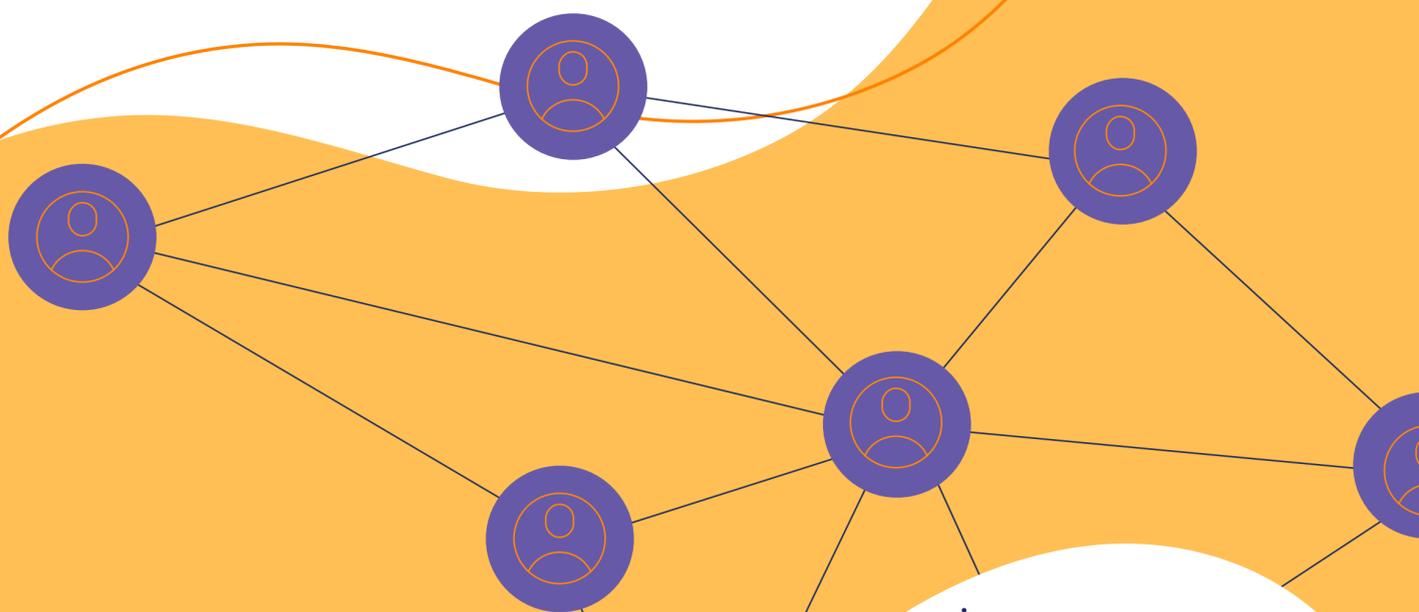
A mesma complexidade de entendimento também aumenta a barreira para o acesso ao capital necessário para o desenvolvimento e o ganho de escala das cooperativas de plataforma. Assim, se as plataformas tradicionais padecem de investidores em excesso, as cooperativistas costumam a acessar capital por não terem um modelo de fácil compreensão.



Como podemos ver, é necessário que o meio cooperativista supere esses obstáculos, pois tem a resposta para as distorções sócio-econômicas geradas pela *gig economy*. Imagine plataformas com propósito cooperativo nos mais diversos setores, com pagamentos decentes, seguridade de renda e transparência. Os desafios para a criação delas existem, mas elas são possíveis, sim. E os exemplos estão aí no mundo todo para provar isso!

Por fim, precisamos, ainda, ressaltar que o efeito de rede é algo que o cooperativismo conhece de longa data, pois as cooperativas têm forte ligação com as comunidades onde atuam. Por isso, atentas a essa vocação de se relacionar com comunidades, muitas cooperativas já estão fazendo a transição para um modelo de plataforma e, aos poucos, criando complexos ecossistemas de negócios.

ESTE MOVIMENTO ESTÁ APENAS NO COMEÇO E AS COOPERATIVAS TÊM TUDO PARA SE BENEFICIAR CADA VEZ MAIS DELE, GERANDO MAIOR IMPACTO ECONÔMICO E SOCIAL PARA SUAS COMUNIDADES POR MEIO DO EFEITO DE REDE CONECTANDO MUNDOS FÍSICO E DIGITAL.



inova **coop**

[inova.coop.br](http://inova.coop.br)



[f](#) | [t](#) | [••](#) | [v](#) | [sistemaocb](#)

[somoscooperativismo.coop.br](http://somoscooperativismo.coop.br)

Contéudo desenvolvido em parceria com

**coonecta**  
COOPERATIVISMO E INOVAÇÃO

[coonecta.me](http://coonecta.me)