

Dossier sobre economía colaborativa (I)
Economías de plataforma y negocios colaborativos
Coordinador: Joan Torrent-Sellens

EDITORIAL

La economía colaborativa como palanca de progreso y sostenibilidad en tiempo de pandemia

Joan Torrent-Sellens

Estudios de Economía y Empresa, Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Seguramente, una de las principales lecciones de las crisis sanitaria, económica, social e institucional vinculadas, pero no siempre del todo originadas, con la pandemia de la COVID-19 (algunos investigadores lo denominan «sindemias», o sea, pandemias diferentes pero con efectos comunes) es que no hay recuperación posible sin profundizar en el proceso de transformación digital y sin reorganizar la actividad económica para hacerla más sostenible. Los resultados de la investigación sobre los cimientos y las consecuencias de las crisis pandémicas ya nos señalan unos primeros elementos importantes y novedosos:

En primer lugar, que la dinámica de destrucción o de parada de la actividad económica o de puestos de trabajo por sectores de actividad pone de manifiesto que aquellos sectores que se han mostrado más flexibles con la instauración de prácticas remotas o virtuales de trabajo, producción y atención a la demanda son los que han sufrido menos los efectos negativos de la crisis.

En segundo lugar, que la relación entre digitalización, crecimiento económico y trabajo no es ni homogénea ni lineal. Si relacionamos la digitalización (preparación digital) y la evolución de la actividad económica (PIB), se puede inferir que la digitalización se asocia con la crisis económica por las colas. Solo en aquellas economías menos/más digitalmente preparadas, la digitalización actuaría como complemento acelerador/mitigador de la caída del PIB.

En tercer lugar, que la poca preparación de los agentes económicos, especialmente de las empresas, para profundizar en la transición digital y para instaurar sistemas que combinen flexiblemente presencialidad y virtualidad, explica buena parte de la dureza de las crisis actuales. Y esta «nueva flexibilidad» solo es posible a través de una elevada intensidad en la utilización de las tecnologías digitales. Así pues, la transformación digital es la nueva palanca del progreso en tiempo de economías de pandemia.

En cuarto lugar, que a pesar de estar disponibles, los usos de las tecnologías y los sistemas de transformación digital, especialmente las tecnologías de segunda oleada (como robótica/inteligencia artificial/aprendizaje de las máquinas, internet de las cosas, control y gestión de datos masivos y en la nube, fabricación aditiva/3D, sistemas ciberfísicos, realidad virtual, comercio y trabajo digital y remoto, y plataformas colaborativas, entre otras), por

parte de las empresas, en particular las de menor dimensión, son relativamente bajos o muy bajos, y con una incidencia todavía muy débil sobre sus resultados.

Y, en quinto lugar, que las crisis pandémicas también exigen una nueva orientación a la hora de abordar los resultados de las organizaciones, en particular los empresariales. La sostenibilidad, entendida como el vector de resultados que alinea los objetivos económicos, sociales y ambientales de las empresas, se tiene que ampliar y tiene que incorporar también los resultados en términos de salud. Pero, para hacer efectiva la transición de resultados, para que las empresas obtengan recompensas para ser viables, socialmente responsables, verdes y saludables, hace falta que movilicen todo un conjunto de activos y de capacidades dinámicas que están muy vinculados con una profunda reorganización de la manera de hacer negocios.

En este contexto, no es extraño que la economía colaborativa vaya recibiendo una atención creciente, como manera válida para articular la recuperación económica y social en tiempo de pandemia. Es verdad que el fenómeno de la economía colaborativa es anterior a las crisis pandémicas, y que la explosión de muchas de sus manifestaciones, como los intercambios masivos a través de plataformas digitales de igual a igual o el trabajo remoto tareamasiva, ya hizo tambalear actividades económicas tradicionales, como la hostelería o el transporte de viajeros, mucho antes de que el mundo latiera al ritmo de cinco letras y dos números: COVID-19. Pero también es verdad que las plataformas digitales representan una gran oportunidad para el mundo posCOVID-19. Sus extraordinarias capacidades de conexión entre agentes económicos y sociales, las infinitas posibilidades de recirculación de recursos y la «liquidez» de roles entre los integrantes de las redes hacen de las plataformas digitales no solo un nuevo agente económico que reduce drásticamente los costes de transacción, sino también una de las innovaciones económicas y sociales más importantes de los últimos años.

Probablemente, cuando se revise el papel de las plataformas digitales desde un punto de vista histórico, se comparará con el de las fábricas. Es muy probable que las plataformas sean para el siglo *xxi*, lo mismo que las fábricas supusieron para el siglo *xix* y buena parte del *xx*. Pero a nadie se le escapa que la fábrica, como institución organizadora básica de la actividad económica industrial, generó efectos y externalidades positivas y negativas a la vez. No fue hasta muy entrada la fase madura de la segunda revolución industrial, justo después de la finalización de la segunda guerra mundial, cuando el contrato social que intercambiaba seguridad laboral y salarios fijos por productividad fue implantado masivamente en el mundo occidental con unos resultados inigualables: la edad de oro del crecimiento. Tres décadas de un crecimiento económico sostenido, y la etapa de menor desigualdad de rentas y más progreso social de la historia moderna. Este es, precisamente, el reto que nos plantea hoy el surgimiento de la economía de las plataformas y de los negocios colaborativos. La tecnología de utilidad general ya está disponible, de forma que los mecanismos de innovación ya han empezado a generar iniciativas emprendedoras y fuentes de crecimiento económico por todas partes. Solo estamos en los inicios del fenómeno colaborativo. Todas las actividades y todos los sectores económicos, de una manera o de otra, se verán abocados. Ahora bien, los problemas en términos de organización de mercados, desigualdades generadas y políticas públicas también son y serán numerosos y de gran envergadura. El reto será, pues, articular un nuevo contrato social para las economías de plataforma del siglo *xxi*.

Precisamente, y con el objetivo de explicar los cimientos y los efectos que las plataformas digitales generan sobre la economía, el consumo, la empresa y el trabajo, hemos organizado el primero de **dos monográficos sobre Economía Colaborativa** que desde los Estudios de Economía y Empresa hemos coordinado para nuestra revista, *Oikonomics*. Este primer monográfico, que hemos titulado: **Economías de plataforma y negocios colaborativos**, aporta seis artículos, seis aproximaciones, sobre la dimensión de mercado y de negocio de la economía colaborativa, mientras que dejamos para el segundo monográfico, que coordinará el profesor Lluís Garay, el estudio de las dimensiones más sociales y alternativas.

El primer artículo del monográfico es todo un regalo. **Myriam Ertz**, profesora de la Universidad de Quebec en Chicoutimi (Canadá), directora del laboratorio sobre las nuevas formas de consumo en la misma Universidad, y una de las principales expertas mundiales en economía y consumo colaborativo, hace un recorrido sobre el concepto, la dinámica y las nuevas tendencias de la colaboración. El título del artículo: **«El consumo colaborativo: de palabra de moda a término conceptual. Las tres caras de la economía compartida»** ya es toda una declaración de intenciones. Es un artículo ideal para recoger la reciente aproximación académica al consumo colaborativo y para evaluar algunas de sus tendencias de futuro. A partir de la aproximación inicial al consumo

colaborativo, como sistema de circulación de recursos que basa su novedad en la capacidad de los iguales para obtener y proveer, es decir, en la dualidad de roles, el artículo examina las diferentes tipologías de colaboración (pura, intermitente y pseudocolaboración) y las utiliza para establecer el encaje de la economía colaborativa (mutualización) dentro de la economía compartida (redistribución). Con base en esta nueva aproximación al consumo colaborativo, más adecuada a la realidad actual de las plataformas, la autora nos plantea escenarios muy interesantes sobre el futuro de los proveedores, de las plataformas mismas y de los consumidores.

Hecha la revisión conceptual, los dos siguientes artículos del monográfico se dedican a analizar y clasificar dos de los cimientos de la economía colaborativa: las plataformas digitales y los modelos colaborativos de negocio. La idea de ambos artículos ha sido revisar los conceptos, definir una metodología y unos ejes de clasificación y aportar evidencias de la validez de la clasificación. En el segundo artículo del monográfico: «**Plataformas digitales: fundamentos y una propuesta de clasificación**», **Agustí Canals**, colega de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, e **Ian Hüslkamp**, doctorando del programa Sociedad de la Información y el Conocimiento de la UOC, abordan la revisión y clasificación de las plataformas digitales. Requiere mención especial su revisión del concepto, desde la idea inicial de espacio físico para construir o hacer una actividad, por ejemplo, los mercados tradicionales, hasta la visión más actual de plataforma digital, como red para la conexión y organización de intercambios. Siguiendo esta aproximación, y a través de la explosión de necesidades y posibilidades de interacción que promueve la digitalización, los autores analizan el conjunto de dimensiones que definen las plataformas digitales y las clasifican en función de tres características clave para recoger su impacto económico y social: 1) el grado de digitalización de los bienes, servicios y recursos intercambiados; 2) el nivel de apertura de la plataforma: acceso, provisión, uso y distribución; y 3) sus mecanismos de gobernanza en la toma de decisiones: impuestos o colaborativos.

En el tercer artículo del monográfico, titulado: «**Modelos colaborativos de negocio en economía digital**», los colegas **María Teresa Ballestar** y **Jorge Sainz** de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid analizan y clasifican los modelos colaborativos de negocio. A diferencia de los modelos de negocio más tradicionales, los autores señalan que, en los modelos colaborativos, la principal fuente de generación de valor son los usuarios de las plataformas, de forma que se genera todo un conjunto de economías de plataforma, como la realización de intercambios mixtos (con contraprestación y gratuitos), la búsqueda de la redistribución y la valorización de activos infrautilizados, la combinación de motivaciones individuales y prosociales de participación, o la relevancia de la confianza entre los agentes en estos mercados digitales de doble cara. Así, el valor en las plataformas se generaría en función de la escalabilidad, la transparencia y la operabilidad de los intercambios digitales. En un primer momento estos modelos de negocio estaban orientados al altruismo, pero el éxito de plataformas de negocio, en cierta medida extractivas, ha debilitado los modelos más puramente colaborativos. Aun así, en determinados contextos y mercados, los modelos comunitarios de economía colaborativa funcionan con normalidad y siguen teniendo mucho futuro.

Después de este primer bloque de conceptualización y caracterización de la economía colaborativa, las plataformas y los modelos de negocio colaborativos, el monográfico analiza con profundidad tres experiencias concretas de economías de plataforma. En el cuarto artículo del monográfico, **Miguel Ángel Malo** de la Universidad de Salamanca, uno de los economistas del trabajo que mejor ha analizado la problemática del trabajo en plataformas, y **Javier Sánchez-Santos** de la Universidad de Alcalá analizan el trabajo remoto efectuado a través de plataformas (*crowdworking*). El artículo, titulado: «**Empleo y condiciones de trabajo en las plataformas de microtarefas**», se centra en investigar la situación actual de esta forma alternativa de trabajo, con especial atención en la dinámica de sus condiciones de trabajo. Después de una revisión en profundidad de las evidencias empíricas disponibles, los autores obtienen algunas tendencias relevantes. Primero, que la utilización de las plataformas digitales para el trabajo organizado en forma de microtarefas está creciendo con mucha fuerza durante los últimos años. Segundo, que mucho de este crecimiento está vinculado con la deslocalización (en general, proveedores de trabajo remoto educados de países de rentas bajas) de parte de las tareas que las empresas oferentes (la mayoría ubicadas en países de renta alta) antes hacían internamente. El objetivo estaría vinculado con la reducción de costes laborales y prestaciones sociales. Y, en tercer lugar, que plantean un *trade off* muy interesante entre la pérdida de ingresos y bienestar por parte de los trabajadores en los países con rentas altas, pero al mismo tiempo, mejoras de ingresos y bienestar en los países de rentas bajas. Este nuevo tipo de *outsourcing* que, en palabras de los autores, supone un

tipo de inmigración sin movilidad física, de telemigración, plantea todo un conjunto de retos económicos y sociales que solo pueden ser abordados en un diálogo social internacional.

En el quinto artículo del monográfico, los colegas de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, **Josep Lladós-Masllorens, Antoni Meseguer Artola** e **Inma Rodríguez-Ardura** abordan una nueva problemática muy interesante: la determinación de precios en una de las plataformas más importantes del mundo, Airbnb. Estudiar las estrategias de determinación de precios en las plataformas, especialmente si se distingue entre los proveedores no profesionales y colaborativos, y los proveedores profesionales o comerciales, tiene mucho sentido. Primero, porque la evidencia al respecto es prácticamente inexistente, segundo, porque las motivaciones, los intereses y la estructura de ambos colectivos están claramente diferenciadas y, como tal, tendrían que tener implicaciones administrativas o impositivas también diferenciadas. Empleando la teoría de precios hedónicos, la caracterización de los mercados digitales bilaterales y datos de la plataforma en la ciudad de Barcelona, los autores obtienen que los atributos intrínsecos (interacciones entre los consumidores de la plataforma) y extrínsecos (características del alojamiento) de la propuesta de valor son esenciales en la determinación de la estrategia de precios por parte de los anfitriones de alojamiento. Especialmente interesante es la implicación que relaciona la formación de precios en el mercado digital con lo que sucede en el mercado convencional de la misma área, de forma que efectos de congestión o de gentrificación entre ambos mercados se podrían acabar reforzando mutuamente.

Finalmente, en el sexto y último capítulo del monográfico, **Gemma Domènech-Costafreda**, asesora en políticas públicas y regulación de las TIC en el Centro de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CTTI) de la Generalitat de Catalunya, nos plantea la utilización de la economía colaborativa en un nuevo contexto, el contexto energético. El artículo, titulado: «**Emergencia climática, nuevo modelo energético y economía colaborativa: ¿hacia las comunidades ciudadanas de energía?**», pone de relieve que la colaboración en plataformas es un muy buen instrumento para el cambio de modelo energético, desde las energías fósiles hacia las renovables, en el contexto de la emergencia climática que se va acelerando año tras año. El objetivo de una economía neutra con el clima se puede trabajar también a través de la utilización de redes distribuidas de participación en el aprovisionamiento y la obtención de energía entre iguales. Un nuevo modelo energético, que entronca claramente con la idea con que iniciábamos este editorial: la necesidad de profundizar en la transformación digital colaborativa y, además, hacerlo buscando un nuevo vector sostenible de objetivos que lograr: una economía viable, socialmente responsable, neutra con el clima y saludable.

No querría acabar esta breve reseña sin agradecer muy sinceramente a los autores su participación en el monográfico. Elaborar artículos para revistas con objetivos divulgativos no suele estar entre las prioridades de la comunidad científica, más acostumbrada, y por qué no decirlo, incentivada, por la elaboración de artículos en revistas científicas de impacto. Consciente de la dificultad, también de los problemas añadidos por la pandemia y actuando en nombre de la revista *Oikonomics*, de los Estudios de Economía y Empresa y de los lectores del monográfico: gracias, muchísimas gracias, colegas. Ha sido un placer coordinaros y continuar aprendiendo a vuestro lado. Aun así, tengo la sensación de que los lectores os lo agradecerán más que yo. No queda demasiado bien que yo lo escriba aquí y ahora, pero diría que estamos ante un excelente monográfico sobre economía colaborativa. Hay muchos disponibles, pero con una orientación académica y divulgativa combinada como este, y en lengua castellana y catalana, diría que ninguno. Un gran ejercicio de compartir conocimiento. Buena lectura a todo el mundo.

Cita recomendada: TORRENT-SELLENS, Joan. Economías de plataforma y negocios colaborativos. La economía colaborativa como palanca de progreso y sostenibilidad en tiempo de pandemia. *Oikonomics* [en línea]. Noviembre 2020, no. 14, pp. 1-5. ISSN: 2339-9546. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n14.2010>



Joan Torrent-Sellens

jtorrent@uoc.edu

**Estudios de Economía y Empresa,
Universitat Oberta de Catalunya (UOC)**

Catedrático de Economía en los Estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Director del grupo de investigación interdisciplinaria sobre las TIC, i2TIC (<http://i2tic.research.uoc.edu>). Especialista en el análisis económico de la transformación digital y la economía del conocimiento, temática sobre la cual ha publicado 61 libros y capítulos de libro, y 100 artículos en revistas de investigación indexadas.

Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente, hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es_ES.

