

Universitat Oberta de Catalunya

OIKONOMICS

Revista de economía, empresa y sociedad

Núm. 17, marzo 2022

Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

OIKONOMICS

Revista de economía, empresa y sociedad

Quienes somos

Director

Joan Miquel Gomis, profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

Consejo de Redacción

Eduard J. Álvarez-Palau, profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

August Corrons, profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

Irene Esteban, profesora de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

Àngels Fitó, vicerectora de Competitividad y Ocupabilidad de la UOC

Joan Miquel Gomis, profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

Joan Manzanares, product manager de los Estudios de Humanidades de la UOC

M^a Jesús Martínez, directora de los Estudios de Economía y Empresa

Albert Puig, profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

Créditos

Número 17, 2022

OIKONOMICS. EDITA: Estudios de Economía y Empresa, y Comunicación Digital (Área de Comunicación).
DIRECTORA DE LOS ESTUDIOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA: M^a Jesús Martínez. **DIRECTOR DE COMUNICACIÓN:** Lluís Rius. **DIRECTORA DE COMUNICACIÓN DIGITAL:** Yolanda Franco. **COORDINACIÓN EDITORIAL:** María Boixadera. **ASISTENTE EDITORIAL:** Judith Cortès. **MAQUETACIÓN:** Carlos Lavatelli.
DISEÑO WEB: Oberta Publishing. **PROGRAMACIÓN WEB:** Web gestionado con Open CMS programado por OpenTrends. ISSN: 2339-9546. **DEPÓSITO LEGAL:** B 12326-2014. **DIRECCIÓN POSTAL:** Universitat Oberta de Catalunya. Avenida del Tibidabo, 39-43. 08035 Barcelona. **DIRECCIÓN ELECTRÓNICA:** oikonomics@uoc.edu. **WEB DE OIKONOMICS:** <http://oikonomics.uoc.edu>.

ÍNDICE

Núm. 17, marzo 2022

Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

Editorial: 25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro, más allá de la universidad

María Jesús Martínez Argüelles

Joan Miquel Gomis López

Hechos y retos que han marcado la gestión empresarial en los últimos 25 años

Fernando Álvarez, Agustí Canals, Mónica Cerdán, Natàlia Cugueró, Dalilis Escobar, Àngels Fitó, Laura Lamolla, Josep Lladós, Enric Serradell, Pere Suau

25 años (r)evolucionando el análisis del mercado y diseñando propuestas de valor

Ana Isabel Jiménez Zarco

Carmen Pacheco Bernal

Evolución de la logística: pasado, presente y futuro

Marta Viu Roig

Cristian Castillo Gutiérrez

Función financiera: identificación de escenarios de futuro en un entorno de adaptación permanente

Àngels Fitó Bertran

Jorge Mario Uribe Gil

Joan Llobet Dalmases

Economistas frente al espejo

Carolina Hintzmann Colominas

Albert Puig Gómez

¡Digitalizad@s del mundo, a las redes! De la cuarta y abundante revolución industrial a la ruptura digital y la escasez *superstar*

Joan Torrent-Sellens

Futuro del empleo: nuevos desafíos para aspiraciones pendientes

Pilar Ficapal-Cusí

Elisabet Motellón

25 años de evolución responsable hacia la sostenibilidad

August Corrons Giménez

El turismo frente al reto de la transformación

Pablo Díaz Luque, Lluís Garay Tamajón, Joan Miquel Gomis López, Francesc González Reverté, Soledad Morales Pérez, Julie Wilson

Editorial

25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro, más allá de la universidad

María Jesús Martínez Argüelles

Directora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Joan Miquel Gomis López

Director de la revista *Oikonomics*

Introducción

En 1994 se ponía en marcha la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), y sus Estudios de Economía y Empresa también lo hacían con un primer grupo de 100 estudiantes en la diplomatura de Ciencias Empresariales. Representó un hito histórico para una institución que se ha convertido en un referente internacional en formación *online*. Lo es por ser pionera en este ámbito incorporando desde el primer día en su ADN conceptos como las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la innovación o la digitalización para acercar al máximo, eliminando barreras hasta entonces existentes, el conocimiento universitario a las personas, que son el centro de su actividad.

Veinte años después, en 2014, nacía en el seno de estos Estudios la revista de economía, empresa y sociedad, *Oikonomics*. En aquella primera edición se explicaba que la publicación se proponía contribuir a la reflexión sobre los efectos transformadores que estaba teniendo la aplicación de las TIC, especialmente las derivadas de la producción e intercambio de información y conocimiento, en la sociedad. En esta nueva edición de *Oikonomics* reforzamos esta idea con una publicación especial que a partir de este cumpleaños de la UOC, publica un dossier en el que desde los diferentes ámbitos de conocimiento de los Estudios se hace un balance de las transformaciones vividas más destacadas con reflexiones en clave de futuro para cada área. Esta edición especial incorpora dos elementos que la hacen singular. En primer lugar, porque rompe la regularidad bianual, de forma que este 2022 la revista tendrá tres ediciones, en vez de dos habituales de cada año. En segundo lugar, porque de manera excepcional y dado el protagonismo de la efemérides, las reflexiones publicadas provienen del profesorado de la UOC, cuando en las ediciones ordinarias la revista se abre siempre a la participación de colaboraciones de académicos de otras universidades y también del mundo profesional. A partir de estas consideraciones, presentamos a continuación las ideas básicas que se desarrollan en los diferentes artículos que configuran esta edición especial de *Oikonomics*.

1. Gestión empresarial: las transformaciones más significativas

En el artículo coral «Hechos y retos que han marcado la gestión empresarial en los últimos 25 años» los y las autoras hacen una breve reseña de algunas de las transformaciones más significativas que han impactado en la gestión empresarial y han afectado a su sostenibilidad económica y social. Empieza la profesora Dalilis Escobar analizando cómo el entorno económico ha ido volviéndose cada vez más volátil, incierto, complejo y ambiguo, lo que implica la necesidad de gestionar con metodologías ágiles. Tomando como eje las TIC, los profesores Josep Lladós, Agustí Canals i Enric Serradell se centran en el estudio de cómo estas impactan, respectivamente, en la internacionalización, la toma de decisiones empresariales y la evolución de los modelos de negocio. Desde el punto de vista de la responsabilidad social y la sostenibilidad, la profesora Natàlia Cugueró pone énfasis en la necesidad de que los principios éticos y responsables estén insertados dentro de los procesos de toma de decisiones, mientras que la profesora Àngels Fitó acerca estos principios al papel que juegan y tienen que jugar las personas y la tecnología en el marco de la función financiera. En esta misma línea, el profesor Fernando Álvarez explica la evolución de las teorías del liderazgo empresarial y el papel cada vez más relevante de la gestión de las emociones en su seno; mientras que las profesoras Laura Lamolla y Mónica Cerdán ponen de manifiesto la transformación empresarial vivida en el ámbito de la gestión de la diversidad y la inclusión, así como la necesidad de continuar profundizando en él.

2. Los retos de las áreas de valor

A continuación nos encontramos con tres capítulos sobre cómo diferentes áreas de valor de la empresa –*marketing*, logística y finanzas– se han transformado a lo largo de estos años y se enfrentan a un futuro lleno de retos en un mundo marcado por la incertidumbre.

El artículo «25 años (r)evolucionando el análisis del mercado y diseñando las propuestas de valor» pone de manifiesto que el *marketing* ha experimentado una evolución sustancial impulsada por los cambios económicos y, sobre todo, por las TIC, tal y como indica la profesora Ana Jiménez. Estos cambios que afectan tanto a la propia concepción de qué es el marketing como al alcance y extensión de su uso, pasando de una visión interna en la organización y relacionada con un proceso directivo específico a otra mucho más transversal, social, experiencial y valiosa. En coherencia con estos cambios económicos, sociales y tecnológicos la profesora Carmen Pacheco se centra en explicar cómo ha ido evolucionando la manera de desarrollar la investigación de los mercados, la cual se encuentra actualmente en plena «era de los datos». La fusión de datos provenientes de una diversidad de fondo y el uso de metodologías híbridas permitirán al sector de la investigación de *marketing* mejorar día a día en la comprensión del comportamiento del consumidor y anticipar tendencias.

En el capítulo «Evolución de la logística: pasado, presente y futuro» del profesor Cristian Castillo y la profesora Marta Viu, se pone de manifiesto que –como en el caso del concepto de *marketing*–, si bien se mantiene la misma denominación de logística, a lo largo de estos años se han transformado radicalmente las funciones que hay detrás de este concepto. Además, la crisis provocada por la COVID-19 y las dificultades de suministro que afectan al comercio mundial por cuestiones geopolíticas y conflictos bélicos han impulsado la importancia de la gestión logística y han extendido el uso de este concepto más allá del ámbito profesional. Además, se ponen en evidencia las limitaciones del actual modelo logístico, basado en hacer llegar individualmente a cada consumidor/a productos desde cualquier parte del mundo. El artículo muestra la necesidad de repensar este modelo logístico, destacando la búsqueda de la sostenibilidad de la cadena de suministro como el aspecto que condicionará en mayor medida la logística del futuro. Dentro de esta reconfiguración serán claves el papel de las TIC, así como la formación y capacidad innovadora de las personas a nivel directivo, técnico y operativo.

Como es lógico, la función financiera de las empresas no ha sido ajena a esta oleada transformadora impulsada por las TIC y la crisis económica tal y como se explica en el capítulo «Función financiera: identificación de escenarios de futuro en un entorno de adaptación permanente». El profesor Joan Llobet empieza reflexionando sobre cómo se ha ido transformando y haciendo más compleja la función financiera en las empresas, lo que en coherencia ha implicado una

nueva manera de enseñar las finanzas. Ha pasado de estar centrada en la contabilidad y en suministrar información de forma unidireccional al resto de departamentos organizativos, a convertir el flujo de información en multidireccional y, por lo tanto, facilitar y mejorar la toma de decisiones, contribuyendo de forma efectiva a la estrategia global organizativa, y teniendo en cuenta aspectos tan relevantes como la gestión del riesgo y el compromiso social. A continuación, el profesor Jorge Uribe se centra en los grandes temas sobre los que ha pivotado el desarrollo de las finanzas en estos veinticinco años y que se relacionan con la valoración de los activos, la gestión cuantitativa del riesgo, las finanzas internacionales y las *macrofinances*, lo que evidencia un aumento de los enfoques empíricos y cuantitativos, donde se interseccionan diferentes disciplinas más allá de la económica. Además, identifica como retos actuales y del futuro inmediato aquellos que tienen que ver con el auge de las criptomonedas y el *blockchain*, y especialmente, las finanzas verdes y de la transición energética. Finalmente, la profesora Àngels Fitó identifica y reflexiona sobre los grandes y complejos retos a los que tiene que hacer frente la función financiera, profundamente marcada por la globalización y las TIC. La autora defiende que ante este panorama se hace necesario desarrollar nuevos perfiles competenciales tanto de las personas que los ejercen, como de las organizaciones que lo integran. Y, más allá de buscar la maximización del valor de las personas y de la tecnología por separado, requiere maximizar la complementariedad entre ambos: individuos y máquinas.

3. Los nuevos desafíos desde una perspectiva económica

Los siguientes capítulos cambian el enfoque hacia una perspectiva más económica de las transformaciones acontecidas en estas últimas décadas, y de cómo estas han promovido la aparición de nuevos desafíos a los que dar respuesta, tanto desde la política económica como desde la formación universitaria.

Es en relación con este último aspecto con lo que se articula el capítulo de la profesora Carolina Hintzmann y el profesor Albert Puig, «Economistas ante el espejo». En este artículo reflexionan sobre la evolución de la enseñanza de la economía en la universidad, para evaluar si esta ha sido capaz de cambiar al ritmo que lo hacía la realidad económica y social. Para analizar adecuadamente esta evolución, parten de recordar los pilares sobre los que se asienta la misión social que tiene que cumplir «el economista» y las características de la economía en cuanto que ciencia social. El análisis los lleva a concluir que a pesar de que la enseñanza de la economía ha ido variando a lo largo del tiempo, este no ha experimentado cambios sustanciales, detectando, además, una falta de diversidad de pensamiento en los currículos de economía, así como una limitada diversidad entre pensadores y profesionales destacados. Por lo tanto, hay que recuperar la conciencia de que la ciencia económica es una ciencia social que no disfruta de la universalidad de las leyes físicas, lo que potencia la pluralidad de planteamientos y aproximaciones para facilitar la resolución de los complejos y cambiados problemas económicos a los que nos enfrentamos. Esta pluralidad se debe extender tanto a los planes de estudios universitarios como a la transmisión de los análisis económicos al conjunto de la ciudadanía. En este sentido, los autores recuerdan la conveniencia de intentar no ser un instrumento al servicio de los poderes políticos y económicos, porque solo desde la libertad y la independencia se conseguirá la verdadera misión social del economista: la de participar, a partir del estudio y la generación de conocimiento riguroso, en el debate democrático.

En el artículo «Digitalizados y digitalizadas del mundo, ¡a las redes! De la cuarta y abundante revolución industrial, a la ruptura digital y la escasez *superstar*», el profesor Joan Torrent aborda las principales tendencias e implicaciones económicas de la transformación digital, analizando en última instancia si se puede hablar rigurosamente de estar inmersos en una nueva revolución industrial. En el desarrollo de su análisis el autor utiliza tres conceptos de la economía evolucionista. En primer lugar, mediante las tecnologías de propósito o utilidad general –*general purpose technologies*, GPT, en terminología anglosajona– se abordan las singularidades del proceso de la I+D digital y la aparición de campeones o *superstars* de la digitalización. En relación con estos se discute en qué medida además de su evidente creación de valor han aprovechado su creciente poder de mercado para extraer rentas, lo que contribuye al aumento de desigualdad en la época digital. A continuación, se utiliza el concepto de paradigma tecnoeconómico para evidenciar que el paradigma digital ya acumula dos ciclos económicos de larga duración u ondas de Kondrátiev. Una primera

onda, de las TIC y la economía informacional y del conocimiento, y una segunda, de la transformación digital y la economía dato-tarea masiva. Finalmente, se revisa el concepto de revolución industrial para proponer justificadamente que más que ante una cuarta revolución nos encontremos ante una ruptura o escisión industrial. Estos conceptos ya permiten señalar que la transformación social es significativa –que no se limita a pequeñas evoluciones o modificaciones puntuales–, siendo la ruptura relevante, a pesar de no conceptualizarla como una revolución.

4. Los *shocks* del mercado de trabajo

Las profesoras Pilar Ficapal y Elisabet Motellón reflexionan sobre la evolución reciente y los retos del mercado de trabajo en España en el capítulo «Futuro del empleo: nuevos desafíos para aspiraciones pendientes». Las autoras ponen de manifiesto que durante este último cuarto de siglo los problemas endémicos del mercado de trabajo español –elevado paro, dualidad y volatilidad– se han visto afectados por varios acontecimientos con relevantes efectos económicos y laborales. En su análisis se centran en los *shocks* provocados por la deslocalización, los movimientos migratorios, el impacto de la Gran Recesión iniciada en 2008 y, finalmente, la Gran Pandemia del 2020, así como el creciente proceso de transformación tecnológica y digital en que estamos inmersos y que impregna todo este periodo, lo que afecta significativamente al mercado laboral. Todos estos aspectos han hecho que la configuración actual del mercado de trabajo sea sustancialmente diferente de la de principios de la segunda década de los noventa, incorporándose nuevos desafíos a otros todavía pendientes de resolver. A continuación, las autoras se centran en el estudio de dos de estos grandes retos inaplazables y estrechamente vinculados entre sí, la calidad del empleo y el impacto de la digitalización. El concepto de calidad del empleo presenta un carácter multidimensional –con diversidad de diagnósticos y propuestas de solución en cada una de ellas–, y que cuando hace referencia a la calidad en el puesto de trabajo plantea una gran variedad de desafíos para el bienestar de los trabajadores y la sostenibilidad organizativa, lo que hace emerger nuevas formas de gestión sostenible de los recursos humanos. Adicionalmente, las autoras prestan una especial atención a la calidad del mercado de trabajo con perspectiva de género, lo que evidencia los sesgos y las brechas persistentes en el caso de las mujeres. En cuanto a la digitalización, las autoras se focalizan sobre todo en el impacto dual de las plataformas digitales en el empleo y la tipología de relaciones laborales. Finalmente, enfatizamos la necesidad de gestionar adecuadamente el proceso de digitalización económica y laboral, puesto que esta digitalización puede suponer un verdadero punto de inflexión en la estructura del empleo español.

5. El valor de la responsabilidad social y la sostenibilidad

Uno de los grandes elementos que ha ido ganando relevancia a lo largo de estos años es la preocupación por los valores sobre los que se sustenta la actividad económica y empresarial, y más concretamente, el impacto social y medioambiental de esta. Por eso, en el siguiente capítulo el profesor August Corrons aborda esta temática bajo el título los «25 años de evolución responsable hacia la sostenibilidad». En el artículo se presenta la evolución del concepto de responsabilidad social y cómo este ha ido mutando y convergiendo hacia el concepto más extendido actualmente de sostenibilidad, en relación con aspectos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo. El autor expone las diferentes iniciativas internacionales, nacionales, así como los instrumentos legislativos que han impulsado y condicionado esta evolución a lo largo de estos años. Estas iniciativas han acelerado la integración de la responsabilidad social en las organizaciones, con un aumento progresivo del compromiso y el nivel de implicación de estas, el cual ha ido más allá de las obligaciones legales, surgiendo un marco autorregulador cada vez más ligado al nivel estratégico organizativo. El artículo pone especial atención a las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 sobre esta perspectiva, para acabar concluyendo que si bien las organizaciones son crecientemente conscientes del impacto de sus actividades en el ecosistema que las rodea –integrando este impacto en su toma de decisiones y gestión organizativa–, todavía queda mucho camino por recorrer para garantizar la sostenibilidad y el desarrollo sostenible a medio y largo plazo.

6. El turismo: una reflexión necesaria

Para finalizar este número especial, dedicamos un capítulo a analizar la evolución pasada y los escenarios de futuro que se divisan en el sector turístico. Sector económico especialmente relevante dentro de nuestra economía y que constituye uno de los ejes fundamentales de la actividad formativa, de generación de conocimiento, y de difusión de nuestros Estudios. En palabras del profesor Francesc González, «en los últimos veinticinco años el turismo ha vivido algunos de los momentos de transformación más radicales de su historia». Una afirmación que el profesor Lluís Garay contextualiza explicando que en los noventa del siglo pasado ya se identificaban cuáles serían las fuerzas motrices de principios del siglo XXI: las tecnologías de la información y la creciente sensibilización por los impactos del turismo en el medio ambiente con propuestas para nuevos modelos más sostenibles. La profesora Soledad Morales expone cómo estos debates están influyendo en la perspectiva académica, indicando que «si bien es cierto que el turismo, como espacio interdisciplinario todavía no tiene un cuerpo teórico propio e individual, ha sabido integrar marcos epistemológicos creados por las ciencias sociales de los cuales también se han alimentado disciplinas afines al turismo como la geografía o la economía y la empresa, dos de sus ejes básicos». En relación con el crecimiento que la actividad turística ha vivido en los últimos años previos a la pandemia, el profesor Pablo Díaz considera que el turismo es una parte relevante de la actividad económica mundial y habrá «de acompañar los cambios que tienen que venir en el futuro a causa de factores como el cambio climático». Un debate que los efectos de la COVID-19 ha acentuado hasta el punto de, en palabras de la profesora Julie Wilson, dejar una marca indeleble «que nos invita a reflexionar en la línea del turismo regenerativo, la adaptabilidad y la reconfiguración del turismo antes de perseguir metanarrativas de recuperación de situaciones anteriores». Un nuevo escenario en el que la planificación de los destinos refuerza su relevancia igual, como expone el profesor Joan Miquel Gomis, que la de sus residentes habituales.

Como podemos ver, este periodo está marcado por el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación que nos han transformado como sociedad y, cómo no, han revolucionado la actividad económica en general y la empresarial en particular. Se ha producido un impulso espectacular en la globalización de la actividad económica y los problemas económicos que se han vuelto, más que nunca, planetarios, así como el impacto de esta actividad en el entorno y la propia sociedad. Lo que ha suscitado una creciente preocupación por la sostenibilidad y la reducción de las desigualdades en la que, desgraciadamente, este desarrollo tecnológico todavía no ha mostrado su potencial de eficiencia.

Por tanto, celebramos los veinticinco años, y esta celebración pone de manifiesto que como Estudios continuamos teniendo muchos desafíos. Y ante estos, asumimos el compromiso firme de dar respuesta a estos nuevos retos desde la investigación económica y de gestión, impulsando la difusión del conocimiento y, muy especialmente, el aprendizaje de las personas para que su capacitación les facilite transformar su vida, la de las organizaciones en que se insertan y en última instancia, la de la sociedad global en la que vivimos.

Cita recomendada: MARTÍNEZ ARGÜELLES, M^a Jesús; GOMIS LÓPEZ, Joan Miquel. 25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro, más allá de la universidad. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2201>



M^a Jesús Martínez Argüelles

mmartinezarg@uoc.edu

Directora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Directora de los Estudios de Economía y Empresa. Investigadora del grupo Management & e-learning (MeL) sus intereses de investigación se centran en la gestión de la calidad en el *e-learning*, el desarrollo de competencias que mejoren la empleabilidad de los graduados, así como el uso del teletrabajo como instrumento de conciliación.



Joan Miquel Gomis López

jgomisl@uoc.edu

Director de la revista *Oikonomics*

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Ha sido director académico de la diplomatura y del grado de Turismo en el periodo 2006-2017. Director de la revista *Oikonomics*. Doctor por el departamento de Economía y Organización de Empresas (UB). Su docencia e investigación (en el grupo NOUTUR de la UOC) está centrada en el ámbito del turismo en la aplicación de las TIC a la comercialización, la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad o la gestión de los destinos.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

LA TRANSFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Hechos y retos que han marcado la gestión empresarial en los últimos 25 años

Fernando Álvarez, Agustí Canals, Mónica Cerdán, Natàlia Cugueró, Dalilis Escobar, Àngels Fitó, Laura Lamolla, Josep Lladós, Enric Serradell, Pere Suau

Universitat Oberta de Catalunya

RESUMEN Coincidiendo con la celebración de los veinticinco años de la UOC, el siguiente artículo pretende revisar las principales transformaciones que han vivido las áreas básicas de las empresas a lo largo de los últimos cinco lustros. Para ello, hemos contado con la participación de cinco profesoras y cinco profesores de los estudios de economía y empresa que nos han dejado unas pinceladas sobre algunos de los principales cambios que se han producido durante este período y los retos que quedan en adelante. Estas cuestiones son: el liderazgo, la toma de decisiones, la internacionalización, la digitalización, la estrategia, la adaptación al cambio, la ética, la responsabilidad social corporativa, la diversidad, la inclusión, la innovación en modelos de negocio y las finanzas.

PALABRAS CLAVE VUCA; internacionalización; digitalización; TIC; toma de decisiones; modelos de negocio; ética; sostenibilidad; liderazgo; diversidad; inclusión

BUSINESS TRANSFORMATION

Actions and challenges that have shaped business management over the past 25 years

ABSTRACT Coinciding with the twenty-fifth anniversary celebration of the UOC, the following article aims to review the main transformations that the basic areas of business have undergone over the past two and a half decades. For this, we have enjoyed the participation of five female and five male professors in the studies of economy and business, who have given us some broad strokes on some of the main changes during this period and the challenges still to come. These topics are: leadership, decision-making, internationalization, digitalization, strategy, adaptation to change, ethics, corporate social responsibility, diversity, inclusion, business modal innovation, and finance.

KEYWORDS VUCA; internationalization; digitalization; ICT; decision-making; business models; ethics; sustainability; leadership; diversity; inclusion

Introducción

Los últimos años han venido marcados por notables transformaciones que han impactado de lleno en la gestión empresarial. Estas transformaciones son diversas y se han producido en múltiples direcciones, pero todas ellas tienen en común que afectan a la sostenibilidad económica y social de las empresas. En este artículo hemos querido hacernos eco convencidos de que estos cambios seguro que marcarán también el futuro más inmediato de las empresas de nuestro entorno.

Así pues, la profesora Escobar nos explicará qué son los entornos VUCA y su impacto en la adaptación al cambio de las empresas; el profesor Suau nos muestra el imparable avance en la transformación digital de las empresas; el profesor Lladós se centra en el binomio internacionalización y TIC, tema que también recoge el profesor Canals para analizar cómo las TIC han ayudado a las empresas en su toma de decisiones; el profesor Serradell hace una revisión de la evolución de los modelos de negocio desde los años setenta y pronostica cómo seguirán evolucionando en el futuro; la profesora Cugueró recupera la idea de la toma de decisiones, pero en su caso para poner el acento en los principios éticos y responsables que siempre deben acompañarla, dando entrada a conceptos tan actuales como la RSC o los ODS; la profesora Fitó nos aclara qué papel juegan y deben jugar las personas y la tecnología en la actualización de la función financiera; el profesor Álvarez explica la evolución de las teorías del liderazgo empresarial y el papel cada vez mayor que juegan las emociones; y para finalizar este sintético pero interesante recorrido, las profesoras Lamolla y Cerdán ponen de manifiesto la transformación empresarial vivida en el ámbito de la gestión de la diversidad y la inclusión.

1. Un entorno cada vez más volátil, incierto, complejo y ambiguo

Por: Dalilis Escobar, profesora de los Estudios de Economía y Empresa

El entorno o la realidad de las organizaciones en los últimos años se caracteriza cada vez más por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad, lo que se conoce desde finales de los años noventa como entorno VUCA, por su acrónimo inglés. Este entorno ha forzado a las empresas a adaptarse a los continuos cambios que cada vez parecen producirse en menor tiempo. El ejemplo más reciente es el impacto que la pandemia de la COVID-19 ha causado a nivel global. Más allá de la pérdida de vidas humanas, también ha causado pérdida de empresas, empleo y producción, y ha afectado a las cadenas de suministro y distribución, etc. Aunque este tema necesita un análisis más profundo y transversal, la falta de adaptación al cambio de muchas de estas empresas, sobre todo de las pequeñas y medianas, es sin duda alguna una de sus causas.

Este escenario, inimaginable hace un par de años, es la demostración de cómo la incertidumbre y la complejidad del entorno afecta a los resultados económicos, en las personas y hacia la sociedad de las empresas, dificultando su posicionamiento en el mercado. Y es que la adaptación de una empresa a los cambios viene dada entre otros aspectos por su estrategia y cómo desde ella se relaciona con el entorno. El entorno VUCA no es exclusivo de un sector, y para hacerle frente, en los últimos años se han desarrollado metodologías, sistemas y entornos de trabajo denominados ágiles (*agile*). *Agile*, tal y como dejan ver algunos expertos en el tema (Pardo *et al.*, 2020), implica la aceptación del cambio (*embrace change*) como realidad. Por tanto, la adaptación debe venir de la mano de una reflexión desde el punto de vista estratégico, operativo y de la cultura organizacional.

Las empresas necesitan generar valor y ventaja competitiva, o sea, tener una rentabilidad relativa superior a los rivales en el sector y sustentable en el tiempo (Bonmatí, 2011). Las metodologías ágiles facilitan la generación de productos y servicios de forma más rápida y eficaz, en función de las necesidades también cambiantes de los consumidores. Estas metodologías suelen estar centradas en las personas y ponen de relieve el valor del conocimiento mediante el aprendizaje y la mejora continua que empoderan a toda la organización. De hecho, en los últimos años las grandes empresas están incorporando la filosofía *agile* a su cultura de trabajo con cada vez mayor frecuencia, lejos del sector tecnológico en el que se desarrollaron inicialmente. Además, de forma inherente, el surgimiento de nuevas fuerzas, como la digitalización, seguirá catalizando la reacción al cambio de los distintos sectores durante los próximos años.

2. Internacionalización empresarial fundamentada en las TIC

Por: Josep Lladós, profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa

La fragmentación internacional de la producción ha determinado la reciente evolución de la economía internacional. Muchas empresas comercializaban e invertían fronteras más allá, aprovechando ventajas de escala, especialización o localización. Pero la revolución digital, la liberalización comercial y financiera y la incorporación de China al mercado global llevan la internacionalización a hitos desconocidos. La dimensión internacional del negocio es ahora un elemento primordial en la estrategia y organización empresarial, indispensable para afrontar la competencia global.

La mejora continua de las TIC y el transporte reduce sensiblemente el coste de la distancia, favorece la coordinación y el control de actividades ubicadas en lugares distantes y alienta la segregación de operaciones en todo el mundo, haciendo que la empresa multinacional se convierta en el actor protagonista de la globalización. Emerge una nueva realidad del negocio internacional, con empresas transnacionales que diluyen la toma centralizada de decisiones en la coordinación estratégica de redes complejas de transacciones, dentro y fuera de la empresa. La organización de la producción desdibuja la relación jerárquica matriz-filial y se sustenta más en la cooperación y articulación que en la propiedad como método de coordinación. Las estrategias basadas en el crecimiento orgánico van cediendo paso a la focalización del núcleo del negocio en casa y la desagregación y externalización de otras actividades en cadenas globales de valor, flexibles y estructuradas en red.

Así, el comercio de componentes y servicios explica más de la mitad de los intercambios actuales y las decisiones de inversión exterior buscan más ganancias de eficiencia o activos estratégicos que acceder a materias primas o nuevos mercados. En cambio, brotan con fuerza multinacionales de economías emergentes en concordancia con su creciente peso en el comercio y las finanzas internacionales. Una tercera parte de las quinientas empresas más importantes ya son corporaciones asiáticas, del este europeo o *multilatinas*.

El estallido de la crisis financiera y la llegada de la pandemia han atemperado el ímpetu globalizador y han abierto un período de incertidumbre y riesgo que requieren parámetros de análisis diferentes. Las trayectorias de internacionalización son singulares porque la empresa multinacional no es necesariamente reacia a invertir o permanecer en mercados cuando el entorno se vuelve adverso. La realidad muestra el uso de estrategias de gestión del riesgo basadas en nuevos diseños organizativos o la prevención y mitigación de los efectos, más que en la desviación de inversiones. Es en el tablero de la resiliencia y la adaptación a entornos cambiantes donde se decidirá el desenlace de la partida.

3. Transformación digital: un camino sin retorno

Por: Pere Suau, profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa

Desde la década de los noventa hasta la actualidad, el auge de las nuevas tecnologías ha motivado a las empresas a realizar diferentes iniciativas y explotar así los beneficios de tecnologías digitales. Inicialmente, los cambios se limitaban a la digitación, es decir, al cambio de forma de la información de analógica a digital. Sin embargo, la digitación se centra solo en la información, pues el proceso en sí mismo sigue siendo manual o analógico. Poco después, con la digitalización, el uso de la tecnología empezó a impactar en todos los aspectos de la empresa: procesos, organización, negocio, cultura empresarial, servicios y productos, experiencia de cliente, etc. Pero la transformación digital va más allá de la tecnología, puesto que esta se centra en la transformación estratégica del negocio, que requiere no solo de tecnología, sino también de un cambio organizativo transversal en todas las áreas de la compañía. El objetivo de la transformación digital es mejorar la experiencia del cliente, generar valor, integrar sistemas y cambiar la forma de trabajar.

Las empresas que han iniciado el camino de la transformación digital han demostrado también a lo largo de los años mejoras en su productividad, puesto que permite mejorar y optimizar los flujos de trabajo para que los empleados puedan dedicarse a actividades que aportan valor añadido y generar nuevos ingresos. Por otra parte, a nivel industrial y sectorial, la transformación digital ha permitido crear nuevas oportunidades de negocio, expandiendo las fronteras del sector y diversificando las actividades y los ingresos.

A pesar de los progresos de los últimos veinticinco años, todavía existen varios riesgos y barreras que dificultan el camino de la transformación de las empresas. Entre ellos destacan las relacionadas con las personas, como las dificultades en la adopción de habilidades digitales, la capacidad para gestionar el cambio, el cambio de cultura empresarial y la falta de regulaciones de calidad y adecuadas a los nuevos modelos de negocio.

4. Las TIC y la toma de decisiones empresariales

Por: Agustí Canals, profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa

Posiblemente, la utilización de información para la toma de decisiones sea uno de los aspectos empresariales que más han evolucionado en los últimos veinticinco años. Durante la década de los noventa ya se empezó a ser consciente de que la información se había convertido en un recurso fundamental en las organizaciones como fuente de ventaja competitiva (Cornella, 1994). Había que saber gestionar este recurso y eso debía implicar a toda la organización, no solo al departamento de sistemas de información. Hasta entonces las empresas se habían limitado a utilizar los sistemas de información, sobre todo para apoyar los procesos operativos como la facturación, la gestión de *stocks* o las nóminas del personal. Con la aparición de los llamados sistemas de apoyo a la decisión (*decision support systems*) se vio que los datos que se utilizaban en la operativa diaria, convenientemente refinados, optimizados y empaquetados en almacenes de datos (*data warehouses*), podían ser una ayuda fundamental para los directivos de la empresa a la hora de tomar decisiones. Estas decisiones, que hasta entonces eran a menudo producto de la intuición del directivo, ahora podían basarse en datos empíricos. Casi simultáneamente, con la entrada fulgurante de internet en el mundo económico y el desarrollo del comercio electrónico, la necesidad de gestionar los datos y utilizarlos para tomar decisiones se incrementó de forma exponencial.

Desde el punto de vista del pensamiento estratégico, estas tendencias llevaron a considerar el conocimiento como un activo cada vez mayor en las empresas. La gestión del conocimiento empezó a desarrollarse y el análisis de datos y de información (*business analytics*) como fuente de conocimiento se convirtió en un elemento fundamental en la toma de decisiones estratégicas (Cortada, 2011).

En los últimos años, la convergencia de toda una serie de nuevas tecnologías, como el *big data*, la inteligencia artificial, el almacenamiento y los servicios informáticos en la nube o la internet de las cosas, ha impulsado el fenómeno de la transformación digital y ha significado un empuje aún mayor en la posibilidad de captar y gestionar más y mejores datos, y por tanto optimizar aún más los procesos de decisión. Y actualmente, con la popularización de las plataformas colaborativas, vemos que los datos, la información y el conocimiento sobre los diversos tipos de usuarios a menudo ya no son tan solo un elemento para tomar decisiones y generar ventaja competitiva para el negocio, sino que se han convertido muchas veces en el propio negocio.

5. Haciendo evolucionar los modelos de negocio

Por: Enric Serradell, profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa

Los modelos de negocio son una herramienta que nos permite determinar la correcta dirección del cambio, es decir, desarrollar el propio concepto de cambio y facilitar su implementación. Aparecieron en torno a los años setenta del siglo pasado para responder a las necesidades de la alta dirección de las empresas.

El análisis del concepto y evolución de los modelos de negocio se basa en tres aproximaciones (Gorevaya Khayrullina, 2012). La primera es la que considera los modelos de negocio como conceptos abstractos para describir de forma general cómo se crea y entrega valor a los clientes. La segunda aproximación se caracteriza por el énfasis en el propio concepto de negocio, donde se determina cuáles son los elementos básicos de estos modelos de negocio, así como las relaciones entre ellos. Por lo general, se pueden presentar en forma de lista y su número fluctúa entre cuatro y nueve elementos. La tercera aproximación analiza los modelos de negocio de las empresas mediante la metodología del caso y se analizan ejemplos concretos de modelos de negocio exitosos de empresas de referencia.

De alguna manera, los últimos veinticinco años han visto una evolución en el concepto de modelos de negocio, tanto desde el punto de vista de su aplicación como de sus usos como herramienta estratégica y también docente. Las empresas modernas los utilizan para reducir costes y mejorar la eficiencia. La mayoría de las innovaciones en modelos de negocio de los últimos años están relacionadas con el sector de las tecnologías de la información (TI) y puede afirmarse que la tendencia actual se encuentra en su transformación basada en las capacidades de convergencia de las tecnologías y en su aplicación inmediata en entornos *offline* y especialmente *online*.

Respecto a las tendencias de los próximos años, podemos decir que los modelos de negocio del futuro deberán seguir realizando una integración de tecnologías, incorporando de forma preferente el modelo de innovación abierta con la elección estratégica y muy cuidadosa de los socios más adecuados, asegurando una adecuada diversificación que permita crecer en distintos ámbitos y sectores y minimizar los ciclos económicos globales. Y, al mismo tiempo, realizando una integración inteligente de las nuevas redes sociales que aparecen de forma continuada e incorporando de forma destacada el concepto de reto y emergencia climática y sostenibilidad, incorporando a la estrategia la reflexión sobre el agotamiento de los recursos naturales. La relación entre los modelos de negocio y los *stakeholders*, así como el impacto social de sus actividades, acabarían de conformar la estrategia de futuro de las organizaciones exitosas para los próximos años. En cualquier caso, el tiempo irá dando forma a la idea de la innovación en modelos de negocio como elemento de cambio y adaptación al entorno.

6. La nueva función financiera: más tecnología y más personas

Por: Àngels Fitó, profesora sénior de los Estudios de Economía y Empresa

La función financiera de la empresa, al igual que el resto de funciones directivas, ha sufrido recientemente una evolución acelerada. El tsunami tecnológico, que añade velocidad, interconectividad, capacidad de tratamiento de datos, desintermediación y alternativas de autoaprendizaje, modifica tanto el alcance de su aportación al gobierno estratégico de las instituciones como el perfil competencial de las personas que la desarrollan.

Resumiendo, casi a modo de titular, cuáles son las palancas de esta evolución, se puede sintetizar que el cambio pasa por maximizar la contribución de la tecnología y de las personas.

La integración de nuevas tecnologías impacta profundamente en la distribución clásica de la labor financiera. La irrupción de sistemas inteligentes y la gestión basada en el tratamiento masivo de datos altera actividades, como: el registro de las operaciones, la proyección de resultados o la gestión de riesgos, entre otros. La incipiente adopción de estas oportunidades tecnológicas, que nos permite, por ejemplo, gestionar cantidades ingentes de datos a gran velocidad, nos permite desarrollar nuevas métricas, nuevas capacidades analíticas, nuevos mecanismos de cuantificación y previsión de riesgos y nuevos lenguajes visuales de transmisión de información.

A su vez, la automatización, la desintermediación del conocimiento y la creciente expectativa de los grupos de interés de una actuación y un *reporting* más transparente e inclusivo demandan unos perfiles competenciales renovados. Aspectos como la capacidad de liderazgo, de trabajar e influir en entornos multidisciplinares, o de integrar estas nuevas tecnologías adquieren protagonismo, sobresaliendo aquellas más vinculadas con la transparencia y el compromiso ético.

La responsabilidad de este proceso de ajuste de la función financiera en un nuevo contexto, más digital, más global y más sostenible es compartido. Si a nivel individual corresponde al profesional reconocer cuáles son sus oportunidades de adaptación, a nivel corporativo es la organización la que debe definir y revisar su contribución. Por último, corresponde a las universidades garantizar que sus planes de estudio den respuesta a estos nuevos requerimientos competenciales.

7. Aplicando principios de ética empresarial y de sostenibilidad

Por: Natàlia Cugueró, profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa

La ética en las empresas es una disciplina de la ética aplicada que proporciona guías en el contexto empresarial sobre cómo tomar decisiones de forma que sean conformes a unos principios establecidos como buenos y/o como generadores de consecuencias buenas para las personas a quienes afectan. Los principios de la ética empresarial afectan

a todos los ámbitos de decisión, y deberían ayudar a seleccionar las técnicas adecuadas en cada área de experiencia (por ejemplo, marketing, dirección de personas y finanzas, entre otros) (Aristóteles, 2009).

Siendo así, no debería existir el concepto «finanzas éticas», sino que las finanzas deberían seguir los principios éticos establecidos en las organizaciones, para ser consideradas «buenas finanzas», es decir, generadoras de resultados buenos para todos los grupos de interés. Últimamente, y debido a varios escándalos y abusos que han tenido como origen las malas prácticas empresariales (como en la última crisis financiera), la ética ha vuelto a ser reclamada como solución para evitar que se repita. Esto ha llevado a incrementar el énfasis en la figura del decisor y cómo toma decisiones, y volver así a las fuentes filosóficas del humanismo, con Aristóteles en el centro y las virtudes básicas que deberían practicar los líderes empresariales, que son la justicia y la sabiduría práctica. Los directivos y las empresas deben generar justicia, y deben ser conscientes de cómo incorporar la justicia en los sistemas y las decisiones, definiendo qué criterios de decisión aportan justicia a los involucrados. También escoger desde el discernimiento que aporta la sabiduría práctica, que nos ayuda a distinguir lo que es justo de lo que no lo es. Así pues, el objetivo de las empresas sería aportar felicidad a quienes forman parte de ella, y contribuir a su desarrollo, aprendizaje y finalmente a su bienestar a largo plazo (Cugueró-Escofet y Rosanas, 2013).

En paralelo, otra corriente se ha centrado en la responsabilidad social corporativa (RSC). Esta se centra en favorecer la ética en las organizaciones de una manera proactiva y explícita e incorporando la dimensión social (Evan y Freeman, 1988). La RSC propone formas para que las empresas tengan conciencia de que todas sus decisiones deben conducir a incrementar la sostenibilidad económica, medioambiental y social. Asimismo, quiere que estas implementen acciones que sean responsables con los recursos empleados en sus actividades para minimizar cualquier impacto negativo sobre las personas y el entorno, pues los recursos son limitados. La RSC ha evolucionado hacia la sostenibilidad, un concepto que a raíz de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y con la concreción empresarial recogida en el Pacto Mundial, proporciona una guía para que las organizaciones puedan incrementar la sostenibilidad y cumplir estos objetivos con su propia diferenciación y actividad. Así, todas las organizaciones están llamadas a incorporar los ODS en sus acciones, midiendo su desempeño para mejorar continuamente.

8. Liderando a través de las emociones

Por: Fernando Álvarez, profesor de los Estudios de Economía y Empresa

El liderazgo es un tema complejo y controvertido, pero existe unanimidad en que su impacto en las organizaciones es clave, porque de él dependerán en gran medida el crecimiento y la eficiencia de las estructuras empresariales. El liderazgo puede abordarse desde dos perspectivas: como una calidad personal del líder o como una función dentro de una organización, sistema, comunidad o sociedad. Si nos centramos en esta segunda acepción, entendemos al líder como el impulsor y generador de valor añadido.

La teoría sobre liderazgo dominante a finales del siglo xx era la de Bernard Bass, quien consideraba que existen dos tipos de liderazgo: el transaccional y el transformacional. El liderazgo transaccional se basa en el intercambio o transacción. El líder utiliza el poder, recompensando o sancionando a los trabajadores en función de su rendimiento. Su estilo directivo es de mando y control, con un fuerte uso del poder formal. Es un líder que mira con detalle el corto plazo y que utiliza los procesos y los recursos de forma eficiente. Es un buen gestor que tiende a la mejora continua a base de una mayor estandarización, orden y repetición de los procesos ya conocidos y bien experimentados. La relación que crea este líder es puramente transaccional: los seguidores obedecen al líder porque están interesados en la transacción, en lo que van a recibir a cambio de su trabajo.

Por su parte, el estilo de liderazgo transformacional está centrado en el papel del líder como agente del cambio, que promueve el compromiso y motiva al equipo. El líder transformador es un inconformista, visionario y carismático que busca transformar tanto el estado de las cosas en la empresa como las propias aspiraciones e ideales de sus seguidores.

En los últimos veinticinco años hemos visto cómo ha ido ganando protagonismo, en el ámbito empresarial y en la economía en general, la gestión de las emociones, el *homo sapiens* frente al *homo economicus*. En esta línea,

Daniel Goleman introducía a principios del siglo XXI una nueva distinción en el liderazgo, que diferenciaba entre el líder resonante y el líder disonante.

La idea principal es que la labor fundamental del liderazgo es emocional. El líder debe despertar los sentimientos positivos de sus subordinados, para lo cual debe ser capaz de sintonizar su onda emocional con la onda emocional de su equipo, siendo así un líder resonante. Si no existe sintonía entre líder y equipo, existirá disonancia en el liderazgo.

Una vez consiga sintonizar de forma adecuada con el equipo, el líder podrá mostrar diferentes estilos de liderazgo (visionario, facilitador, afiliativo, participativo, ejemplar o autoritario), adaptándose o bien a las personas de su equipo, o bien a las circunstancias y momentos que vive la organización. La maestría del líder resonante está en ser capaz de utilizar todos los estilos de liderazgo.

Las teorías sobre liderazgo seguirán evolucionando, pero la idea de que las organizaciones deben estar lideradas por aquellas personas que sean generadoras de confianza y emoción ha llegado para quedarse.

9. Promoviendo organizaciones más diversas e inclusivas

Por: Laura Lamolla y Mónica Cerdán, profesoras de los Estudios de Economía y Empresa

En los últimos veinticinco años hemos asistido a una transformación de la empresa en lo que se refiere a la gestión de la diversidad y la inclusión. Las empresas, debido a los substanciales cambios económicos, culturales y demográficos de nuestra sociedad, han pasado a tener una diversidad manifiesta que se refleja en la composición de población. Entre estos cambios se pueden mencionar: la plena incorporación de la mujer en el mercado de trabajo, el crecimiento de la inmigración, el envejecimiento de la pirámide poblacional, el modelo social de discapacidad, el aumento de libertades personales y la consolidación de los derechos humanos. En dos décadas, España se ha convertido en una sociedad diversa. La gestión de la diversidad y la inclusión se han vuelto inevitables. Sin embargo, hace unos años, cuestiones como el género, la etnia, la orientación sexual o la edad se trataban como cuestiones únicamente relacionadas con la discriminación laboral. Además, tampoco era un asunto prioritario en la mayoría de las organizaciones. Actualmente, y aunque la normativa actual exige el desarrollo de planes de igualdad en materia de género en la mayoría de las organizaciones o la incorporación de personas con discapacidad, la exclusión en determinados colectivos sigue presente y es necesario seguir actuando a favor de entornos laborales más inclusivos. La diversidad conduce a equipos más creativos y aumenta los beneficios de la empresa, con un mejor rendimiento financiero, mejor gestión del talento y más oportunidades de mercado (McKinsey, 2020a; McKinsey, 2020b). Sin embargo, esta relación no es directa y es necesaria la inclusión (Sherbin y Rachid, 2017). Por tanto, no es suficiente que las empresas sean conscientes de la inevitabilidad de la diversidad y estén obligadas por regulación a garantizarla, sino que también es necesario gestionarla. La diversidad es un elemento que hay que potenciar y que se convierte en estratégica en la gestión de personas y que añade valor. No solo porque es una cuestión de equidad y justicia social, sino porque está demostrado que la diversidad de competencias, habilidades, conocimientos, experiencias, valores, actitudes y opiniones de las personas trabajadoras, incrementan los resultados de las empresas.

Conclusiones

A lo largo de las diferentes contribuciones hemos podido ver cómo, en los últimos veinticinco años, la empresa ha tenido que ir perfeccionando y optimizando su capacidad de adaptación al cambio, la toma de decisiones, los modelos de negocio y el liderazgo, para garantizar su supervivencia, su aportación a la sociedad y su rentabilidad.

Pero, al mismo tiempo, en estos veinticinco años, se han puesto de manifiesto una serie de retos que la empresa debe aprender a resolver para mantener y mejorar su competitividad en los distintos mercados, como son: la transformación digital, la internacionalización, las tecnologías de la información y la comunicación, la responsabilidad social y los objetivos de desarrollo, el binomio personas y tecnología y la gestión de la diversidad y la inclusión.

Confiamos en que las pinceladas de cada uno de estos conceptos que el artículo nos muestra puedan ayudar a las empresas a alcanzar con éxito sus objetivos futuros.

Referencias bibliográficas

- Aristóteles (2009). *The Nicomachean Ethics*. En: W.D. Ross, revised by Leslie Brown. Oxford: Oxford University Press.
- BASS, Bernard M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. Nueva York: The Free Press.
- BONMATÍ, Julio (2011). «El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa». En: *Cont4bl3*, núm. 39, págs. 10-12.
- CUGUERÓ-ESCOFET, Natàlia; ROSANAS, Josep M. (2013). «The just design and use of management control systems as requirements for goal congruence». En: *Management accounting research*, vol. 24, núm. 1, págs. 23-40. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.mar.2012.11.001>.
- GOLEMAN, Daniel; BOYATZIS, Richard; MCKEE, Annie (2002). *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Harvard Business School Press.
- GOREVAYA, Evgenya; KHAYRULLINA, Marina (2015). «Evolution of business models: past and present trends». En: *Procedia Economics and Finance*, vol. 27, págs. 344-350. DOI: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01005-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01005-9).
- Mckinsey (2020a). «Diversity wins: how diversity matters» [en línea]. Disponible en: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-wins-how-inclusion-matters>. [Fecha de consulta: diciembre de 2021].
- Mckinsey (2020b). «Diversity still matters» [en línea]. Disponible en: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-still-matters>. [Fecha de consulta: diciembre de 2021].
- PARDO, César; SUESCÚN, Elizabeth; JOJOA, Hamilton; ZAMBRANO, Ricardo; ORTEGA, Wilson (2020). «Modelo de referencia para la adopción e implementación de Scrum en la industria de software». En: *Investigación e Innovación en Ingenierías*, vol. 8, núm. 3, págs. 14-28. DOI: <https://doi.org/10.17081/invinno.8.3.4700>.
- SHERBIN, Laura; RASHID, Ripa (2017). «Diversity doesn't stick without inclusion». En: *Harvard Business Review*, núm. 1.
- TORSSELL, Sofia; BONDEMARK, Kristina (2018). «Business Models of Successful Start-up Companies: A comparative study of start-ups' business models and how these are adapted to trends and competition in the industry» [en línea]. Disponible en: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1217330/FULLTEXT01.pdf>. [Fecha de consulta: diciembre de 2021].

Cita recomendada: ÁLVAREZ, Fernando; CANALS, Agustí; CERDÁN, Mónica; CUGUERÓ, Natàlia; ESCOBAR, Dailis; FITÓ, Àngels; LAMOLLA, Laura; LLADÓS, Josep; SERRADELL, Enric; SUAUI, Pere. Hechos y retos que han marcado la gestión empresarial en los últimos 25 años. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2202>



Fernando Álvarez

falvarezgo@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Economía Aplicada por la Universidad Internacional de Catalunya. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la UB. Ha cursado el Programa de Dirección y Gobierno de Empresas Familiares del Instituto de Empresa. Investigador del grupo de investigación TAXBusiness orientado a la búsqueda y difusión del impacto de las relaciones laborales y la fiscalidad en las empresas. Sus intereses se centran en cuestiones vinculadas a las empresas familiares y la economía pública.

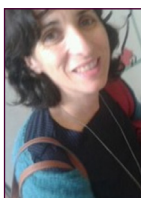


Agustí Canals

acanalsp@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Licenciado y máster en Ciencias Físicas por la Universidad Autónoma de Barcelona. MBA y doctor en Management Sciences por ESADE (Universidad Ramon Llull). Ha sido investigador visitante en la Warwick Business School de la Universidad de Warwick, en la Wharton School de la Universidad de Pensilvania y en la Saïd Business School de la Universidad de Oxford. Su investigación actual se centra en temas relacionados con la gestión estratégica de la información y el conocimiento, las redes sociales, la inteligencia competitiva, la innovación y la complejidad en las organizaciones. Es investigador principal del grupo de investigación consolidado KIMO sobre la gestión de la información y el conocimiento en las organizaciones y dirige el máster universitario en Gestión Estratégica de la Información y el Conocimiento en las Organizaciones de la UOC.



Mónica Cerdán

mcerdanc@uoc.edu

Profesora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Administración y Dirección de Empresas por la UPC y licenciada en Investigación y Técnicas de Mercados por la UB. Actualmente es profesora lectora de la UOC y pertenece al grupo de investigación i2TIC. Acumula 10 años de experiencia como responsable de creación de empresas y 10 años a nivel académico en inserción social.



Natalia Cugueró-Escofet

ncuguer@uoc.edu

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctorado en *Management Sciences* por la IESE Business School, Universidad de Navarra, licenciada en Derecho por la UOC e Ingeniería Industrial por la UPC. Ha publicado varios artículos tanto en revistas especializadas académicas como en revistas de divulgación y destinadas a un público profesional.



Dalilis Escobar

descobarri@uoc.edu

Profesora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Investigadora del grupo de investigación DigiBiz (Digital Business Research Group) y co-laboradora del grupo de investigación en Ingeniería de Proceso, Producto y Producción (GREP) de la UdG. Especialista en el análisis del comportamiento del consumidor en el sector turístico y los comportamientos posconsumo en entornos de economía colaborativa. Autora de artículos y capítulos de libros en revistas de investigación indexadas. Su actividad académica y de investigación se relaciona también con el ámbito de la gestión de la calidad, gestión ambiental y responsabilidad social.



Àngels Fitó

afitob@uoc.edu

Profesora sénior de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Economía y Empresa por la Universidad de Barcelona. En marzo de 2019 es nombrada vicerrectora de Competitividad y Empleabilidad de la Universitat Oberta de Catalunya, cargo de nueva creación. Anteriormente, desde octubre de 2010, fue la directora de los Estudios de Economía y Empresa. Durante años ha compaginado la investigación y la docencia en temas relacionados con la gestión económico-financiera en diferentes universidades españolas, con el ejercicio profesional en el mismo ámbito. Su labor docente ha sido reconocida con la obtención de distintas acreditaciones de docencia e investigación.



Laura Lamolla

llamollak@uoc.edu

Profesora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en *International Management* por la Community of European Management Schools. Lic y MBA por ESADE Business School. Sus intereses se centran en cuestiones de género, emprendimiento y equilibrio vida-trabajo. Ha participado en varios proyectos de investigación sobre estas temáticas.



Josep Lladós-Masllorens

jlladosm@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Licenciado y doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC e investigador del grupo de investigación DigiBiz. Su área de conocimiento es la economía aplicada y focaliza su actividad de investigación principalmente en los ámbitos de la economía internacional, el mercado laboral y la economía digital.



Enric Serradell

eserradell@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Investigador del grupo de investigación GO2SIM orientado a la investigación, creación y difusión de metodologías y herramientas de innovación docente. Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Barcelona. Sus intereses de investigación están vinculados con el *management*, la dirección de empresas y la toma de decisiones directivas.



Pere Suau-Sanchez

psuau@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Senior lecturer en Cranfield University. Doctor en Geografía Económica por la Universidad Autónoma de Barcelona y máster en Gestión Urbana por la Universidad Erasmo de Róterdam. Investigador principal del grupo de investigación SUMAT. Ha publicado varios artículos tanto en revistas especializadas académicas como en revistas de divulgación y destinadas a un público profesional.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

UNA RETROSPECTIVA DEL MARKETING Y DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

25 años (r)evolucionando el análisis del mercado y diseñando propuestas de valor

Ana Isabel Jiménez Zarco

Directora académica del máster universitario en Marketing Digital (UOC)

Carmen Pacheco Bernal

Directora académica del grado en Marketing e Investigación de Mercados (UOC)

RESUMEN Con motivo del veinticinco aniversario de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, las profesoras Pacheco-Bernal y Jiménez-Zarco reflexionan sobre el modo en que la tecnología ha influido en las disciplinas del marketing y de la investigación de mercados, tanto en lo que respecta a su evolución como a su alcance. También se presentan los retos vinculados a estas disciplinas a los que se enfrentan las organizaciones en un momento clave de transformación digital. Para el marketing, la tecnología ha supuesto un antes y un después. Conceptos básicos que actualmente determinan el core de la disciplina emergen y se consolidan a medida que la tecnología pone a nuestro alcance nuevas herramientas, dispositivos, canales e incluso entornos. El marketing pasa de circunscribirse al ámbito de las ventas a corto plazo a construir y mantener a tiempo real relaciones complejas, duraderas y con un fuerte componente emocional, entre agentes de diversa naturaleza y con diferentes intereses. Por lo que respecta a la investigación de marketing, el potencial que ha ofrecido el desarrollo de nuevas tecnologías en la comprensión de la persona consumidora, si bien no ha eclipsado la investigación de mercados más tradicional, sí ha modificado el panorama en cuanto a la calidad y cantidad de la información que obtener y respecto a la amplitud de alternativas metodológicas para la recogida de datos. En plena era digital, la integración de datos provenientes de diferentes fuentes y el uso de metodologías híbridas han de permitir al sector anticiparse a las tendencias y comprender mejor el comportamiento del mercado.

PALABRAS CLAVE marketing; investigación de mercados; TIC; evolución; innovación en marketing; era de los datos

A RETROSPECTIVE OF MARKETING AND MARKET RESEARCH

25 years revolutionizing market analysis and designing value propositions

ABSTRACT For the twenty-fifth anniversary of Economic and Business Studies at the UOC, professors Pacheco-Bernal and Jiménez-Zarco reflect on the way in which technology has influenced the disciplines of marketing and market research, both in terms of their evolution and their scope. They also present challenges linked to these disciplines and faced by organizations at a key moment of digital transformation. For marketing, technology has provided a before and after. Basic concepts that currently determine the core of the discipline emerge and are consolidated as technology places new tools, devices, channels and even environments within our reach. Marketing is going from the

field of short-term sales to building and maintaining, in real time, complex and lasting relationships with a strong emotional component between agents of varying nature and with different interests. In terms of market research, the potential offered by the development of new technologies in understanding consumers, while it has not eclipsed more traditional market research, has modified the panorama with regard to the quality and quantity of the information obtained and the breadth of methodological options for gathering data. In the midst of the digital era, the integration of data coming from various sources and the use of hybrid methodologies enable the sector to anticipate trends and better understand market behaviour.

KEYWORDS marketing; market research; ICT; evolution; innovation in marketing; data era

Introducción

El marketing se caracteriza por ser una de las disciplinas de las ciencias sociales que mayores cambios ha experimentado durante los últimos veinticinco años. Estos no solo hacen referencia a la evolución del concepto –el cual cambia al mismo ritmo que lo hacen las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)–, sino también al alcance y la extensión de su uso.

Durante este periodo de tiempo, se podría decir que la disciplina ha pasado por diferentes estadios que parten en sus orígenes de un marketing entendido como proceso directivo, desarrollado de forma íntegra y exclusiva por la organización, hasta el enfoque actual que se caracteriza por: **1)** su carácter social, **2)** ser *human-centered*, **3)** ser creador de experiencias y de valor, y **4)** su transversalidad, lo que significa que puede ser desarrollado por cualquier agente independientemente de su naturaleza –organizaciones, instituciones y personas– y objetivo buscado –ya sea vender un producto, concienciar y educar, construir una relación o generar amor y admiración por una *marca* o una *antimarca*– (Taranilla, 2018).

Desde la academia se han aportado diferentes modelos sobre la evolución del marketing. Entre ellos, existen diferencias en relación a la variable considerada como impulsora del cambio: el cambio económico (Lambin, 1995) o el avance tecnológico (Kotler *et al.*, 2021). De manera general, estamos de acuerdo en que la tecnología incide, y mucho, en la forma de entender y de hacer marketing, por lo que consideramos que la propuesta realizada por Kotler es la más acertada.

Por lo que respecta a la investigación de mercados –el proceso sistemático y objetivo de recopilar, analizar y sintetizar información fiable y suficiente con el objetivo de permitir a los responsables de la planificación estratégica de marketing de las organizaciones reducir el riesgo en la toma de decisiones–, esta ha sido un área que, como la disciplina en la que se incluye, el marketing, ha evolucionado de la mano de los cambios sociales y tecnológicos acontecidos en las últimas décadas.

1. El concepto de marketing: del marketing 1.0 al ¿marketing 5.0?

Por: Dra. Ana Isabel Jiménez Zarco, directora académica del máster universitario en Marketing Digital

Volviendo la vista atrás, la década de 1990 se caracteriza por la transición del *marketing 1.0* al *marketing 2.0*. Superada la orientación hacia la producción y las ventas que distinguen épocas anteriores, las organizaciones comienzan a centrarse con fuerza en el cliente. Su objetivo es satisfacer y con ello retener al cliente a lo largo del tiempo. Es por ello por lo que conceptos como *creación de relaciones* y *entrega de valor* definen las estrategias emprendidas. En esta época, L’Oreal, Nike y Coca-Cola lanzan míticos eslóganes como «Because I’m worth it», «Just do it» o «Just for the taste of it», respectivamente, en un intento de destacar la capacidad de sus productos para satisfacer las necesidades más hedónicas del cliente.

Incluso sectores tecnológicamente innovadores como el automovilístico o el informático se adhieren a esta nueva tendencia en marketing. La propuesta de valor ofrecida ya no es meramente funcional y deja de centrarse en los aspectos técnicos del producto. Cobra relevancia el aspecto emocional, de tal forma que emociones y sentimientos pasan a ser

ahora el elemento capaz de satisfacer y fidelizar al cliente. «¿Te gusta conducir?» o «Think Different» suponen un antes y un después en la comunicación corporativa de marcas como BMW y Apple, iniciando así la época dorada del *branding*.

1.1. Evolución tecnológica y en innovación en marketing

Durante estos años, la tecnología evoluciona de forma imparable y se establecen las bases para la creación de un nuevo entorno de relación entre la compañía y los clientes: el entorno digital. Los últimos años de la década de 1990 fueron especiales: en 1998 nace Google, y en 1999 se lanzan al mercado los primeros teléfonos móviles con sistema de navegación. Más temprano que tarde, las organizaciones inauguran el siglo XXI con una importante presencia en la red y haciendo un uso intensivo de las herramientas digitales no solo para comunicarse con el cliente, sino también para dialogar y conseguir su implicación.

Se inicia una etapa en la que la tecnología libera y empodera a la persona, que como tal es capaz de usar internet para expresar sus opiniones, deseos e ideas y experiencias alcanzando cobertura global. Además, la aparición de las redes sociales ofrece una nueva dimensión para organizaciones y clientes: la social. La red no solo se utiliza para buscar información o para comprar, sino también para relacionarse, hacer amigos y compartir experiencias. El marketing no es ajeno a ello y comienza a asentarse en la evolución hacia el 3.0. Se trata de un marketing que entiende las organizaciones como miembros de la sociedad –con responsabilidades y beneficios– y a los clientes como personas integradas por valores con los cuales se han de establecer relaciones; en definitiva, pasamos a un nuevo enfoque del marketing que otorga gran importancia al papel social de la organización y, por tanto, a la responsabilidad y a la sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Dove, Coca-Cola o McDonald's son capaces de entender este nuevo concepto y posicionarse al lado de los consumidores. Son marcas que comprenden y acompañan a los clientes y comparten con ellos valores y creencias sobre las cuales se establecen y consolidan relaciones a lo largo del tiempo. La omnicanalidad se hace realidad de modo que marcas y consumidores utilizan todos los medios y canales a su alcance –sean o no digitales– para crear y hacer crecer entre ellos un vínculo afectivo.

A medida que el tiempo pasa, la tecnología evoluciona y las empresas con ella: entramos en el *marketing 4.0*. Las TIC se integran en el día a día de las organizaciones y se utilizan para mejorar y enriquecer la relación con los clientes, aunque también para hacer más efectivos y eficientes los procesos internos de obtención, difusión y gestión de la información. Facebook, Instagram y Snapchat continúan siendo los principales canales de diálogo y de relación entre los clientes y las marcas, aunque ahora el valor no solo es responsabilidad de la empresa, sino que se crea colaborativamente entre ambos agentes. Marcas y clientes inician un viaje a través del cual viven experiencias únicas y exclusivas. En este proceso, el terminal móvil se convierte en el principal dispositivo de comunicación, mientras que tecnologías como la realidad aumentada –como en este ejemplo de IKEA– y los asistentes de búsqueda –como en el de Google– juegan un papel fundamental. Por otro lado, conceptos como *CRM*, *big data* y *data mining* cobran sentido en el seno de una estrategia empresarial en la que la información sobre el cliente se convierte en la pieza clave del éxito. De esta forma, el análisis de grandes volúmenes de datos obtenidos en tiempo real permite crear con un mínimo margen de error modelos predictivos sobre el comportamiento del cliente, como veremos en el siguiente apartado.

1.2. ¿Hacia dónde nos dirigimos?

A fecha de hoy, las tecnologías digitales y el análisis intensivo de la información que estas ofrecen hacen que el marketing sea efectivo, predictivo y personalizable. La cuestión ahora es conocer si el avance imparable de la tecnología nos llevará hacia un nuevo estado evolutivo del marketing, ¿el *marketing 5.0*?, en el cual la interacción hombre-máquina se intensifica. Lo que hasta hace nada parecía ciencia ficción –la inteligencia artificial– constituye actualmente la base del día a día del marketing digital: motores de búsqueda, asistentes de voz (*chatbots*), precios dinámicos o publicidad programática. El último paso lo encontramos en el metaverso, el mundo virtual por el que Facebook, Google y Microsoft están apostando. En España, Zara ha sido la primera compañía en lanzar una colección en el metaverso. Respetando de manera estricta los principios del 4.0, y a través de un acuerdo con la antimarca, Ader Error, la incursión en la virtualidad del gigante español pone en valor, tal y como señala Lastra (2021), «la expresión de las ideas a través del lenguaje, ensalza nuevas maneras de pensar y pretende además ser la simiente de nuevas culturas».

2. La investigación de mercados: evolucionando de la mano de los cambios sociales y tecnológicos hasta la «era de los datos»

Por: Dra. Carmen Pacheco Bernal, directora académica del grado en Marketing e Investigación de Mercados

Las herramientas y los recursos de la investigación de marketing, por su parte, también han evolucionado de la mano de los cambios sociales y tecnológicos. Asentada durante las primeras décadas del siglo xx en metodologías cualitativas –basadas principalmente en la etnografía y la antropología–, no es hasta la década de 1950 cuando se comienza a impulsar la aplicación de la estadística al estudio del consumidor y al análisis de grandes muestras de datos a través de análisis multivariantes y de diseños experimentales. A partir de aquí, la investigación de mercados cuantitativa gana terreno a la cualitativa, siendo la encuesta el instrumento de recogida de información mayormente empleado en la investigación social.

2.1. Del CATI - CAPI a la investigación en línea

De hecho, el sociólogo Roger Tourangeau afirma en 2004 que tal vez ninguna otra de las herramientas de investigación utilizadas por los científicos es tan sensible a los cambios sociales y tecnológicos como la encuesta. Esta declaración se basa en que durante las décadas de 1960 y 1970 la amplia difusión y uso del teléfono fijo por parte de la sociedad americana facilitan que la entrevista telefónica (junto a la encuesta distribuida por correo postal) fuera uno de los métodos de recogida de información más utilizados por las instituciones que desarrollaban investigaciones sociales. Posteriormente, la aparición de los primeros ordenadores personales –a mediados de la década de 1970–, y especialmente del ordenador portátil, impulsa la adopción del sistema de entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI, *computer-aided telephone interviewing*). En los últimos años de la década de 1980 y los primeros de la década de 1990, los avances informáticos –junto con la reducción del tamaño y del peso de los equipos y el aumento de la autonomía de las baterías– permiten un gran desarrollo del sistema basado en la entrevista personal asistida por ordenador (CAPI, *computer-aided personal interviewing*).

En el transcurso de la década de 1990, el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) altera el uso de los métodos tradicionales de recogida de datos: las respuestas se pueden grabar electrónicamente y surgen nuevos medios para recoger información de los participantes en las investigaciones sociales, como el correo electrónico o la *World Wide Web*. Las enormes posibilidades que ofrece internet para realizar la distribución y el envío de gran número de cuestionarios con gran rapidez, así como el aumento de la no respuesta en las encuestas presenciales y telefónicas en las últimas décadas del siglo xx, favorecen la adopción de la encuesta en línea. Su uso se ve además incentivado por dos de sus principales características: la rapidez en la recogida de información y el bajo coste que representa, muy inferior al coste soportado con el uso de metodologías tradicionales.

Sin embargo, el uso de la encuesta por correo electrónico como técnica de recogida de información es eclipsado rápidamente por la *World Wide Web*. Gracias a la introducción del lenguaje informático HTML (*HyperText Markup Language*), la red presenta múltiples ventajas respecto al correo electrónico. Entre estas ventajas se encuentra la posibilidad de incorporar elementos multimedia (audio, vídeo), que permiten alcanzar una mayor interactividad con la persona entrevistada. El nivel de interactividad que proporciona la encuesta en web solo había sido posible, hasta el momento, con los métodos convencionales de recogida de información –entrevista personal o telefónica–, en las que quien entrevista guía a la persona entrevistada durante la realización del cuestionario.

Aunque cuando la investigación en línea experimenta un mayor nivel de crecimiento es con el desarrollo de los paneles en línea de consumidores. Los paneles tienen sus orígenes en Europa en la década de 1980, cuando se comienzan a utilizar sistemas como Videotex, Minitel y otros dispositivos basados en la transmisión de la información a través de la televisión (*television-based text information systems*). A partir de mediados de la década de 1990, los paneles en línea, tanto los compuestos íntegramente por internautas como los que seleccionan a usuarios y a no usuarios de internet, se convierten en una herramienta de recogida de información enormemente popular, sobre todo en Estados Unidos, aunque también en Europa. En la actualidad, prácticamente la totalidad de estudios de mercado que se desarrollan en línea acuden a los paneles para difundir los cuestionarios.

2.2. La revolución móvil

La revolución móvil irrumpe con fuerza en la investigación de marketing a finales de la década de 1990, con los primeros intentos de emplear los dispositivos móviles para conducir estudios de mercado mediante el uso de mensajes cortos de texto (SMS). El interés del sector de la investigación de marketing por las metodologías móviles se basa principalmente en la creciente ubicuidad de los dispositivos, la aparición de nuevos y más potentes terminales y el desarrollo de nuevos enfoques de investigación social del consumidor, lo que facilita las investigaciones en tiempo real –consiguiendo respuestas o reacciones cercanas a la experiencia que se desea investigar– y la recogida de datos de forma pasiva y automatizada.

Cuando el teléfono móvil dispone de acceso a internet y de pantallas de mayor tamaño –principios de la década de 2000–, los investigadores y las investigadoras comienzan a contar con estos terminales en estudios más complejos y ven en el dispositivo la posibilidad de extender la encuesta telefónica a determinadas poblaciones objetivo, como los jóvenes. A partir de 2005, con el lanzamiento de los teléfonos BlackBerry y de las PDA con acceso a internet, se hace más evidente la difusión imparable del teléfono móvil entre la población y el sector dedica más atención a esta tecnología. Es entonces cuando empiezan a desplegarse estudios cualitativos basados en comunidades de investigación y foros de discusión vía móvil. Por lo que respecta a los estudios etnográficos móviles, a los investigadores y a las investigadoras se les presenta la oportunidad de comunicarse con las personas investigadas de forma no intrusiva, en su vida cotidiana, observando y monitorizando, mediante los dispositivos móviles, su comportamiento real con un impacto mínimo.

Así, los dispositivos móviles no solo permiten la recolección de datos declarativos (*declared data*) –de uso, conocimiento, hábitos, actitudes, satisfacción, etc.–, esto es, proporcionados activamente por los consumidores mediante técnicas más tradicionales, como las encuestas, sino que también favorecen la captación de datos observacionales o comportamentales, recabados de forma pasiva (*behavioral data*), resolviendo además problemas relativos a la falta de memoria o a la conveniencia social, asociados habitualmente a las metodologías de datos declarativos proporcionados mediante encuestas.

2.3. La era de los datos: nuevos retos

Como ha quedado reflejado en esta síntesis de los principales hitos en las metodologías utilizadas por la investigación de mercados, las TIC y la constante digitalización en la recogida de datos han permitido la anotación, el procesamiento y el análisis de nuevas tipologías de información que tradicionalmente no se utilizaban en la disciplina. De hecho, la investigación de mercados se encuentra en plena «era de los datos» y materializada en: **1)** la captura de estos de forma masiva (*big data*) mediante canales digitales, **2)** la analítica avanzada mediante algoritmos, **3)** la visualización dinámica de información, o **4)** la cocreación de propuestas de valor a través de plataformas colaborativas.

El rol de la tecnología sigue siendo fundamental en el desarrollo de procesos de investigación de marketing híbridos (metodológicamente hablando) en los que se persigue un equilibrio entre las herramientas tradicionales que trabajan con información declarada por el consumidor –como los *focus groups* o las encuestas– y las que recogen y analizan datos propios de las organizaciones (*first party data*), o mediante sistemas de escucha activa (*social listening*) de espacios digitales en los que los consumidores comparten contenidos y experiencias (como los medios de comunicación social). Ante este contexto, debe destinarse especial atención a reforzar aspectos éticos y de privacidad de la información recabada.

La integración de datos provenientes de diferentes fuentes ha de facilitar el alcance de un rigor superior en los planteamientos de las investigaciones comerciales, una visión global del comportamiento que se pretende analizar –detectando una mayor identificación de *insights* relevantes para las compañías– y una capacidad superior de la dirección para la toma de decisiones.

Desde la década de 2010, las organizaciones del sector se hallan en pleno proceso de transformación ante el desafío de desarrollar modelos de análisis de datos que predigan comportamientos y tendencias de la población en tiempo real. La unión de disciplinas y la compartición de experiencias y conocimientos por parte de distintos ámbitos será clave: profesionales de las áreas de la estadística, matemáticas, antropología y de la ciencia de datos deberán trabajar conjuntamente con profesionales de la investigación de mercados, de la economía, de la sociología y de la psicología para afrontar de forma colaborativa estos nuevos retos.

La fusión de datos provenientes de diferentes fuentes y el uso de metodologías híbridas permitirán al sector de la investigación de marketing anticiparse a las tendencias y comprender mejor el comportamiento de los consumidores. Estamos en disposición de combinar lo mejor de la tecnología con las mejores habilidades humanas.

Referencias bibliográficas

- ATANET, David (2021). «La economía de los datos en 2020. Nuevos retos para el sector de la investigación, Insights y Analytics». En: *Insights Analytics España* [en línea]. Disponible en: <https://ia-espana.org/wp-content/uploads/2021/03/la-economia-de-los-datos-2020-version-final.pdf>.
- COUPER, Mick P. (2005). «Technology Trends in Survey Data Collection». En: *Social Science Computer Review*, vol.23, núm. 4, págs. 486-501. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439305278972>.
- DILLMAN, Don A.; SMYTH, Jolene D.; LEAH MELANI, Christian (2009). *Internet, mail, and mixed-mode surveys. The tailored design method* (3a edición). Nueva Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- ILIEVA, Janet; BARON, Steve; HEALEY, Nigel M. (2002). «Online surveys in marketing research: pros and cons». En: *International Journal of Market Research*, vol. 44, núm. 3, págs. 361-382. DOI: <https://doi.org/10.1177/147078530204400303>.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan (2021). *Marqueting 5.0: Technology for humanity*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
- LAMBIN, Jean Jacques (1995). *Marketing Estratégico* (3a edición). Madrid: McGraw-Hill.
- LASTRA, Esther (2021). «Zara se lleva el hilo y la aguja al metaverso y presenta AZ Collection», En: *Blog marketingdirecto.com* [en línea]. Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/anunciantes/zara-lleva-hilo-aguja-metaverso-presenta-az-collection>.
- MARTÍN GARRETA, Borja (2021). *La investigación de marketing en la era de los datos*. Barcelona: Editorial UOC.
- PACHECO BERNAL, Carmen (2019). «La investigación de marketing en la era de los datos». En: *Oikonomics* [en línea]. Mayo 2019, núm. 11. Disponible en: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero11/dossier/cpacheco.html>. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n11.1906>.
- PACHECO BERNAL, Carmen (2019). «La adopción de la investigación de marketing con dispositivos móviles: un análisis empírico en la industria de la investigación de mercados en España». Tesis doctoral Universitat Oberta de Catalunya (UOC) [en línea]. Disponible en: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/108346/1/tesis_carmen%2bPacheco%2bBernal_Defensa11122019.pdf.
- PINTER, Robert; TONINELLI, Danielle; de PEDRAZA, Pablo (2015). «Mobile Research Methods: Possibilities and Issues of a new promising way of conducting research». En: *Mobile research methods: opportunities and challenges of mobile research methodologies*. Londres: Ubiquity Press.
- TARANILLA, Ángel (2018). «Antimarcas de moda: Ader Error». En: *Neo2.com* [en línea]. Disponible en: <https://www.neo2.com/antimarcas-ader-error/>.
- TOURANGEAU, Roger (2004). «Survey research and societal change». En: *Annual Review of Psychology*, núm. 55, págs. 775-801. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142040>

Cita recomendada: JIMÉNEZ ZARCO, Ana Isabel; PACHECO BERNAL, Carmen. 25 años (r) evolucionando el análisis del mercado y diseñando propuestas de valor. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2203>



Ana Isabel Jiménez Zarco

ajimenez@uoc.edu

Directora académica del máster universitario en Marketing Digital (UOC)

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) y posgrado en Construcción de Modelos en Ecología y Gestión de Recursos Naturales. Premio a la tesis doctoral por el Instituto de Estudios Económicos de Madrid. Es profesora agregada en los Estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), en el área de innovación y marketing y directora académica del máster universitario en Marketing Digital. Autora de abundantes capítulos de libros y de artículos en publicaciones de ámbito internacional, participa como evaluadora de proyectos de investigación para la ANEP y la UE, así como para prestigiosas publicaciones internacionales.



Carmen Pacheco Bernal

mpachecob@uoc.edu

Directora académica del grado en Marketing e Investigación de Mercados (UOC)

Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) con una tesis sobre la adopción de las tecnologías móviles en el sector de la investigación de marketing. Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado y diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad de Barcelona (UB). Es profesora en los Estudios de Economía y Empresa de la UOC desde 2004, donde coordina asignaturas del ámbito del marketing, la investigación de mercados y del marketing y consumo responsables. Desde 2014 ejerce el cargo de directora académica del grado en Marketing e Investigación de mercados. Anteriormente, su experiencia profesional había estado vinculada a la consultoría estratégica de investigación de mercados. Su actividad de I+D+i se sitúa principalmente en el campo del marketing digital y, más concretamente, en la investigación de marketing en línea y móvil. Además, desarrolla actividad investigadora en el área del marketing y del consumo responsables. También ha publicado sobre la formación virtual en el puesto de trabajo y la evaluación de impactos económicos, sociales y ambientales de eventos turísticos.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

UN CONTEXTO CAMBIANTE

Evolución de la logística: pasado, presente y futuro

Marta Viu Roig

Directora del máster universitario en Dirección Logística (UOC)

Cristian Castillo Gutiérrez

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

RESUMEN El objetivo del presente artículo es analizar la evolución de la función logística en tres contextos distintos: pasado, presente y futuro. Viendo dónde empezó el concepto de *logística* y hasta dónde ha llegado en la actualidad, se pueden entender y anticipar mejor las tendencias y los retos logísticos del futuro. Vivimos una época donde la digitalización aumenta a un ritmo frenético, lo que permite obtener más datos, más transparencia, mayor capacidad de anticipar los cambios y una mayor automatización de los procesos. Además, la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 no ha hecho más que acelerar el uso de dispositivos electrónicos y herramientas *online*, como demuestran las cifras de incremento del *e-commerce* de los dos últimos años. Sin embargo, la pandemia también ha puesto de relieve la necesidad de repensar el modelo logístico actual. Aspectos como la globalización, la sostenibilidad, la resiliencia o la seguridad a lo largo de toda la cadena de suministro están en entredicho. En este contexto cambiante, las habilidades y las competencias de los profesionales de la logística sin duda marcarán el éxito futuro.

PALABRAS CLAVE logística; *supply chain*; NTIC; digitalización; *e-commerce*; última milla; sostenibilidad; COVID-19; globalización; transporte

A CHANGING CONTEXT

The evolution of logistics: past, present and future

ABSTRACT *The objective of this article is to analyze the evolution of logistics in three different contexts: past, present and future. By looking at where the concept of logistics began and the point it has now reached, we can understand and better anticipate the trends and logistical challenges of the future. We live in an era where digitalization is increasing rapidly, which enables us to obtain more data, more transparency, a greater capacity for anticipating change and a greater automatization of processes. In addition, the health crisis of Covid-19 has only accelerated the use of electronic devices and online tools, as shown by the increasing figures in e-commerce over the last two years. However, the pandemic has also shone a spotlight on the need to rethink the current logistical model. Aspects such as globalization, sustainability, resilience or security throughout the supply chain are in question. In this changing context, the skills and competencies of logistics professionals will undoubtedly decide future success.*

KEYWORDS *logistics; supply chain; NITC; digitalization; e-commerce; last mile; sustainability; Covid-19; globalization; transport*

Introducción

La logística ha existido desde el origen de los tiempos: cuando nuestros antecesores necesitaron almacenar alimentos en las cuevas usaron la logística, por rudimentaria que esta fuera. Si nos desplazamos a la antigua Grecia y al Imperio romano, en aquella época, los *logistikas* eran los oficiales militares encargados de abastecer al ejército. Además, el término *logistikos* puede traducirse por «aquel que sabe calcular». De ahí se deduce la importancia que se daba a estas personas y a sus conocimientos matemáticos.

En el ámbito empresarial, la logística ha evolucionado enormemente en las últimas décadas y, sin embargo, se ha mantenido la misma denominación para la definición de funciones muy diferentes. En 1986, el Council of Logistics Management (CLM) definió la logística como «el proceso de planificación, implementación y control de manera eficiente y efectiva del flujo y almacenamiento de materias primas, inventario en curso y bienes acabados, así como los flujos de información relacionados desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes».

Durante la década de los noventa, los cambios acelerados del mercado debido al acortamiento de los ciclos de vida de los productos, la personalización de la demanda, la capacidad de respuesta a la demanda y la mayor dependencia en las tecnologías de la información llevan a la definición de logística como «el proceso que consiste en gestionar estratégicamente la obtención, el movimiento y el almacenamiento de materias primas, componentes y productos terminados (y los flujos de información relacionada) a través de la organización y sus canales de marketing de tal forma que la rentabilidad futura se vea maximizada a través de la cumplimentación efectiva de los pedidos en relación con los costes» (Christopher, 1994).

En el siglo XXI, el desarrollo del comercio internacional en la gestión de la cadena logística, la tecnología y el proceso de reingeniería empresarial han generado una necesidad de reevaluar el concepto de logística. En este sentido, Bowersox *et al.* (2006) determinan que «la logística se refiere a la responsabilidad de diseñar y administrar sistemas para controlar movimientos y posicionamientos geográficos de materias primas, trabajo en curso, e inventarios finales con el mínimo coste total».

1. Los inicios de la logística empresarial

Antes de la década de 1950, la logística se planteaba únicamente en términos militares. La palabra *logística* tenía que ver con la adquisición, el mantenimiento y transporte de instalaciones, el material y el personal militar. La organización de la empresa en torno a las actividades logísticas era fragmentada, inconexa y, por lo tanto, suboptimizada.

El estudio y la práctica de la distribución física y la logística en términos empresariales surgieron en las décadas de 1960 y 1970, debido principalmente a la magnitud que representaban para las empresas estos costes logísticos. Este hecho se vio acentuado en 1973 con la denominada crisis del petróleo, cuya manifestación más llamativa fue el encarecimiento brusco del crudo, al que siguió una elevación generalizada de los costes de energía, materias primas, producción, transporte, almacenaje, etc. Momento en el cual las empresas automovilísticas de todo el mundo empezaron a fijarse en una visión pionera aplicada en Japón consistente en producir solamente lo necesario y en el momento oportuno, conocida como JIT (*just in time*), y que se basa en una metodología de producción que busca aumentar la eficiencia y reducir los costes mediante la reducción o eliminación de desperdicios en el proceso productivo. Dicha metodología formará la base del denominado *Toyota Production System*.

A principios de los años ochenta, la función logística empieza a ser considerada como un elemento clave en la diferenciación empresarial. Se constata, por tanto, que la función logística permite obtener ventajas competitivas sostenibles, tanto por la vía de la diferenciación (innovación, servicio, etc.), como por la vía de la reducción de costes. Para ello fue necesario entender la logística como un concepto más global, que integra el aprovisionamiento (y las relaciones con los proveedores), la producción y la distribución física (entrega al cliente, servicio posventa y reciclaje), lo que se conocería a partir de ese momento como *logística integral*.

En los años noventa se acelera el proceso de integración de la logística con la externalización de los centros de producción y la globalización de los mercados; hecho que provoca que las cadenas de suministro se vuelvan internacionales y más complejas.

Finalmente, con el inicio del siglo XXI, la explosión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) revoluciona las posibilidades de integración de las actividades logísticas y permite, por un lado, la transmisión de una gran cantidad de datos en tiempo real y, por otro, una visibilidad 360° sobre la cadena de suministro.

2. La logística en la actualidad

En la actualidad cobra más importancia que nunca el concepto de *gestión de la cadena de suministro* (SCM, *Supply Chain Management*).¹ Este concepto de integración de todas las actividades logísticas a lo largo del canal no es realmente nuevo, ya en la década de los años ochenta se había abordado la necesidad de integrar las actividades logísticas; sin embargo, como señalan Winkelhaus y Grosse (2020), la diferencia radica en que en la actualidad se dispone de las tecnologías de la información y la comunicación necesarias para poder realizar dicha integración de forma efectiva y ágil. Es más, las nuevas tecnologías de la información se han convertido en potentes herramientas para elevar los procesos logísticos a la categoría de colaborativos, evolucionando así la logística integral hacia una logística colaborativa donde se elaboran estrategias enfocadas a ofrecer soluciones efectivas a los problemas de negocio que afectan a todos y cada uno de los integrantes de la cadena de suministro.

Hoy en día nadie duda de la importancia de la logística y del impacto que tiene en las empresas, no solo en la cuenta de gastos, sino también en la cifra de ventas. La tecnología ha evolucionado en los últimos años a un ritmo frenético, ayudando a gestionar una mayor cantidad de datos de forma más rápida y detallada. Por ejemplo, los códigos de barras tan habituales hoy en día son un ejemplo de la captura de información y de aumento de productividad del personal. En esta misma línea, se han desarrollado los códigos QR, que funcionan de manera similar, pero permitiendo almacenar mucha más información en cada etiqueta, y también la tecnología RFID, que permite leer las etiquetas por radiofrecuencia sin una línea de visión directa y en cantidades masivas.

Además de la captura local de información, su intercambio entre los distintos actores de la cadena a través de la conexión directa entre sus sistemas informáticos ha permitido mejorar las previsiones, agilizar la toma de decisiones y optimizar el uso de los activos actuales, como almacenes o elementos de transporte, lo que ha aumentado la capacidad con los mismos recursos y ha reducido los plazos. La capacidad para medir y controlar lo que sucede en la cadena de suministro aumenta y, a su vez, también lo hace la capacidad de desarrollo de sistemas de mejora. El desarrollo de dispositivos, sensores, códigos QR, sistemas de trazabilidad, gestión de rutas y flotas, e indicadores de desempeño, entre otras, son herramientas fundamentales en los procesos logísticos actuales.

La realidad aumentada o la superposición de elementos virtuales, como globos con datos o flechas de dirección al mundo real, permiten mostrar información aumentada a las personas que trabajan en un almacén o fábrica para agilizar su rendimiento. Yendo más allá, los avances en automatización y robótica aplicados a los almacenes suponen aún más mejoras en productividad: las máquinas no necesitan hacer descansos para comer, ir al lavabo o fumar; no están cansadas o desmotivadas; los descansos que puedan necesitar, por acciones de mantenimiento preventivo, son previsibles y programables.

En medio de esta revolución tecnológica, en 2020 se produce un hecho que ha alterado la vida cotidiana a nivel mundial, la crisis sanitaria provocada por la COVID-19. Esta crisis, al menos en la parte del planeta más desarrollada tecnológicamente, no ha hecho más que acelerar el uso de dispositivos electrónicos y herramientas *online* para casi todos los ámbitos de la vida, entre los que se encuentran las compras. Además, la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 ha puesto de manifiesto la importancia que tienen las actividades esenciales para la sociedad; actividades para las que la gestión logística representa un papel fundamental. Finalmente, y también como consecuencia de esta

1. SCM (o *supply chain management*) se entiende como la integración y coordinación, entre todas las empresas del canal de suministro (proveedores, fabricantes, distribuidores, operadores logísticos, clientes, etc.), de la planificación y de la gestión de todas las actividades necesarias para poner el producto a disposición del cliente.

crisis, el sector de la logística ha tenido y está teniendo un papel esencial en la distribución de las vacunas contra la enfermedad.

Como resumen, podemos agrupar las tendencias logísticas actuales en los siguientes tres puntos.

2.1. La digitalización y automatización de los procesos logísticos

Tecnologías como IoT (internet de las cosas), el *blockchain*, los *Big Data*, la inteligencia artificial (IA) junto con la irrupción del 5G permitirán obtener más datos, más transparentes, que aporten mayor visibilidad en toda la cadena de suministro y mayor capacidad de anticipar y adaptarse a los cambios. Por otro lado, habrá una tendencia cada vez mayor hacia la robotización y a la automatización de procesos, haciéndolos más ágiles y eficientes. Lo primero (digitalización) requerirá unas capacidades digitales y un cambio cultural en la organización; lo segundo (automatización), una inversión elevada que probablemente generará un proceso de concentración de empresas dedicadas a la logística (operadores logísticos).

2.2. La expansión del *e-commerce*

El *e-commerce* es una tendencia que ha venido para quedarse. Hace unos años, el consumidor final iba a los lugares físicos para adquirir los productos; ahora y cada vez más, las personas compran sus productos desde sus casas y esperan a que estos lleguen lo más rápido posible. Si en los últimos años el *e-commerce* estaba creciendo en torno al 20 % anual en nuestro país, la pandemia ha provocado un aumento del 30 % en el último año. En el caso concreto de Cataluña, por ejemplo, las compras *online* han subido un 27,7 % respecto a antes de la pandemia y en un 44,6 % respecto al año 2018.

2.3. El replanteamiento de la cadena de suministro

Por otro lado, la crisis sanitaria ha aumentado los precios de la logística y el transporte, especialmente en el transporte marítimo. El coste de un contenedor en determinados tráficos se ha incrementado entre un 400 y un 500 % en el último año. El aumento ha sido aún mayor si se observan los últimos dos años. En octubre de 2019, el precio de un contenedor que viajaba de Asia a la zona del Mediterráneo era de 1.434 dólares (1.231 euros), pero en 2020 pasó a ser de 2.301, y en 2021 el precio fue de 13.126 dólares (11.269 euros), cerca de diez veces más. Este incremento de precios, junto con la fragilidad actual de las cadenas de suministro internacionales y tensionadas –hecho que se puso en evidencia con la pandemia y recientemente también con incidentes como el del Canal de Suez-, sumado al precio creciente de la huella de carbono- que se va a traducir en un coste de «pagar por contaminar»-, pueden tener como consecuencia un acercamiento de los centros de producción y un acortamiento de las cadenas de suministro.

3. Retos logísticos del futuro

En un mundo globalizado como el nuestro, la cadena logística se convierte en el eje que conecta la fabricación de bienes con el resto del mundo, siendo un requisito indispensable su transporte de la forma más óptima posible en cuanto a precio, tiempo y sostenibilidad se refiere. No obstante, los beneficios de una interconexión global se convierten en debilidades cuando nos encontramos con disrupciones como las provocadas por la COVID-19.

La pandemia ha puesto de relieve la necesidad de volver a repensar el modelo logístico, especialmente en lo que se refiere al concepto de desglobalización. Si a esto sumamos los incrementos de la población, los del comercio electrónico y la digitalización de nuestros productos (necesidad de materia prima para su fabricación), se estima que el transporte de mercancías se cuadruplica en el año 2050, con un incremento de hasta el 290 % en las emisiones de CO₂. Un escenario pesimista para el que todavía existe margen de mejora y que, en estrecha relación con las tendencias actuales de la logística, permiten plantear una serie de retos de futuro, los cuales tendrán también una fuerte relación con el impacto generado por la COVID-19.

3.1. Proximidad de la red de suministro

Sin renunciar a los beneficios de la globalización, será un reto a futuro apostar por la proximidad de los sectores considerados como estratégicos (por ejemplo, los semiconductores) para reducir su dependencia de suministro, disponiendo de su fabricación en el propio territorio. Con la logística de proximidad se permite no solo reducir la dependencia logística, sino también ahorrar en costes de transporte, reducir tiempos de entrega y en emisiones de gases contaminantes. No obstante, para llegar a esta relocalización serán necesarias inversiones por parte de la Administración para conseguir que la fabricación, por ejemplo, en territorio europeo sea más o por lo menos igual de atractiva que en Asia. Sin una colaboración entre el sector privado y las administraciones públicas la relocalización de la industria se convierte en una utopía.

3.2. Omnicanalidad

Cada vez más, los consumidores finales utilizan múltiples canales en su búsqueda de productos, desde la tradicional tienda a pie de calle hasta el comercio electrónico. La industria de la logística tiene que apoyar las estrategias multicanal de sus clientes, especialmente para favorecer su rentabilidad: reduciendo los tiempos de entrega, incorporando tecnología para la reducción de costes operativos u optimizando la gestión de las devoluciones. Desde el punto de vista tecnológico encontramos más retos de futuro para la omnicanalidad, siendo posible anticiparse a problemas logísticos antes de que sucedan, a roturas de *stock* antes de que se produzcan, o generar borrador de pedidos antes de que los propios clientes los soliciten.

3.3. Flexibilidad y seguridad de la cadena logística

En un mundo con constantes cambios y con un crecimiento de la población concentrada, especialmente, en las grandes ciudades, las cadenas logísticas del futuro deberán cumplir con los requisitos de los consumidores en múltiples localizaciones, utilizando múltiples métodos de transporte en diferentes momentos, siendo, por lo tanto, necesaria una cadena de suministro flexible que pueda adaptarse fácilmente a circunstancias inesperadas. Además, con su flexibilidad deberá garantizar la rapidez del servicio y reducir el riesgo de retrasos, combinando métodos de transporte alternativos con los tradicionales.

Y por si esto fuera poco, el uso de la tecnología en la gestión logística requerirá de un incremento de la seguridad ante posibles ciberataques que pongan en riesgo los datos personales de los consumidores. Por ello, será necesario proteger la integridad, la confidencialidad y la disponibilidad de los datos, mediante soluciones de seguridad basadas en IA, criptografía cuántica o *blockchain*.

3.4. Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa

Una de las principales características que define al sector de la logística y el transporte es su implicación en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Agenda 2030 de Naciones Unidas. El transporte de mercancías genera una gran cantidad de emisiones de gases contaminantes. Por eso, la logística verde o logística ambiental está cobrando en los últimos años más importancia. Estos son los aspectos más relevantes de la gestión verde:

- El *packaging* sostenible.
- El uso de *softwares* especializados para optimizar rutas de transporte que reduzcan el consumo de combustible.
- La sustitución de la cadena de suministro lineal por la cadena de suministro circular.
- El uso de vehículos menos contaminantes y opciones de recogida más sostenibles para afrontar los problemas asociados a la última milla logística en la distribución urbana.

3.5. Mejora de la última milla

El crecimiento exponencial del comercio electrónico ha incrementado, sin ninguna duda, el número de repartos a domicilio. Si a esto le sumamos la congestión poblacional de las grandes urbes, el modelo actual de última milla resulta

insostenible. Solo en España, aproximadamente, se entregan de media al día 1,5 millones de paquetes, lo que supone un 20 % del tráfico en las ciudades provocado por esta distribución urbana de mercancías (Deloitte, 2020). Por ello, la logística del futuro deberá trabajar en la implantación de una serie de soluciones que permitan reducir el impacto de la última milla, pasando de un modelo de entrega a domicilio puerta a puerta a otros más sostenibles.

Algunas soluciones para esta mejora serían:

- 1) Uso de taquillas y puntos de conveniencia**, como modelo alternativo al domicilio que permita la entrega en puntos de recogida en taquillas ubicadas en lugares como estaciones de tren o en establecimientos de venta cercanos (fruterías, supermercados, entre otros),
- 2) hubs urbanos y de consolidación**, a través de almacenes de menor tamaño, ágiles, colaborativos y automatizados en los centros urbanos,
- 3) electrificación de flotas**, apostando por el vehículo eléctrico y utilizando alternativas de movilidad como las *cargobikes*,
- 4) distribución nocturna**, reduciendo la congestión de las ciudades y el número de kilómetros en las rutas de distribución,
- 5) uso del transporte público**, aprovechando la red de ferrocarril o metro disponible para la distribución de mercancías, y
- 6) aplicación de la tecnología**, para la recopilación de datos que permita la toma de decisiones para la configuración de rutas, el dimensionamiento de las zonas de carga y descarga de las ciudades y la colaboración entre agentes logísticos para compartir flotas (*load pooling*).

Conclusiones

La evolución de la logística a lo largo de los años demuestra que esta es un vivo reflejo de las necesidades de la sociedad del momento. Hace dos o tres años prácticamente nadie más que los profesionales del sector sabían y hablaban sobre logística; hoy en día la crisis de suministros que afecta al comercio mundial ha puesto la logística en boca de todos.

En la actualidad, el papel de la logística basado en hacer llegar al consumidor productos desde cualquier parte del mundo está en jaque y parece que seguirá así hasta como mínimo a inicios de 2023. Algunas recetas para salir airosos de esta crisis son: la formación, la innovación, las nuevas tecnologías de la información, la relocalización de las cadenas de suministro, la mayor visibilidad de la totalidad de la cadena y la apuesta por la sostenibilidad durante todo el proceso.

Y es que este último punto, el de la sostenibilidad, será sin ninguna duda el que más condicionará la logística del mañana. Un futuro en el que la importancia del *cuánto* (en alusión al coste) pasará a un segundo plano para dar paso al *cómo*: ¿cómo fabricamos para ser sostenibles?, ¿cómo enviamos para no emitir gases contaminantes? o ¿cómo eliminamos o reaprovechamos los posibles residuos generados durante todo el proceso logístico? Toda una reconfiguración de la cadena de suministro en la que sin duda tendrá un papel crucial el uso de la tecnología y la formación de las personas a nivel directivo, técnico y operativo.

Así pues, los *logistikas* del mañana deberán reforzar sus capacidades profesionales y sus habilidades tecnológicas para adaptarse a los retos del futuro y, al mismo tiempo, ser capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores sin renunciar a la sostenibilidad de la cadena de suministro. Pero la responsabilidad de iniciar esta transición hacia una logística verde es una tarea del presente a la que se llega tarde y para la que el tiempo juega ya en su contra.

Referencias bibliográficas

- BALLOU, Ronald. H. (2007). «The evolution and future of logistics and supply chain management». En: *European Business Review*, vol. 19, núm. 4, págs. 332-348. DOI: <https://doi.org/10.1108/09555340710760152>.
- BOWERSOX, Donald; CLOSS, David; COOPER, M. Bixby (2006). *Supply Chain Logistics Management* (2a edición). Nueva York: McGraw-Hill.
- CHRISTOPHER, Martin (1994). *Logística y aprovisionamiento. Cómo reducir costes, stocks y mejorar los servicios*. Barcelona: Folio.
- Deloitte (2020, febrero). «Last Mile Logistics. Challenges and solutions in Spain» [en línea]. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/content/dam/deloitte/es/documents/operaciones/deloitte-es-operations-last-mile.pdf>.
- GRANT, David. B.; WONG, Chee Y.; TRAUTRIMS, Alexander. (2017). *Sustainable logistics and supply chain management: principles and practices for sustainable operations and management*. Kogan Page Publishers.
- LEE, Thomas. H.; CHEN, Alice. H. (2021). «Last-mile logistics of Covid vaccination—the role of health care organizations». En: *New England Journal of Medicine*, vol. 384, núm. 8, págs. 685-687. DOI: <https://doi.org/10.1056/NEJMp2100574>.
- MOLLENKOPF, Diane. A.; OZANNE, Lucie. K.; STOLZE, Hannah. J. (2020). «A transformative supply chain response to COVID-19». En: *Journal of Service Management*. DOI: <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2020-0143>
- PITA, Cristina (2021). «El precio del transporte marítimo de Asia al Mediterráneo aumenta un 470%» [en línea]. Disponible en: www.newtral.es/precio-transporte-maritimo-contenedores-asia/20211021/.
- RINCÓN, Beatriz (2021). «La impresión 3D se postula para aportar flexibilidad a la supply chain postpandémica». En: *El mercantil* [en línea]. Disponible en: <https://elmercantil.com/2021/10/07/la-impresion-3d-se-postula-para-apor-tar-flexibilidad-a-la-supply-chain-postpandemica/>.
- ROJAS, Miguel. D.; PÉREZ, Julie. P.; JIMÉNEZ, Lluís. M. (2014). *Logística inversa y verde. Sostenibilidad y medio ambiente*. Ediciones de la U.
- SAYOL, Ignasi. «De la logística integral a la logística colaborativa» [en línea]. Disponible en: <https://ignasisayol.com/es/de-la-logistica-integral-a-la-logistica-colaborativa/>.
- WINKELHAUS, Sven; GROSSE, Eric H. (2020). «Logistics 4.0: a systematic review towards a new logistics System». En: *International Journal of Production Research*, vol. 58, núm. 1, págs. 18-43. DOI: <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1612964>.

Cita recomendada: VIU ROIG, MARTA; CASTILLO, CRISTIAN. Evolución de la logística: pasado, presente y futuro. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2204>



Marta Viu Roig

mviu@uoc.edu

Profesora lectora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC). Directora académica del máster universitario en Dirección Logística (UOC).

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y doctora en Empresa por la Universitat de Barcelona (UB). Profesora lectora de los estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Centra su actividad académica en asignaturas del ámbito de la logística. Actualmente es la directora académica del máster universitario en Dirección Logística de la UOC y miembro del grupo de investigación SUMAT de la UOC. Su investigación se centra en el ámbito de la logística aplicada a diferentes sectores, en la logística de última milla y la distribución urbana de mercancías.



Cristian Castillo

ccastillo@uoc.edu

Profesor lector de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Administración y Dirección de Empresas, máster en Ingeniería de Organización Industrial e ingeniero técnico en Electrónica Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña. Actualmente es profesor lector de los Estudios de Economía y Empresa por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y centra su actividad académica en asignaturas del ámbito de la producción y las operaciones logísticas. También fue profesor asociado en la Universidad Politécnica de Cataluña durante un año. Con anterioridad a su trayectoria docente, acumula doce años de experiencia en el sector privado, donde ha ejercido el cargo de director de fábrica y director de operaciones y logística, siendo así su ámbito de especialización el relacionado con el sistema integral de gestión, las operaciones y la logística. Pertenece al grupo de investigación SUMAT de la UOC y sus intereses de investigación se centran en el terreno de las operaciones logísticas y productivas de las empresas, así como en el ámbito de organización de empresas, específicamente en cuanto al cambio organizacional.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

25 AÑOS DE EVOLUCIÓN EN UN CONTEXTO DE CAMBIO

Función financiera: identificación de escenarios de futuro en un entorno de adaptación permanente

Àngels Fitó Bertran

Profesora sénior de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Jorge Mario Uribe Gil

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Joan Llobet Dalmases

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

RESUMEN Con motivo de los veinticinco años de la Universitat Oberta de Catalunya y de sus Estudios de Economía y Empresa, tres profesores del ámbito de Finanzas de la institución realizan un análisis de la evolución de la función financiera y una proyección de escenarios de futuro para identificar retos y oportunidades. Joan Llobet introduce el tema a partir de una visión académica que ha ido adaptándose a los sustanciales cambios que se han producido y que asume el reto de afrontar los que vienen. Por otro lado, se encuentra el artículo de Jorge M. Uribe, compilación de los acontecimientos más importantes de los últimos veinticinco años, para entender cómo se ha estructurado el ámbito financiero actualmente. A través de su experiencia veremos cómo evolucionan aspectos concretos (valoración de activos, gestión cuantitativa del riesgo, etc.), hasta perfilarse cómo son hoy en día. Finalmente, Àngels Fitó describe el contexto actual del ámbito financiero, estableciendo sus condicionantes y hacia dónde se dirige en el futuro.

PALABRAS CLAVE función financiera; docencia; competencias; valoración de activos; gestión del riesgo; finanzas internacionales; profesionales

25 YEARS OF EVOLUTION IN A CONTEXT OF CHANGE

Financial function: identification of future scenarios in a setting of permanent adaptation

ABSTRACT Due to the twenty-fifth anniversary of the Universitat Oberta de Catalunya and its Economic and Business Studies, three professors in the field of Finance from the institute perform an analysis of the evolution of the financial function and a projection of future scenarios in order to identify challenges and opportunities. Joan Llobet introduces the topic based on an academic vision that has adapted to the substantial changes that have occurred and

which takes on the challenge of facing the changes still to come. On the other hand is the article by Jorge M. Uribe, a compilation of the most important events of the past twenty-five years in order to understand how the financial field is currently structured. Through his experience, we will see how concrete aspects evolve (valuation of assets, quantitative risk management, etc.) in order to profile what they are like today. Finally, Àngels Fitó describes the current context of the financial field, establishing its conditioning factors and future direction.

KEYWORDS *financial function; teaching; skills; asset valuation; risk management; international finance; professionals*

Introducción: una visión académica

Por: Joan Llobet Dalmases, director académico del Máster Universitario en Dirección Financiera de la UOC

Durante los últimos veinticinco años, hablamos del año 1996 en adelante, se han producido cambios sustanciales en el estudio y sobre todo en el enfoque de la función financiera. Este enfoque ha tenido que evolucionar profundamente para cubrir las necesidades que han ido generando los vertiginosos cambios que se han ido produciendo a lo largo de este periodo (crisis, digitalización, cambios sociales, globalización, etc.).

Por lo tanto, la academia se ha tenido que ir adaptando para dar respuesta a estos cambios y formar a profesionales de acuerdo con las nuevas demandas que se han ido generando. De forma muy sintética y precisa se puede decir que la docencia en el ámbito de la función financiera ha pasado de estar centrada en la contabilidad propiamente dicha y en suministrar información de forma unidireccional al resto de departamentos de las organizaciones para la toma de decisiones a convertir el flujo de información en multidireccional y por tanto formar parte de la toma de decisiones. Hoy en día, la formación académica en este ámbito está obligada a dar una visión general y transversal de las organizaciones, lógicamente sin perder de vista las implicaciones financieras, de forma que facilite la toma de decisiones contribuyendo de forma efectiva a la estrategia global, tanto del presente como del futuro, de la organización.

En este sentido, ya en 1997, Pérez Carballo *et al.* indicaban que el interés por la función financiera se volvió crítico cuando fue crucial generar, ordenar, planificar y distribuir los recursos necesarios para mantener en movimiento los subsistemas de producción y ventas, y cuando las rutinas contables de información y análisis, en términos monetarios, del conjunto de transacciones y actividades de la organización se hicieron insuficientes. Por lo tanto, ya se entreveía la necesidad de este proceso de cambio a finales del siglo pasado.

Este nuevo rol de la función financiera, de gran valor estratégico para las organizaciones, supone la corresponsabilización y participación de manera destacada en el proceso de planificación estratégica, velando en todo momento por que las políticas fijadas por la dirección general sean las óptimas y sostenibles en todas sus dimensiones. Esto supone que los equipos de personas que asumen la función financiera tienen que adaptarse a la complejidad de los nuevos entornos para garantizar que aportan a la organización el valor añadido esperado.

La academia también ha evolucionado para dar cobertura a esta nueva demanda. Las aportaciones académicas no solo tienen que servir para transmitir conocimiento mediante el análisis de la información financiera, de la planificación financiera, y proporcionar herramientas de captación de fondo para financiar las necesidades de la organización, sino que también deben dar respuesta a los retos de la dirección financiera en un contexto global que requiere, además de los conocimientos anteriores, tanto de un conjunto de habilidades interpersonales como de un conocimiento interdisciplinario de la posición que ocupa la función financiera dentro de la estrategia competitiva de la organización.

En esta nueva esfera de conocimientos, atribuciones y responsabilidades, aparecen nuevas exigencias, en cuanto a competencias profesionales que modifican el bagaje de la persona que debe ejercer esta función. Se ha de tener la capacidad para diseñar, planificar y ejecutar la función financiera que tengan en cuenta aspectos tan relevantes como la gestión del riesgo y el compromiso social. Por lo tanto, es necesario que se incorporen en el diseño del *reporting* financiero las necesidades informativas de los diferentes grupos de interés de la organización; que se desarrollen las competencias necesarias para liderar el área financiera de la empresa, teniendo en cuenta su posición enmarcada dentro de la estructura organizativa y con el fin de promover la mejora continua de esta; tener presente en todo momento el contexto internacional; y, para acabar, disponer de las herramientas de análisis adecuadas.

1. ¿Cómo ha cambiado el ámbito de estudio de las finanzas de mercado en los últimos 25 años?

Por: Jorge Mario Uribe Gil, profesor de los Estudios de Economía y Empresa

Sería imposible realizar una revisión exhaustiva de la evolución del estudio de las finanzas de mercado en las últimas dos décadas y media, y tal objetivo iría mucho más allá de mis conocimientos sobre la materia. Esta es tan solo una recopilación de algunos temas relevantes para la profesión que he tenido la oportunidad de explorar mediante mi investigación y formación, y que han sido determinantes para el desarrollo de las finanzas como las conocemos hoy. Tales desarrollos coinciden precisamente con los últimos veinticinco años de historia desde que se fundó la UOC y se encuentran en las líneas de la valoración de activos, la gestión cuantitativa del riesgo, las finanzas internacionales y las macrofinanzas. Los temas más recientes incluyen las finanzas verdes y las finanzas de la transición energética.

En general, los veinticinco años más recientes en el ámbito han estado marcados por un giro hacia un enfoque aun más cuantitativo en el estudio de la disciplina, que ya se venía perfilando desde décadas anteriores, pero que se intensificó a mediados de la década de los noventa. Esta nueva ola empírica coincide con un fenómeno más general en el estudio de la economía, y ha llevado a que surjan o se solidifiquen campos de conocimiento como la ingeniería o la econometría financieras.

1.1. Valoración de activos

A mediados de los años noventa se escribieron varios trabajos clásicos de la profesión, que influirían fuertemente en el futuro de esta. Por ejemplo, los estudios de Eugene Fama y Kenneth French abrirían las puertas de la valoración de activos para dar paso a un enfoque marcadamente empírico, que busca entender desde el análisis de los datos por qué algunas empresas obtienen mayores rendimientos en bolsa que otras. Lo que se conoce como el estudio de la sección cruzada de los rendimientos y sus determinantes. Paradójicamente, este carácter empírico estuvo en gran medida motivado por observaciones desde las finanzas del comportamiento que contradecían los postulados de décadas anteriores en la profesión, según los cuales los mercados siempre son eficientes (también impulsados por el propio Eugene Fama dos décadas antes, a principios de los setenta).

A los tres «factores» tradicionales propuestos por Fama y French, a saber, la relación entre la empresa y el mercado, el tamaño de la empresa y la ratio del valor en bolsa frente al valor en libros, se le sumarían muy pronto otros como el impulso o *momentum* de la cotización de la acción, la liquidez, la rentabilidad económica o la estrategia de inversión empresarial. De hecho, en estas dos décadas y media el número de factores explicativos se ha multiplicado año tras año, hasta el punto de que hoy contamos con cientos de ellos en el arsenal de las finanzas empíricas, para tratar de explicar las diferencias en la sección cruzada de las cotizaciones, y es imposible prestar atención a todos.

Por esta misma razón, en años más recientes se han observado grandes esfuerzos en la profesión, concentrados en encontrar formas potentes de discernir la preponderancia de unos factores explicativos sobre otros y lograr descartar aquellos que probablemente aportan poco a la fotografía global. En esta tendencia cabe destacar la aplicación de técnicas estadísticas, como la validación cruzada u otras propias del aprendizaje de máquinas y la inteligencia artificial, que se usan hoy en día para condensar la información provista en los grandes volúmenes de información que llegan al mercado, y que se traducen en indicadores de desempeño que deben ser resumidos primero para poder ser interpretados después.

1.2. Gestión cuantitativa del riesgo

El enfoque cuantitativo del que hablé antes se ha convertido en la norma en términos de la gestión del riesgo financiero. Desde que J. P. Morgan popularizó el cálculo del valor en riesgo entre los banqueros de inversión, precisamente en el año 1994, el desarrollo de la ingeniería financiera y en particular el de los modelos de volatilidad ha sido vertiginoso. La ingeniería financiera ha pasado en pocas décadas desde la periferia de la profesión, en la que resaltaban los modelos de valoración de opciones y de modelado de tipos de interés, populares ya en las décadas de los setenta y ochenta, a estar directamente en el centro de los programas de finanzas y MBA alrededor del mundo.

De hecho, ha sido tal el desarrollo del ámbito, que hoy en día la cuantificación y la gestión del riesgo constituyen dos áreas distintas del conocimiento financiero y cada una consta de secuencias de cursos por separado. La cuantificación se enfoca más en el uso de la econometría financiera y la estadística para medir el riesgo, y de la misma forma en que la valoración de activos se ha especializado en el análisis de sección cruzada, la cuantificación del riesgo ha crecido de la mano del análisis de las series temporales, en especial de los modelos de volatilidad no constante. Mientras tanto, la gestión del riesgo se ha especializado en la valoración de productos derivados para la cobertura de este. Lo cual es necesario, dado el crecimiento vertiginoso que se ha registrado en este mercado, y las muy diversas naturalezas de estos productos, que hoy en día cuentan con un mercado de miles de millones de euros.

Por supuesto, la tipología de riesgos también se ha ampliado en estos años y su estudio ahora abarca muchas facetas del riesgo financiero, como el riesgo de crédito, operacional, de liquidez, de catástrofe, etc. Todos estos desarrollos han venido naturalmente acompañados de importantes cambios regulatorios y la homogeneización de muchas normas internacionales y prácticas regulatorias, como las plasmadas en los acuerdos de Basilea, en el caso particular de la industria bancaria, y acuerdos análogos de solvencia en la industria aseguradora.

1.3. Finanzas Internacionales

Si algo ha sido determinante en la formación de las finanzas modernas y en la manera en la que se relacionan con otras áreas de la economía durante los últimos veinticinco años han sido las crisis financieras. Primero, las crisis de las economías emergentes en la segunda mitad de los noventa y después la crisis financiera global entre 2007 y 2009. En menor medida, también la crisis europea de la deuda soberana, aproximadamente entre 2010 y 2014.

Las crisis de los mercados emergentes de Asia, Rusia y América Latina a finales del siglo pasado motivaron el auge de los estudios sobre contagio financiero internacional e interdependencias entre mercados. La profesión ha cambiado varias veces de parecer en estos años con respecto a la existencia de contagio financiero internacional, entendido como la aparición de vínculos anómalos entre los mercados financieros de dos o más países, que no están explicados por las relaciones comerciales, macroeconómicas o políticas entre esos países, especialmente en épocas de crisis.

Hoy sabemos que, de hecho, la correlación en los mercados internacionales se incrementa en épocas de estrés financiero y muchas veces tal incremento no puede ser vinculado a alguna razón más allá del «sentimiento» de mercado. No obstante, para evitar la ambigüedad impregnada en el término *contagio*, en la literatura más reciente se conoce el estudio de las interdependencias de mercados como el estudio de los efectos de «desbordamiento», o *spillovers* en inglés.

El contagio financiero no ha sido la única anomalía estudiada por las finanzas internacionales modernas en estos veinticinco años, ya que otros temas, por poner dos ejemplos populares, como el *home bias* en la inversión, o el sesgo de descuento hacia delante en los mercados cambiarios, también están presentes. El primero consiste en que los inversionistas tienden a depositar más recursos en las carteras de sus propios países de lo que sería óptimo de acuerdo con los modelos de gestión de cartera. Y el segundo se refiere a que los inversionistas podrían, en teoría, realizar estrategias de *carry-trade* para obtener beneficios (pedir prestado en divisas con bajas tasas de interés y prestar en divisas con altas tasas de interés), y esto es consecuencia de que las tasas de interés de los futuros del tipo de cambio predicen mal el signo de los movimientos futuros en ese mercado.

1.4. Macrofinanzas y macroeconomía con agentes heterogéneos

La crisis financiera global, por su parte, acercó, hasta el punto de fusionarlas, lo que habían sido dos campos de la economía más bien de desarrollo independiente, con sus propios temas de estudio y sus propias herramientas matemáticas: la macroeconomía y las finanzas. Por un lado, después de la crisis, se popularizaron los modelos macroeconómicos que incluían un sector bancario no trivial para explicar las fluctuaciones agregadas de la economía. También se adoptaron en el análisis macroeconómico conceptos que habían sido de estudio exclusivo en las finanzas, sobre todo aquellos propios de la microestructura del mercado. Esta fusión vino a resultar en un área muy vibrante que se conoce como macrofinanzas. Los temas de incertidumbre, aversión al riesgo variante, riesgo sistémico y liquidez

agregada se encuentran ahora en el centro de estos estudios, que también incluyen tópicos provenientes de la literatura de los límites de arbitraje, que se ocupa de los efectos que ciertas fricciones tienen sobre el mercado, impidiendo que estos actúen como se esperaría, y llevando a asignaciones que no son óptimas.

Desde un punto de vista metodológico, gran parte de los estudios teóricos en las macrofinanzas se caracteriza por utilizar herramientas de cálculo propias de la valoración de opciones (*i. e.* ecuaciones en tiempo continuo), para plantear y resolver problemas de macroeconomía, que generalmente se habían abordado desde otras perspectivas matemáticas (*i. e.* con ecuaciones en tiempo discreto). No obstante, se trata de un campo amplio y en plena evolución difícil de catalogar.

Los modelos recientes de macrofinanzas, además de otorgar un papel preponderante al sector financiero y al dinero, también exploran las consecuencias de considerar poblaciones heterogéneas en la economía, por ejemplo, agentes con distintos niveles de riqueza e incluso distintas preferencias. En particular, en la última década, ha cobrado fuerza el estudio de las consecuencias de la excesiva concentración de la riqueza sobre las asignaciones de mercado, el cual se reconoce como uno de los principales problemas que afectan a la estabilidad de las economías modernas.

1.5. El futuro de la profesión

Los últimos años han visto el surgimiento de temas que prometen ser aquellos que más fuerza ganen en las décadas venideras. Estos incluyen el auge de las criptomonedas y el *blockchain*, así como sus aplicaciones para el desarrollo del dinero digital; el *trading* algorítmico de alta frecuencia, que ha reemplazado hasta casi extinguir a los tradicionales *traders* de mercado que protagonizaban las películas de Hollywood de los años noventa, así como otras aplicaciones de la inteligencia artificial y en particular del aprendizaje profundo para resolver problemas financieros.

Un tema de especial relevancia y que tomará sin duda más fuerza en los años que nos esperan es el de las finanzas verdes. La finanzas verdes son un conjunto de estudios que van desde la comprensión de los mercados de energías renovables y su impacto en la formación de precios en los mercados de electricidad, hasta el estudio de los efectos del cambio climático sobre los riesgos que enfrentan los diferentes actores financieros en el mercado, incluidos los bancos y los Gobiernos. Los cuales deberán adaptarse, junto al resto de la sociedad, a un nuevo mundo en el cual la generación de energía eléctrica se produzca desde fuentes sostenibles que no emitan gases contaminantes a la atmósfera.

El estudio de las finanzas está llamado así a jugar un papel clave, proveyendo las herramientas necesarias, no solo para valorar los riesgos financieros de la transición energética, sino para permitir que esta se produzca sin traumatismos y de forma justa, y para ayudarnos a construir sociedades más inclusivas y sostenibles.

2. El presente y futuro de la función financiera

Por: Àngels Fitó Bertran, vicerrectora de Competitividad y Empleabilidad en la UOC

Los retos planetarios a los que nos enfrentamos, los avances científicos y tecnológicos, la globalización y la mundialización, la urgencia climática, el incremento de la longevidad y el desequilibrio territorial, entre tantos otros, configuran un escenario de riesgos y oportunidades que alteran y reconfiguran las dinámicas sociales y laborales. En el contexto laboral y profesional, el alargamiento de la vida laboral, las cifras de paro juvenil, la robotización o la capacitación digital, así como la gestión de la temporalidad, la retención del talento, las nuevas fórmulas organizativas, la desintermediación y el impacto de la economía de plataforma, ponen en entredicho los roles tradicionales de los diferentes actores del entorno económico y social que ahora, bajo una perspectiva ecosistémica, deben redefinir sus capacidades y modelos de colaboración para conseguir la adaptación constante a un entorno en cambio permanente.

En este escenario de retos complejos, donde la tecnología mediatiza las oportunidades de adaptación, la función financiera en el seno de las organizaciones, pero también los servicios profesionales que se relacionan con ella, también está realizando un profundo proceso de transformación que demanda nuevas competencias en el ejercicio profesional de las personas y nuevos encargos en el contexto organizativo.

En relación con el ejercicio profesional, hay autores como Richard y Daniel Susskind (2015) que anuncian la llegada de una era posprofesional en la que precisamente los límites de las profesiones tal y como tradicionalmente las hemos

entendido se diluyen en favor de nuevas fuentes de generación de conocimiento práctico. El avance de esta sociedad posprofesional se caracteriza por:

- 1) El final de los servicios profesionales «artesanos» y el incremento de soluciones de personalización masiva así como la modularización de las tareas.
- 2) La relevancia decreciente de los valedores del saber y la dilución de los límites profesionales que hace que, en la toma de decisión financiera, intervengan prescriptores de otras disciplinas y nuevos referentes como comunidades de prácticas que asesoran a golpe de clic.
- 3) Una actitud más proactiva que hace que, del mismo modo que se ha desarrollado la medicina preventiva, también en el ámbito de las finanzas se hayan habilitado mecanismos de prospección que se anticipan en la gestión de riesgos y oportunidades.
- 4) El reto de lo que los autores denominan «el más por menos» para maximizar el retorno de la inversión en servicios profesionales, en el que la colaboración y la tecnología pueden ser un disparadero de procesos más eficientes y por tanto menos costosos.

2.1. Los grandes retos

En este contexto, la función financiera debe hacer frente a grandes retos. Por un lado, dar respuesta al incremento acelerado de la regulación y la demanda creciente de una mejora de la gobernanza. Las nuevas regulaciones en los sistemas de *reporting* avanzan a gran velocidad, imponiendo nuevos formatos y contenidos que persiguen un incremento de la transparencia y una mayor corresponsabilidad hacia el resto de actores económicos y sociales. La proliferación de nuevos estándares y el endurecimiento de los requerimientos que determinan el alcance de la información que revelar plantean nuevos retos para, más allá de cumplir con las expectativas legales y sociales, crear valor a partir de esta visión extendida de la información que hay que recoger, analizar y reportar. Por otro lado, los movimientos globalizadores también impactan en la planificación y ejecución financiera. Los procesos de armonización y de externalización de servicios profesionales, así como las transferencias de tecnología y los movimientos tanto de capital como de personal cualificado, plantean nuevas alternativas de acción en la gestión de la información, de los capitales y del talento. Finalmente, el impacto de las nuevas tecnologías y la necesidad de gobernar los procesos de automatización son quizás el factor más determinante de todo este proceso de metamorfosis. Los sistemas inteligentes o la llamada inteligencia artificial o la gestión basada en el tratamiento masivo de datos amplía la capacidad de análisis histórico y prospectivo con nuevas métricas antes inabarcables, ofrece nuevos lenguajes visuales de la información o permite hacer una evaluación más efectiva de los riesgos y de los retornos de inversiones. En definitiva, la potencia de los algoritmos permite procesar grandes volúmenes de datos detectando patrones complejos y cambiantes que permiten una toma de decisiones más consistente, a la vez que liberan tiempo no valioso.

Ante este panorama de transformación radical de la función financiera se hace necesario desarrollar nuevos perfiles competenciales, tanto de las personas que lo ejercen como de las organizaciones que lo integran. En cuanto a los profesionales, al margen de atributos que en este nuevo contexto se intensifican, como la capacidad de liderazgo, de trabajar e influir en entornos multidisciplinares, o la de integrar las nuevas tecnologías, toma un especial protagonismo la vinculada con una actuación ética y transparente. Habiendo mencionado el protagonismo creciente del algoritmo en la toma de decisiones, la capacidad de generar y transmitir confianza se vuelve fundamental.

En cuanto a las organizaciones, y entendiéndolo que la función financiera actúa en complicidad con el resto de funciones empresariales y organizativas, tiene el reto de contribuir proactivamente al desarrollo de aquellas capacidades dinámicas que deben permitir modificar o ajustar de manera continuada la base de recursos que garantiza una adaptación permanente a un entorno complejo, cambiante e incierto. La capacidad de reconocer el valor procedente de la nueva información, la capacidad colectiva de crear y asimilar nuevo conocimiento o la velocidad de respuesta ante nuevas oportunidades de producto o de mercado también son retos para la función financiera.

Finalmente, y a modo de resumen, hay que destacar que este panorama de retos y oportunidades, más allá de maximizar tanto el valor de las personas como el de la tecnología, requiere maximizar la complementariedad entre ambos: individuos y máquinas. En este sentido, habrá que tener la mente abierta a abordar cambios profundos y a la vez evitar posiciones de defensa o que solo persiguen mejoras incrementales. Teniendo en cuenta que desconocemos el impacto de la tecnología a largo plazo, habrá que hacer una aproximación flexible a sus avances y encararlos como

oportunidades. Como dice el economista del MIT, David Autor, «In medicine, law, finance, retailing, manufacturing, and even scientific discovery, the key to winning the race is not to compete against machines but to compete with machines» (Autor, 2015).

Referencias bibliográficas

- AUTOR, David H.; DORN, David; HANSON, Gordon H. (2015). «Untangling trade and technology: Evidence from local labour markets». En: *The Economic Journal*, vol. 125, núm. 584, págs. 621-646. DOI: <https://doi.org/10.1111/eoj.12245>.
- FAMA, Eugene F.; FRENCH, Kenneth R. (1995). «Size and book-to-market factors in earnings and returns». En: *The journal of finance*, vol. 50, núm. 1, págs. 131-155. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1995.tb05169.x>.
- FAMA, Eugene F. (1970). «Efficient capital markets: A review of theory and empirical work». En: *The journal of Finance*, vol. 24, núm. 2, págs. 383-417. DOI: <https://doi.org/10.2307/2325486>.
- PÉREZ-CARBALLO VEIGA, Juan; Pérez-Carballo Veiga, Juan F. (1997). «Estrategia y Políticas financieras». En: *Boletín de Estudios Económicos*. (Book Review)
- SUSSKIND, Richard; SUSSKIND, Daniel (2015). *The Future of the Professions: How Technology Will Transform the Work of Human Experts*. Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198713395.001.0001>.

Cita recomendada: FITÓ BERTRAN, ÀNGELS; URIBE GIL, JORGE MARIO; LLOBET DALMASES, JOAN. Función financiera: identificación de escenarios de futuro en uno en torno a adaptación permanente. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2205>



Àngels Fitó

afitob@uoc.edu

Profesora sénior de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Economía y Empresa por la Universidad de Barcelona. En marzo de 2019 fue nombrada vicerrectora de Competitividad y Empleabilidad de la Universitat Oberta de Catalunya, cargo de nueva creación. Anteriormente, desde octubre de 2010, fue la directora de los Estudios de Economía y Empresa de esta universidad. Durante años ha compaginado la investigación y la docencia en temas relacionados con la gestión económica y financiera en diferentes universidades españolas con el ejercicio profesional en el mismo ámbito. Su tarea docente ha sido reconocida con la obtención de diferentes acreditaciones de docencia y de investigación.



Jorge Mario Uribe Gil

juribeg@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Economía por la Universidad de Barcelona y licenciado en Economía por la Universidad del Valle y en finanzas por la Universidad Santiago de Cali. Tiene un máster en inteligencia artificial por la Universidad Politécnica de Cataluña, y dos másteres en economía por el Instituto Universitario Europeo y la Universidad de los Andes. Profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, es investigador principal en esta universidad del grupo de investigación Financio, Macroeconomics and Management (FM2). Como investigador ha participado y liderado diferentes proyectos, entre otros, sobre la transmisión de la incertidumbre en los mercados financieros globales, los riesgos en los mercados de energía y aquellos asociados al clima, los efectos de la política monetaria o el envejecimiento de la población.



Joan Llobet Dalmases

jllibetda@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Politècnica de Catalunya. Máster en Dirección Fiscal y Financiera de la Empresa y Licenciado en Economía por la Universitat de Barcelona. Director académico del Máster universitario en Dirección Financiera de la UOC. Profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Miembro del grupo de investigación Financio, Macroeconomics and Management (FM2). Durante años ha compaginado la docencia en temas relacionados con la administración y dirección de empresas en diferentes universidades con el ejercicio profesional en el mismo ámbito.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

¿ANALISTAS, OPINADORES O VIDENTES?

Economistas frente al espejo

Carolina Hintzmann Colominas

Directora del grado en Economía (UOC)

Albert Puig Gómez

Director del máster universitario en Análisis Económico (UOC)

RESUMEN En los últimos veinticinco años –de 1996 hasta 2021–, una serie de hechos han marcado la evolución de la economía: desde las transformaciones vinculadas a las nuevas tecnologías de la información y comunicación hasta la pandemia de la COVID-19, pasando, entre otros hechos, por la crisis financiera y económica de la segunda mitad de la primera década del siglo XXI. En este artículo nos preguntamos cuál ha sido el impacto de los hechos sucedidos en los últimos veinticinco años en la enseñanza de la economía, si esta también ha evolucionado con la realidad económica o no, lo que ha dado lugar a un *mismatching* entre la economía y la realidad económica y social. Para analizarlo, en el primer apartado, nos aproximaremos a la misión social del «economista» en tanto que formador de colectivos muy diversos y, en el segundo, reflexionaremos sobre la evolución de la enseñanza de la economía en la Universidad. El análisis nos lleva a concluir que, aunque la enseñanza de la economía ha ido variando a lo largo del tiempo, esta no ha experimentado cambios sustanciales en las últimas décadas. La falta de diversidad de pensamiento en los currículos de economía se une a una falta de diversidad entre pensadores y profesionales destacados, lo que se traduce a menudo tanto en una visión incompleta para explicar la compleja realidad económica como en una interacción con otras disciplinas, especialmente de las ciencias sociales.

PALABRAS CLAVE ciencias sociales; economía; enseñanza de la economía; pensamiento económico; pluralismo; política; *rethinking* económicos; sociedad; universidad

ANALYSTS, OPINION HOLDERS OR SEERS?

Economists in the mirror

ABSTRACT In the last twenty-five years – from 1996 to 2021 – a series of actions have marked the evolution of the economy: from transformations linked to new information and communication technologies to the Covid-19 pandemic, among other things, through to the financial and economic crisis of the second half of the first decade of the 21st century. In this article, we look at the impact of events in the last twenty-five years on economics teaching, whether this is evolving alongside the economic reality or not, what has given rise to a mismatch between economics and the social and economic reality. To analyze this, in the first section, we will tackle the social mission of the “economist” in the sense of being teachers of highly diverse collectives, and in the second section, we will reflect on the evolution of economics teaching at University. The analysis leads us to conclude that, although economics teaching has varied over time, it has

not undergone substantial change in recent decades. The lack of diversity of thinking in economics curricula joins forces with a lack of diversity among prominent thinkers and professionals to often translate into an incomplete view explaining the complex economic reality and an interaction with other disciplines, particularly social sciences.

KEYWORDS *social sciences; economy; economics teaching; economic thinking; pluralism; politics; economic rethinking; society; university*

Introducción

Durante los veinticinco años que van de 1996 a 2021, algunos fenómenos y problemáticas económicas han formado parte de las cabeceras de nuestras vidas. Sin pretender hacer una lista exhaustiva, algunos de los eventos y cuestiones de las que más se ha hablado y de las que más se ha escrito, tanto a nivel académico como político y social (medios de comunicación, tertulias, conversaciones privadas, etc.), han sido, desde las más antiguas hasta las más recientes, las transformaciones vinculadas a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la explosión de la burbuja de las compañías «punto.com», la burbuja inmobiliaria en España durante la primera mitad de la década de los 2000 y la crisis financiera y económica de la segunda mitad de la misma década, que desencadena la mayor crisis de la economía mundial desde la Gran Depresión de los años treinta del siglo XX y que tuvo especiales consecuencias en las economías de los países del sur de Europa, lo que puso en peligro la propia continuidad de la eurozona. Luego vinieron los años de la mal llamada «recuperación», centrada en un modesto crecimiento económico que no se tradujo ni en mejoras de las condiciones laborales ni en la potenciación del estado del bienestar. Y cuando volvía a observarse que la tímida recuperación se frenaba, estalló la pandemia de la COVID-19, que sumergió a la economía mundial en un túnel de impronosticable futuro. Y todo esto enmarcado por unos retos transversales, que ya venían de antes de 1996 y que cada vez muestran más sus potenciales y trascendentales efectos sobre el planeta y la humanidad: la crisis climática, las disrupciones tecnológicas o el aumento de las desigualdades, entre otros.

Esta selección de hechos, y otros que no hemos mencionado, nos han llevado a preguntarnos cuál ha sido su impacto en la enseñanza de la economía, si han sido un revulsivo, si han dado lugar a nuevas tendencias y demandas en este ámbito, o bien si se ha producido un *mismatching* entre la economía y la realidad económica y social. La economía es una disciplina viva que debe evolucionar junto a la realidad, pero no son pocos los que aducen una visión incompleta para explicar la compleja realidad económica y una falta de interacción con otras disciplinas, especialmente de las ciencias sociales.

Para analizarlo, en el primer apartado nos aproximaremos a la misión social del «economista», en tanto que formador de colectivos muy diversos, y en el segundo reflexionaremos sobre la evolución de la enseñanza de la economía en la Universidad.

1. La «misión social» de los economistas

La RAE define *economía* de la siguiente manera: «Del lat. mediev. *oeconomía*, y este del gr. οἰκονομία *oikonomía*, de οἶκος *oikos* 'casa' y νέμειν *némein* 'distribuir', 'administrar'». Sobre la base de esta definición, suele otorgarse a los economistas la función de gestionar los recursos para satisfacer las necesidades humanas. Sin duda esta es de sus funciones, y aunque los economistas no tenemos un juramento hipocrático, no hacerlo sería faltar a lo que se espera de nosotros.

Pero aparte de esta, o dentro de esta, los economistas también tenemos la responsabilidad de intervenir en el debate de las ideas y las políticas (Galbraith, 1974), es decir, en el debate democrático. Esta sería nuestra «misión social» (Gimeno, 2012).

El barómetro que mensualmente publica el Centro de Investigaciones Sociológicas, con el objetivo de medir el estado de la opinión pública española, pregunta (pregunta 16) cuál es, a juicio del entrevistado, el principal problema

que existe en España en ese momento y (pregunta 17) cuál es el problema que personalmente más le afecta a él o ella. En ambos casos, pueden darse hasta un máximo de tres respuestas.

En el último barómetro, en septiembre de 2021, los dos problemas más citados en ambas preguntas fueron «el paro» y «la crisis económica, los problemas de índole económica», que sumados aparecen en un 76,9 % de las respuestas de la pregunta 16 y en un 52,2 % de la pregunta 17, aunque con el orden cambiado (es decir, el principal problema que existe en España es el «paro», mientras que el problema que más afecta personalmente al encuestado es el más general de «la crisis económica, los problemas de índole económica»).

Estos dos «problemas» han formado parte de las principales preocupaciones de los españoles desde principios de la década de los ochenta. El problema del paro alcanza un máximo, en mayo de 1985, del 94,4 % de las respuestas, un nuevo pico en abril de 1997 (87,6 %), un mínimo en septiembre de 2007 (35 %) y el pico más reciente en mayo de 2011 (84,1 %). El último dato, el de septiembre de 2021, es del 41,4 %.

Por su parte, «la crisis económica, los problemas de índole económica», que en mayo de 1985 aparecía en un 28 % de las respuestas, alcanzó un primer pico en septiembre de 1993 (35,8 %), un mínimo en marzo de 2001 (5,5 %) y el pico más reciente en julio de 2008 (59,9 %). El dato de septiembre de 2021 es de un 35,5 %.

Aunque se observa, pues, que, a imagen de lo que ocurre cuando ocurre un fenómeno meteorológico extremo, el interés y la preocupación por los temas económicos aumentan cuando las condiciones económicas empeoran (paro, caída de los salarios reales, aumento de las desigualdades, desahucios, recortes sociales, etc.), se mantienen elevados también en las épocas de mayor bonanza económica.

Por tanto, si las cuestiones económicas forman parte estructuralmente de las tres primeras preocupaciones de los ciudadanos, necesariamente formarán parte del debate político y, por tanto, del debate democrático. Y aquí es donde entra nuestra responsabilidad o «misión social».

La economía es una ciencia muy amplia, que abarca muchos campos o ámbitos de conocimiento. Es frecuente comparar a los profesionales de la economía con los de la medicina, en el sentido de que necesitan conocer y beber de tantos campos que acaban creando especialistas que no pueden ser intercambiados en sus respectivos campos a pesar de que todos ellos sean economistas o practiquen la medicina.

Hay profesionales de la economía que trabajan en la dirección y gestión de empresas, en la consultoría, la auditoría, en el sector financiero, en el asesoramiento fiscal, el marketing, las administraciones, los departamentos comerciales, etc., y algunos se dedican al «análisis económico»; podemos decir que todos, intercambiables o no, son economistas si encajan con alguna de las dos definiciones que hace la Real Academia de la Lengua Española del término *economista*: «Titulado en economía» o «Persona dedicada profesionalmente a la economía».

De todos ellos, quienes tienen mayor responsabilidad de cumplir con la «misión social» de los economistas señalada anteriormente son el genérico grupo de los analistas económicos. Juan Francisco Martín Seco (2010) divide a estos entre los expertos de servicios de estudio, economistas de organismos internacionales, funcionarios de bancos centrales y demás organismos reguladores, los economistas de la Universidad, economistas en los partidos políticos, economistas en la función pública y economistas «mediáticos». Esta categorización es una simplificación, a la vez que solo una posibilidad y, por tanto, discutible, pero nos sirve para señalar básicamente a qué grupo de economistas nos referimos.

La amplitud tanto del término *economía* como de las ocupaciones de los profesionales que se dedican a ello lleva a que el interés de la ciudadanía por la economía se combine con cierto desconocimiento e imprecisión sobre la función del economista. Algunos lo ven como un asesor capaz de decirle dónde poner sus ahorros e incluso hacerse rico, aunque no acaban de entender por qué no todos los economistas lo son; también hay quien busca en los economistas a alguien que les ayude a pagar menos impuestos; o quizás lo consideran un visionario o vidente capaz de visualizar un futuro que nadie más sabe ver.

Pero si las cuestiones económicas se encuentran entre las principales preocupaciones de las personas y, por tanto, forman parte del debate democrático, la forma en la que lleguen los economistas al conjunto de la ciudadanía es crítica para su contribución a la calidad de este debate. Y en este sentido los economistas ejercen influencia sobre la vida social, principalmente a través de dos vías: con su participación en el sistema educativo reglado y por su importante presencia en los medios de comunicación.

En cuanto al segundo de estos ámbitos, los economistas no estamos pasando un buen momento desde el punto de vista de nuestro prestigio. A pesar de la admiración y el interés que despiertan determinados economistas, desde la crisis de 2007 a menudo se ha cuestionado nuestra utilidad. Keynes dijo que los economistas debíamos intentar ser tan útiles para las personas como lo son los dentistas; seguramente este reto todavía no lo hemos logrado. Pero, aunque fuera cierto que «los economistas» no fueron capaces de prever la crisis (algunos sí que lo hicieron, pero esta sería otra historia), y que no se pueda hablar de «los economistas» como un colectivo con amplios consensos, no solo debemos trabajar para mejorar la imagen «pública» de nuestra profesión, sino también para contribuir mejor al debate democrático.

En esto tienen también una gran responsabilidad los propios medios de comunicación. En primer lugar, introduciendo múltiples planteamientos entre los economistas que intervienen en los medios y, en segundo lugar, evitando buscar constantemente que realicen unas previsiones lo más «espectaculares» posible. Parece a veces que la competencia se centre en ver «quién la dice más gorda». Una cosa es dirigirse al gran público y optar por razonamientos no excesivamente técnicos o complejos, y otra cosa es caer en la trampa del «todo por la audiencia».

En relación con el sistema formativo, este lo podemos dividir en la etapa obligatoria (en la que, por similitud, incluimos el bachillerato y los ciclos formativos) y la enseñanza universitaria. Dejaremos la enseñanza superior para el siguiente apartado de este artículo. En la etapa de la enseñanza obligatoria, desde hace unos años, se ha introducido en los currículos la adquisición de conocimientos de economía.

Frank H. Dixon, profesor de economía en la Universidad de Michigan y después en la de Princeton, en un artículo de 1898, señalaba que la función principal de la educación secundaria es la formación para la ciudadanía y solo secundariamente debe preparar para la Universidad. En una línea similar, la Unesco define la educación primaria y secundaria como aquella que permite a los individuos adquirir habilidades y competencias para convertirse en ciudadanos capaces de participar activamente en su cultura, sociedad y economía (Declaración de Jomtien, 1990). Coincide, pues, este planteamiento con lo que hemos llamado la «misión de los economistas», aunque en este eslabón del sistema educativo se ajustaría mejor la expresión «la misión de la economía», dada la no general presencia de economistas entre el profesorado que realiza docencia en esta materia.

Pero, por los contenidos de «economía» introducidos en los currículos escolares en los últimos años, no parece que se enseñe bajo esta perspectiva en nuestro sistema educativo. La formación en economía en la etapa obligatoria de la enseñanza reglada se ha basado fundamentalmente en dos aspectos. Por un lado, en lo que genéricamente conocemos como emprendimiento. Pero el sentido de iniciativa y el espíritu emprendedor es una actitud y capacidad que se desarrolla en un entorno social determinado y que no es exclusivo del ámbito de la economía. Centrarlo en este campo pervierte el concepto de emprendimiento a la vez que, paradójicamente, se aboga por soluciones individuales frente al discurso de inculcar determinados valores «colectivos».

Por otro lado, se simplifica la introducción de conocimientos de economía en la introducción de contenidos de finanzas. En este caso, frecuentemente esta formación se ha dejado en manos de las propias instituciones financieras, que mediante empleados o jubilados de estas han suministrado la formación financiera a las aulas, externalización que no se ajusta a los procedimientos establecidos para asegurar la calidad (y pluralidad) de la docencia, derechos de los estudiantes, de los docentes y de la sociedad en su conjunto.

Sin negar la importancia del emprendimiento como concepto amplio que se enseñe más allá de la formación en economía, ni la relevancia de la educación financiera para la toma de decisiones a lo largo de la vida, consideramos que una enseñanza adecuada de la economía en las etapas obligatorias de la formación reglada debería ir más allá de estos dos aspectos.

Para ello, la enseñanza de la economía en la etapa obligatoria debería tomar un enfoque de economía política, lo que exige una interacción constante con las demás ciencias sociales (Rodrik, 2021). Este enfoque es el adecuado para mostrar cómo los factores históricos, sociales e institucionales condicionan las llamadas «leyes» económicas. Por ejemplo, permite hacer explícito que no todos los componentes de la sociedad ocupan el mismo lugar ni tienen las mismas oportunidades.

Si la formación en economía debe contribuir, tal y como indica la Unesco, a adquirir las habilidades y competencias para convertir a los estudiantes en ciudadanos capaces de participar activamente en su cultura, sociedad y economía, entonces debe estar encaminada a dotar de conocimientos y herramientas que ayuden a interpretar y entender mejor el mundo en el que viven.

2. La enseñanza de la economía en la universidad

En la introducción hemos dicho que la economía es una disciplina viva que debe evolucionar junto con la realidad. Ahora bien, ¿en cuanto a la enseñanza de la economía en la universidad, podemos decir que ha evolucionado con la realidad? ¿Cómo de viva y dinámica es la enseñanza de esta disciplina? En este apartado lo veremos.

Aunque la enseñanza de la economía ha ido variando a lo largo del tiempo, esta no ha experimentado cambios sustanciales en las últimas décadas. Se observa una tendencia general, tal y como señala Berzosa (*Oikonomics*, 2016), a convertir la economía en una rama de las matemáticas, que se utiliza como un fin y no como un medio para la comprensión de la realidad. Ha ido perdiendo su naturaleza de ciencia social. A lo anterior se añade que el enfoque neoclásico es el predominante. Existe una falta de pluralismo en la forma de enseñar economía, no se tienen en cuenta otros enfoques y aportaciones, como la marxista, keynesiana, schumpeteriana, institucionalista, poskeynesiana y otras más actuales. No se trata de cuestionar la importancia de las matemáticas, la estadística y la econometría en la formación que deben recibir los economistas, pero tampoco deben eliminarse otros conocimientos de carácter más humanístico que proporcionan una visión complementaria y necesaria.

La desaparición, por ejemplo, de enseñanzas que deben ser clave (Chang, 2015; Sen, 2014) en los planes de estudio, por ejemplo, las asignaturas de otros ámbitos de conocimiento, como la historia económica, la historia del pensamiento económico, la política económica, la sociología, etc., es un asunto que recibe escasa atención. En este sentido, tanto en el grado en Economía como en el máster de Análisis Económico de la UOC hemos procurado que estos ámbitos tuvieran presencia. La economía es una ciencia social, sin este componente queda coja, y proporciona una visión parcial y, por tanto, incompleta de la realidad económica y social que deben gestionar los economistas.

El alejamiento de la economía real, el abuso de las matemáticas, así como el uso de una teoría imperfecta y limitada, es lo que se encuentra detrás de esta falta de previsión y de las medidas recomendadas durante las crisis ocurridas en los últimos veinticinco años. En definitiva, llevamos varias décadas enseñando economía de la misma forma y no debemos olvidar que la economía es una disciplina dinámica y cambiante. Debemos tener en cuenta que las leyes que la rigen son producto de la acción de los individuos, que responden a su vez a coyunturas concretas y específicas, cuyo resultado es que son cambiantes, puesto que modifican las relaciones económicas y sociales.

Todo ello comporta que la economía que se enseña en las universidades y escuelas de negocio sea poco crítica y desligada del mundo real. No hay lugar para la discusión y el debate críticos que son esenciales para cualquier estudiante que quiera involucrarse en los problemas económicos del mundo real. Los seminarios se centran en la teoría, mientras que los exámenes evalúan cómo los estudiantes pueden resolver ecuaciones abstractas. Por tanto, no es de extrañar que actualmente desde determinados grupos de estudiantes y profesores se cuestione la formación económica que se imparte en las facultades y escuelas superiores. La crítica que se efectúa se ha intensificado con la crisis, pero ya se habían producido varios brotes de protesta con anterioridad.

Concretamente, a inicios de la década de 1990 estudiantes y profesores de la Universidad de Sydney fueron de los primeros en destacar la estrechez de su formación económica, consiguiendo parcialmente abrir un departamento de Economía Política que todavía existe hoy en día. En 1992 se publicó una carta en la *American Economic Review* pidiendo una educación económica más amplia firmada por el nuevo premio Nobel, entre ellos Paul Samuelson y Robert Solow. Entre 2000 y 2003, estudiantes de París, Cambridge y Harvard volvieron a defender que su educación se transformara radicalmente.

La falta de diversidad de pensamiento en los currículos de economía se une a una falta de diversidad entre pensadores y profesionales destacados. Las mujeres, las personas de color, las poblaciones del sur global, las personas LGBTQ+, las personas con discapacidad y las personas de entornos socioeconómicos más bajos están excluidas de las listas de lectura, ignoradas por la investigación e invisibles en los modelos neoclásicos dominantes. La sociedad ha cambiado mucho en los últimos veinticinco años, mientras que la enseñanza de la economía parece que poco se ha adaptado a estos cambios. Como resultado, la educación económica no aborda problemas críticos de los momentos actuales, como el cambio climático, la discriminación racial, las desigualdades y las crisis sanitarias globales, para los que tampoco existen libros de texto ni seminarios.

Así pues, no debería sorprendernos que actualmente la demanda de nuevos contenidos y métodos pedagógicos que acerquen a los estudiantes a la economía real se haga sentir con fuerza, y que los movimientos de alumnos, como *Rethinking Economics*, y del profesorado, como *Reteaching Economics*, hayan intensificado su llamada. Estudios recientes sobre esta cuestión (*Rethinking Economics*, 2021; Agenjo-Calderón *et al.*, 2021) revelan que las cosas no

han cambiado mucho. La enseñanza de la economía en las universidades y escuelas de negocios, que se cuestionó a raíz de la reciente crisis económica y financiera, sigue siendo objeto de crítica por parte de muchos colectivos de estudiantes, académicos y profesionales. Así las cosas, la crítica a la economía se ha intensificado con la crisis derivada de la COVID-19.

Rethinking Economics, que se formó en 2011 en el Reino Unido a raíz de la crisis financiera para defender la reforma educativa en los departamentos de economía, es una red internacional de estudiantes, académicos y profesionales de distintos continentes con el propósito de construir una mejor economía en la sociedad y en el aula. En cuanto a los miembros que componen el *lobby* *Rethinking Economics*, estos trabajan para potenciar y hacer crecer a los organizadores de estudiantes individuales, grupos locales y redes nacionales de todo el mundo para reformar los planes de estudios de economía, diversificar y descolonizar la disciplina y construir una comunidad de economistas centrados en el futuro.

Los primeros estudiantes de *Rethinking Economics* se vieron muy influenciados por los eventos de 2007/8: una crisis financiera global que sacudió no solo la economía global, sino los fundamentos de la economía en sí. «¿Por qué nadie lo vio venir?» fue una pregunta planteada por la reina de Inglaterra, pero la desconfianza y el escepticismo de los economistas también fue compartida por el público en general.

Los «rethinkers» de hoy fueron a estudiar economía después del *post-crash* (Gran Recesión, 2008), con la esperanza de entender por qué pasó; por qué el paro era tan alto; por qué se recortaban los servicios públicos. Lo que muchos de ellos encontraron fue, sin embargo, un enfoque estrecho y desapasionado en las teorías económicas clásicas que no ofrecían respuestas a los problemas reales que se presentan en el mundo real. En lugar de debatir y resolver los retos económicos actuales del mundo real, los estudiantes trabajaron con hipotéticos ejemplos a menudo triviales. Se ignoraron las perspectivas económicas alternativas y muchos graduados terminaron sus estudios sin haber encontrado las respuestas que habían buscado.

Las consecuencias económicas de la COVID-19 han demostrado que la lucha por la reforma está lejos de haber terminado. El estudio realizado por Ajenjo-Calderón *et al.* (2021) en el que se hace un diagnóstico sobre cómo se está enseñando economía en el sistema universitario español corrobora lo anterior. La investigación tiene como objetivos realizar un diagnóstico de la enseñanza de economía en las universidades públicas españolas y plantear propuestas para adoptar un enfoque plural y transversalizar contenidos que apuesten por transformar el modelo económico desde una perspectiva feminista, ecológica y de los derechos humanos. Las fechas clave de referencia y comparación fueron la implantación del plan Bolonia y el inicio de la Gran Recesión, lo que resultó en dos períodos de análisis: pre-Bolonia/crisis (anterior al curso 2007-2008) y post-Bolonia/crisis (a partir del curso 2009-2010).

Los resultados indican que tanto el alumnado como el profesorado está de acuerdo con la afirmación de que existe una visión dominante en la enseñanza de la economía, basada principalmente en el enfoque neoclásico.

En cuanto al profesorado entrevistado, señala que existen reticencias y dificultades para introducir un enfoque pluralista en la enseñanza de la economía. Los obstáculos que mencionan están relacionados con la competencia de las facultades, la falta de interés del personal no formado por transversalizar el pluralismo, la falta de material técnico o la dificultad para insertar el enfoque en asignaturas troncales, entre otros.

Por lo general, el alumnado entrevistado es de la opinión de que la enseñanza de la economía en la Universidad española presenta una cierta rigidez que no permite estar al corriente de las tendencias heterodoxas que podrían ofrecer nuevas herramientas para analizar y tratar problemas actuales elementales como el cambio climático, las desigualdades de género o los derechos humanos.

Todo el mundo coincide en señalar que la Universidad tiene un papel relevante en la sociedad y que debería aprovechar su potencial y accesibilidad. Las sociedades actuales se enfrentan a retos sin precedentes: el cambio climático, las desigualdades, la inestabilidad financiera y, como hace poco hemos visto, las pandemias. Los economistas tienen un papel crucial para abordar estos retos. Pero su educación en la Universidad no ha seguido el ritmo de estos.

Por otra parte, Cohen (2018), en su artículo «Post-crash economics: have we learnt nothing?», hace referencia a un estudio en la misma línea que el anterior, en el que se examinan los contenidos de 174 módulos de economía de las siete principales universidades del Reino Unido. Los resultados, recogidos en el libro *The Econocracy: The perils of leaving economics to the experts (Manchester Capitalism)* (2016), muestran que menos del 10 % de los contenidos cubren otras materias que no son de economía convencional. Por tanto, las conclusiones son las mismas. Economistas de grado de todo el mundo aprenden teorías de los libros de texto que apenas han cambiado desde los años cincuenta. A

los estudiantes de grado no se les enseña a reconocer y analizar de forma crítica y menos a cuestionar los valores que existen detrás de estas teorías y metodologías.

En cuanto a los estudiantes de máster y escuelas de negocio, la situación es la misma. La formación que reciben consiste en reexaminar y manejar los supuestos económicos básicos.

En definitiva, estos estudiantes son las personas que van a trabajar a las grandes empresas, Gobiernos y bancos centrales, que definen las medidas políticas económicas y crean nuestro «sentido común económico». Así pues, podemos concluir que poco han cambiado las cosas en estos últimos veinticinco años en cuanto a la enseñanza de la economía. Por el contrario, la discusión sobre cómo se está enseñando economía está más viva que nunca, como lo demuestran las actividades de los movimientos del estudiantado y profesorado en todo el mundo. Así, recientemente se ha publicado el libro *Economy Studies. A guide to rethinking Economics Education (2021)*, que ofrece un marco y diez elementos básicos para la formación de un economista moderno. A partir de una década de ideas del movimiento estudiantil Rethinking Economics, este libro contiene una gran cantidad de material didáctico. Muestra cómo enseñar módulos verdaderamente pluralistas, combinando diversas teorías de manera pragmática sin abrir las compuertas para el «todo vale».

Los autores proporcionan una hoja de ruta práctica para conectar eficazmente el material académico básico con los eventos del mundo real y las grandes cuestiones de nuestro tiempo, ayudando al profesorado a implicar al estudiantado de manera eficaz y prepararlos para el mundo actual.

Diseñar y adaptar planes de estudio a una realidad que cada vez evoluciona de forma más rápida supone un importante volumen de trabajo e implicación por parte del profesorado. Ahora bien, no debemos olvidar que en el sistema universitario los académicos son recompensados por publicar en las revistas principales, no por revisar los planes de estudio. Y que, para ser contratados por una universidad líder, se prima, en primer lugar, su actividad de investigación, que debe publicarse en una revista de primer nivel, que a su vez se centra principalmente en la economía convencional. Así pues, de lo anterior se desprende que incluso los departamentos de economía que quieren crear un currículo más diverso acaban mal «equipados» por hacerlo.

Si queremos ir más allá de la economía anticuada, debemos crear recompensas, ayudas y reconocimientos para formar mejor a los estudiantes de grado. Es hora de que enseñemos a los estudiantes de economía a practicar la humildad, el escepticismo y la precaución desde el principio.

Al fin y al cabo, creemos que, en la Universidad y en la academia, como en cualquier otro espacio de relación y de existencia, no debemos limitarnos –no deben limitarnos– a resistir y sobrevivir: también podemos imaginar, crear y defender modos de vivir diferentes.

Conclusiones

Amartya Sen, en su obra de 1987 *Sobre ética y economía*, expresa que la economía forma parte del abanico de ciencias que tratan de responder a las preguntas esenciales sobre la vida en sociedad (cómo se vive, cómo vivir o cómo se puede vivir mejor).

Hablar de economía es, pues, hablar de los problemas económicos que enfrentan las sociedades, de las alternativas existentes para resolverlos, del reto de identificar las implicaciones –los pros y los contras– de cada una de ellas y de los escenarios que se pueden derivar de estas, tanto en el corto como en el largo plazo.

Los analistas de la economía, desde la pluralidad intrínseca de nuestro ámbito de conocimiento, ya sea desde donde sea que ejerzamos la profesión (Universidad, medios de comunicación, etc.), debemos poder realizar nuestros análisis con la mayor posible desvinculación de los poderes, especialmente del político y del económico. Debemos intentar no ser un instrumento al servicio de ninguno de estos, porque solo desde la libertad y la independencia conseguiremos cumplir con nuestra «misión social», la de participar, a partir del estudio y la generación de conocimiento, en el debate democrático.

En este debate no deberíamos reservarnos el papel de unos expertos que conocen las soluciones «técnicas» a los problemas económicos, que son suficientemente complejos e incluso confusos (los actores actúan de forma imprevista, la política tiene sus propias exigencias, las culturas oponen resistencia, etc.); y el papel de los economistas ha sido tan cuestionado a la hora de realizar diagnósticos, proponer terapias y realizar pronósticos como para actuar con una humildad que con frecuencia hemos abandonado.

Para ello, es necesario recuperar la conciencia de que la ciencia económica es una ciencia social que no goza de la universalidad de las leyes físicas. Es necesario potenciar la pluralidad de planteamientos, tanto en los planes de estudios de la formación en economía de la formación reglada como en la transmisión de nuestros análisis al conjunto de la ciudadanía. Somos una ciencia joven –se dice que la más joven de las ciencias y la más vieja de las artes– y debemos saber gestionar nuestra juventud, cuando no la adolescencia. No podemos transmitir la idea de que ya sabemos cómo funciona «la Economía» porque los problemas cambian en la medida en que lo hacen las condiciones y las circunstancias y, por tanto, para nuestra suerte, es una profesión con un extraordinario futuro.

Referencias bibliográficas

- BERZOSA ALONSO-MARTÍNEZ, Carlos (2016), «La precaria enseñanza de la economía». En: Repensando la enseñanza de la economía en la universidad. *Oikonomics. Revista d'Economia, Empresa i Societat*, núm.5. [en línea]. Disponible en: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero05/dossier/cberzosa.html>. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n6.1613>.
- CHANG, Ha-Joon (2015). *Economía para el 99% de la población*. Barcelona: Debate.
- COHEN, Maeve (2018). «Post-crash economics: have we learnt nothing?». En: *Nature* vol. 561, pág. 151. DOI: <https://doi.org/10.1038/d41586-018-06608-6>.
- de MUIJNCK, Sam; TIELEMAN, Joris (2021). *Economy Studies. A guide to rethinking Economics Education*. Amsterdam: Amsterdam University Press B.V. DOI: <https://doi.org/10.1515/9789048552801>.
- DIXON, Frank H. (1898). «The Teaching of Economics in the Secondary Schools». En: *The School Review*, vol. 6, núm. 1, págs. 17-27. DOI: <https://doi.org/10.1086/433877>
- EARLE, Joe; MORAN, Cahal; WARD-PERKINS, Zach (2016). *The Econocracy: The perils of leaving economics to the experts (Manchester Capitalism)* [en línea]. Disponible en: Rethinking Economics (<https://www.rethinkeconomics.org/>). University Press Scholarship. DOI: <https://doi.org/10.7228/manchester/9781526110121.001.0001>.
- GALBRAITH, John K. (1974). «El poder y el economista útil». En: *El Trimestre Económico*, núm. 161, págs. 231-247.
- GIMENO, Juan A. (2012). «El papel de los economistas en la Sociedad». En: *Economistas sin fronteras* [en línea]. Disponible en: [2012-05-24-El-papel-de-los-economistas.pdf](https://www.ecosfron.org/2012-05-24-El-papel-de-los-economistas.pdf) (ecosfron.org).
- MARTÍN SECO, Juan Francisco (2010). *¿Para qué servimos los economistas?*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Rethinking Economics* (2021) [en línea]. Disponible en: <https://www.rethinkeconomics.org/>
- RODRÍK, Dani (2021). «How economists and non-economists can get along». En: *Project Syndicate* [en línea]. Disponible en: [How Economists and Non-Economists Can Get Along by Dani Rodrik - Project Syndicate](https://www.project-syndicate.org/how-economists-and-non-economists-can-get-along-by-dani-rodrik) (project-syndicate.org)
- SEN, Amartya. (1987). *Sobre ética y economía*. Alianza Editorial, Madrid.
- SEN, Amartya. (2014). *Prólogo a A. Hirschman. Las pasiones y los intereses*. Madrid: Capitán Swing.
- UNESCO (1990): «Declaración mundial sobre educación para todos; marco de acción para satisfacer las necesidades básicas de aprendizaje» (Declaración de Jomtien) [en línea]. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127583_spa.

Cita recomendada: HINTZMANN COLOMINAS, CAROLINA; PUIG GÓMEZ, ALBERT.
Economistas frente al espejo. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI.
<http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2206>



Carolina Hintzmann Colominas

chintzmann@uoc.edu

Profesora de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Economía por la Universidad de Barcelona y licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la misma universidad. Directora del grado de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC y coordinadora de movilidad internacional de dichos estudios. Sus áreas de especialización se ubican en el ámbito de la macroeconomía, el crecimiento económico y la productividad del trabajo. Es miembro del grupo de investigación Finance, Management and Macroeconomics (FM2).



Albert Puig Gómez

apuiggo@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Economía por la Universidad de Barcelona y licenciado en Ciencias Económica y Empresariales por la misma universidad. Director académico del máster universitario Análisis Económico. Imparte docencia en Política Económica y Economía Mundial, e investiga los efectos de las inversiones extranjeras en las economías receptoras mediante el marco analítico de las cadenas globales de valor.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

¡Digitalizad@s del mundo, a las redes! De la cuarta y abundante revolución industrial a la ruptura digital y la escasez superstar

Joan Torrent-Sellens

Catedrático de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

RESUMEN Este artículo revisa y utiliza tres conceptos de la economía evolucionista: las tecnologías de *utilidad o propósito general*, el *paradigma tecnoeconómico* y la *revolución industrial* para explicar las principales tendencias e implicaciones económicas de fondo de la transformación digital. En primer lugar, se utiliza la idea de las tecnologías de utilidad general para abordar las singularidades del proceso de la I+D digital y para plantear la creciente generación de efectos de renta y de extracción de valor por parte de los *superstars* de la digitalización, lo que explicaría buena parte del crecimiento acuciante de la desigualdad en época digital. En segundo lugar, se utiliza el concepto de paradigma tecnoeconómico para explicar que el paradigma digital ya acumula dos ondas largas y un proceso de transición: desde las tecnologías de la información y la comunicación y la economía del conocimiento, hasta las tecnologías de la transformación digital y la economía dato/tarea masiva. Y en tercer lugar, se revisa el concepto, demasiado ambiguo e incorrecto, de *cuarta revolución industrial*, y se propone la idea de la ruptura o escisión industrial para describir la interacción tecnológica, económica, social, institucional/política y cultural que se estaría produciendo en la segunda oleada de la digitalización.

PALABRAS CLAVE transformación digital; valor; economía evolucionista; tecnologías de utilidad general; paradigma tecnoeconómico; ruptura industrial

Digitized people from the world, to the net! From the abundant fourth industrial revolution, to the digital rupture and superstar scarcity

ABSTRACT This article reviews and uses three concepts from evolutionary economics: general purpose technologies, techno-economic paradigm, and industrial revolution to explain the main trends and underlying economic implications of digital transformation. In the first, the idea of general purpose technologies is used to address the singularities of the digital R&D process and to raise the increasing generation of income effects and value extraction by the superstars of digitization, which would explain much of the pressing growth of inequality in the digital age. Second, the concept of techno-economic paradigm is used to explain the fact that the digital paradigm already accumulates two long waves and a transition process: from information and communication technologies and the informational and knowledge economy, to digital transformation technologies and the crowd data/task economy. And thirdly, the concept, too ambiguous and incorrect, of the fourth industrial revolution is reviewed, and the idea of industrial rupture is proposed

to describe the technological, economic, social, institutional/political and cultural interaction that would be taking place in the second wave of digitization.

KEYWORDS digitization; value; evolutionary economics; general purpose technologies; techno-economic paradigm; industrial rupture

Introducción

En 2019 publiqué un artículo sobre la digitalización en la empresa que empezaba de la siguiente manera (Torrent-Sellens, 2019a, pág. 105):

«A partir las transformaciones vinculadas con la tercera ruptura industrial, la de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) e internet no interactivo (internet 1.0), durante los últimos años se ha ido gestando una segunda oleada de progreso tecnológico de utilidad general. La robótica, la inteligencia artificial, el aprendizaje de las máquinas, la computación en la nube, los grandes datos, la impresión 3D, internet de las cosas, las redes sociales y profesionales, la tecnología *blockchain* o las plataformas colaborativas, entre otras tecnologías, empiezan a dar síntomas de que se configurarán como una nueva base tecnológica interconectada de un paradigma tecnoeconómico que se interrelacionará con cambios sociales y culturales de primera magnitud, abriendo las puertas a la configuración de una cuarta escisión industrial.»

Se trata de un típico párrafo científico introductorio sobre transformación y transición digital. Más allá del conocimiento específico de las distintas tecnologías que integran las dos oleadas digitales que hemos «vivido» hasta el momento, en el texto hay tres palabras, tres conceptos que los no familiarizados o familiarizadas con la tecnología probablemente no conocerán. No se habla nada, o muy poco, de ellos en los típicos encuentros, jornadas, reuniones, redes, programas de radio o televisión, pódcast o vídeos en YouTube –seguramente algo más en los *Ted Talks*– sobre transformación digital. Son tres conceptos que, en sus *speeches* sobre las bondades de la digitalización, raramente utilizan los «gurús» de la innovación digitalizada. Igual que en economía general existen economistas buenos/as y economistas pésimos/as, cínicos/as y desfasados/as, en economía de la tecnología y la innovación ocurre algo parecido, aunque quizás más magnificado si cabe por la «caja de resonancia» digital. Estos/as *gurús* de lo económico en digital suelen estar a la última en los avances de la tecnología, pero sus fundamentos conceptuales y académicos en materia científica, tecnológica e innovadora suelen dejar mucho que desear, o todavía peor, suelen olvidarlos a propósito. Mi lista de agravios es larga y prometo un día entrar en ella. Pero, como la idea de este artículo es de divulgación científica, volvamos a la ciencia. Estos tres conceptos son: las *tecnologías de utilidad o propósito general*, el *paradigma tecnoeconómico* y la *revolución industrial*. Es bastante probable que los y las *tecnogurús* no los utilicen porque son conceptos académicos, a veces difíciles de encajar en una conferencia o presentación *a lo Steve Jobs* –muy de moda en el sector–, o simplemente porque tienen muchas aristas y dificultades de conceptualización o métrica, lo que no encaja demasiado bien con la típica «polarización» digital. Sin embargo, es imposible hacer un análisis serio y completo sobre la digitalización, y sus efectos económicos, sin abordar estos tres conceptos y sus implicaciones. O sea que, hechas las presentaciones, allá vamos.

1. Tecnologías digitales de «utilidad» general: ¿riqueza y abundancia, o renta y escasez superstar?

En economía solemos aproximarnos a la tecnología entendiéndola como «el fondo social de conocimiento sobre las artes industriales». Esta aproximación, quizás muy utilitarista, se explica porque no ha sido hasta muy recientemente que la economía científica ha otorgado un papel primordial a la tecnología como agente de cambio y progreso económico y social (Torrent-Sellens, 2004). En sus aproximaciones más originarias, la tecnología se concibió como el conocimiento

aplicado para «el dominio del hombre sobre la materia», es decir, una aplicación de la ciencia y el saber para conocer, reproducir y controlar, primero nuestro entorno natural y después nuestro entorno social (McClellan y Dorn, 2016). En estas primeras visiones, que se siguen perpetuando –yo diría que muchas de ellas todavía están vigentes– la tecnología es vista como un instrumento de dominio de la raza humana sobre el resto de ecosistemas de la naturaleza, y de algunas sociedades o colectivos de personas sobre otras sociedades o colectivos humanos. En origen, la tecnología no es un fondo social de conocimiento para convivir o colaborar entre nosotros y con nuestro entorno. Más bien lo contrario. La tecnología es un instrumento de control humano sobre su entorno, lo que puede incluir la destrucción del medio natural o múltiples formas de desarticulación social. Como es fácilmente deducible, esta aproximación a la tecnología no es muy consistente con la sostenibilidad ambiental, lo que, sin duda, toca ir revisando.

Por suerte, muchas de las formas tradicionales de destrucción social por parte de los usos técnicos «desafortunados» de la tecnología, como las grandes desigualdades y la pobreza generadas en los inicios de las revoluciones industriales, han podido ser corregidas. A diferencia de los otros colectivos no humanos –por el momento ni los caballos ni los robots inteligentes montan huelgas–, la humanidad puede organizarse conscientemente y ha desarrollado múltiples mecanismos para evitar, corregir o matizar la destrucción social vinculada con la tecnología. Seguramente por esta razón, por su incapacidad para organizarse, la destrucción natural no ha tenido tanta suerte. En un famoso artículo publicado en 1978 en una revista de la Organización Internacional del Trabajo, Wassily Leontief, el padre de las tablas *input/output* y Premio Nobel de Economía en 1973, analizó las perspectivas sobre el empleo del entonces incipiente cambio técnico digital y dijo no poder evitar la comparación de la humanidad con... los caballos. Ya entonces Leontief predijo la posibilidad de la depreciación y sustitución masiva del empleo humano, tal y como había sucedido décadas antes con el trabajo de los caballos. Más allá del acierto o no de la comparación, lo más genial del argumento fue su corolario. Escribió Leontief: «Pero si los caballos hubieran podido organizarse y fueran capaces de votar, la historia habría sido muy distinta». En efecto, podríamos llegar a convenir que, a largo plazo y «equilibradas» por sus movimientos sociales y políticas correctoras, la tecnología y sus técnicas aplicadas han sido piezas fundamentales para explicar el crecimiento y progreso económicos, así como el bienestar social medio de la humanidad en el devenir global de los últimos tres siglos, sin olvidar que también han sido causa de muerte, destrucción, desigualdad o extracción de valor económico.

Pero volviendo a su aproximación económica, entendemos la tecnología como todo el conjunto de saberes, no únicamente los científicos y los tecnológicos –saber-qué y saber-por qué–, particularmente las habilidades de los agentes económicos y las organizaciones –saber-cómo y saber-quié–, que inciden sobre la actividad económica. Por consiguiente, nos aproximamos a la tecnología a partir del conocimiento que genera todo el conjunto de instrumentos, máquinas o técnicas para la acción instrumental, para su aplicación concreta en forma de técnicas a la actividad productiva (Torrent-Sellens, 2015). Llegados a este punto, es importante recordar que, como cualquier conocimiento, la tecnología es un bien público –no rival ni excluible– y capaz de generar importantes externalidades y desbordamientos, de manera que el sector privado, al no poder excluir ni proteger su intercambio y distribución, no tiene demasiados incentivos para la provisión social de la tecnología. Además, no todas las tecnologías generan el mismo conjunto de externalidades y desbordamientos. De todo el abanico de conocimiento público aplicable a la economía, existe un subconjunto tecnológico de especial importancia. Las *tecnologías de propósito o de utilidad general* –*general purpose technologies*, GPT, en terminología anglosajona– son familias de saber aplicado de orden superior, en el sentido de que derivan en aplicaciones tecnológicas más específicas y de orden inferior (Bresnahan y Trajtenberg, 1995). Por ejemplo, las tecnologías vinculadas con la máquina de vapor, la electricidad, el motor de combustión interna, el ordenador personal, internet o la inteligencia artificial se consideran tecnologías de utilidad general porque mediante su capacidad de conexión con otras tecnologías configuran procesos de convergencia tecnológica, innovaciones derivadas, complementariedades con otros activos económicos –por ejemplo, con la inversión en intangibles– y, finalmente, nuevos modelos de negocio, nuevas fuentes de eficiencia y nuevas palancas para el crecimiento económico (Trajtenberg, 2019).

Los tres criterios principales para que una tecnología o familia de tecnologías sean consideradas como GPT son la omnipresencia –*pervasiveness*–, la mejora constante –*improvement*– y la generación de innovaciones –*innovation spawning*–. Es decir, la capacidad que tenga toda una familia de saberes aplicados para extenderse técnicamente al conjunto de actividades económicas, mejorar con el tiempo y reducir sus costes de uso, y facilitar la invención e innovación de productos y procesos. En consonancia con la idea de las relaciones de complementariedad, los historiadores

económicos y de la tecnología han vinculado estrechamente la evolución de la tecnología con el desarrollo de los modelos y formas de gestión. De este modo, se ha constatado que cada oleada de GPT sería capaz de construir modelos arquetípicos de gestión y organización de negocios, e incluso empresas paradigmáticas (Bodrozic y Adler, 2018). Por ejemplo, la primera fase de la digitalización se ha identificado con el rediseño de los procesos de negocio, la organización horizontal o la empresa red (Torrent-Sellens *et al.*, 2008). Por su parte, en la segunda oleada de la digitalización se habrían consolidado formas alternativas de gestión, como la gestión del conocimiento, las comunidades digitales de práctica o las empresas plataforma (Bodrozic y Adler, 2021). De este modo, en la primera oleada de la digitalización, que comprende las décadas de 1970 a 1990, dominaron la situación las empresas que desarrollaban los fundamentos del ordenador personal, internet y las primeras redes y aplicaciones de comercio electrónico. Por su parte, en la segunda oleada de la digitalización, que comprende las décadas del siglo XXI, la supremacía en el panorama digital está evolucionado hasta la emergencia de redes y plataformas aplicadas a todo tipo de contextos económicos y sociales, así como la irrupción de la inteligencia artificial y sus tres principales familias tecnológicas –robótica, aprendizaje automático y sistemas simbólicos–, los grandes datos y las nuevas formas de computación, internet de las cosas y la tecnología *blockchain*. Estas tendencias de fondo en la dinámica competitiva de la digitalización se corresponden claramente con la irrupción de empresas líderes en cada una de sus fuentes de ventaja, lo que nos viene a confirmar que, básicamente, la digitalización ha sido un fenómeno valorizado, rentabilizado, por parte de empresas, particularmente de grandes empresas transnacionales –los actuales gigantes tecnológicos–. Otra cosa muy distinta es su incubación y primer desarrollo, en la mayoría de las ocasiones de dominio público y, además, frecuentemente decisivo (Mazzucato, 2018).

La historia del I+D digital es distinta a la de sus predecesores tecnológicos. A diferencia de lo sucedido en el capitalismo industrial, en el capitalismo digital los Gobiernos nacionales han tenido mucho menos margen de interacción con las grandes empresas de la ruptura digital. Los gigantes tecnológicos han llegado a la frontera global de la tecnología y la innovación porque han sido capaces de crear y satisfacer una necesidad de alcance global, de manera que los Gobiernos ya no son tan importantes en la generación de los efectos de red para su expansión. La creación de la necesidad de tener o usar un bien o servicio digitalizado es directamente atribuible a lo que sucede, a la valoración de utilidad, entre su potencial red de usuarios o usuarias que, además, suele escaparse del ámbito nacional y es global. En la digitalización, los efectos de la ley de Metcalfe, según la cual el valor de una red crece exponencialmente con su número de usuarios, suelen jugar un papel primordial para entender el éxito o el fracaso de cada nueva «necesidad» digital que hay que satisfacer (Arroyo-Barrigüete, 2007). En este contexto, el papel «motivacional» de los Gobiernos ha sido mucho más marginal. De hecho, la lista de «campeones o *superstars*» de la digitalización suele caracterizarse por una presencia muy baja de redes sin ningún ánimo extractivo. La gran mayoría de estas *superstars* digitales, empresas pero también personas con habilidades especiales para interactuar en la digitalización, se caracterizan por haber alcanzado una posición dominante en sus mercados o profesiones de referencia a través de una propuesta inicial de valor legítima y que justifica la creación de riqueza. Sin embargo, y al mismo tiempo que son «entidades» creadoras de riqueza, también aprovechan su creciente poder de mercado para extraer valor, para obtener rentas resultado de sus posiciones dominantes, lo que explicaría parte del acuciante incremento de la desigualdad en época digital. Por consiguiente, el dilema del valor en la digitalización es precisamente la cuantificación de qué parte de una misma *superstar* digital, de una misma empresa o persona, genera valor y qué parte extrae rentas. El problema no es el ánimo de lucro, el problema es la capacidad de las *superstars* digitales para extraer rentas y disfrazarlo en forma de creación de riqueza. Suelo denominar a la capacidad, con prácticas y estrategias específicas, de las *superstars* digitales para extraer rentas y confundir renta con riqueza como los *efectos de renta y extracción digital de valor*. De hecho, la investigación reciente ya está poniendo de relieve que, más allá de la tradicional sustitución tecnológica de empleo en el corto plazo, la digitalización estaría ejerciendo efectos de sesgo, desplazamiento y sustitución del empleo con capacitaciones medias en el largo plazo, y algo más novedoso, también del capital (Benzell *et al.*, 2021). En la época de la abundancia digital, el valor generado por los factores ordinarios de producción (capital productivo y empleo con competencias habituales) se estaría reduciendo en detrimento de unos pocos grupos de *superstars*. La promesa de una abundancia distribuida generada por la digitalización se estaría truncando por la existencia de un «cuello de botella», un tercer factor de producción, muy inelástico y escaso, que se correspondería con una oferta singular de aquellos servicios de capital y trabajo que la digitalización «todavía» no ha podido procesar, reproducir o substituir. Estas *superstars* asociadas al capital y al empleo con habilidades esenciales para operar en la digitalización, pero no digitalizables, estarían acelerando sus rendimientos y participaciones sobre el total de la renta y riqueza nacional en la mayoría de los países del mundo.

2. Ondas largas y paradigma digital: de las TIC y la economía del conocimiento a la transformación digital y la economía dato/tarea masiva

Otro concepto muy importante para comprender bien la aproximación que la economía ha realizado de la tecnología es la idea del *paradigma tecnoeconómico* o *ciclo económico de larga duración*. La investigación sobre los paradigmas fue introducida al análisis económico por los historiadores e historiadoras de la ciencia en el contexto de estudio de las revoluciones científicas. Por *paradigma* entendemos: «el conjunto de realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante un cierto período de tiempo, proporcionan los modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica». En este contexto, un conjunto de economistas, que más tarde consolidarían su particular «revolución» en forma de un nuevo paradigma científico llamado *economía evolucionista*, desarrollarían la idea del paradigma tecnoeconómico. Un paradigma tecnoeconómico es: «un conjunto de innovaciones técnicas, organizativas y gerenciales interrelacionadas, con unas ventajas que sobrepasan a la producción de una nueva gama de productos y sistemas, puesto que también incluyen a la dinámica del coste relativo de todos los inputs de producción. En cada nuevo paradigma, un input particular o un conjunto de inputs puede describirse como el factor clave de este paradigma, caracterizado por la caída de costes relativos y su disponibilidad universal». Los cambios de paradigma tecnoeconómico son procesos de transformación en el sistema tecnológico de gran calado y que tienen una vital importancia para el comportamiento del conjunto de la economía (Dosi *et al.*, 1988). Un cambio de este tipo se refiere a una combinación de interrelaciones de innovación entre productos, procesos, técnicas, organización y esquemas directivos, que supone un salto cuantitativo en el potencial de productividad y competitividad del conjunto de la economía, y abre nuevas ventanas de oportunidad en la inversión, generación y distribución del valor. En otras palabras, la consolidación de un nuevo paradigma tecnoeconómico supone mucho más que la implantación de innovaciones incrementales o radicales, incluso es más que la aparición de un nuevo sistema tecnológico que consolida la aparición de un nuevo sector productivo. El cambio paradigmático en el ámbito tecnológico y económico supone una importante capacidad de penetración en el conjunto de actividades y ramas económicas, de manera que se transforman radicalmente las fuentes de productividad y competitividad, y en consecuencia la dinámica estructural de la economía experimenta una modificación substancial (Pérez, 2005).

Bajo esta concepción, el cambio contemporáneo de paradigma tecnoeconómico puede contemplarse como el paso de un sistema tecnológico y económico basado en *inputs* baratos de energía a otro sistema tecnológico y económico basado en *inputs* baratos de datos, tareas, información y conocimiento. Este nuevo paradigma tecnoeconómico, que se ha consolidado durante las últimas dos décadas del siglo xx y las que llevamos del siglo xxi, puede definirse como el «paradigma digital». La digitalización de los sistemas tecnológicos y económicos se ha desarrollado en dos oleadas. La primera oleada de la digitalización, que asumimos bajo el epígrafe de «las tecnologías de la información y comunicación (TIC), y la economía informacional y del conocimiento», fue el resultado de los espectaculares avances en la microelectrónica y las comunicaciones digitalizadas, especialmente internet. La segunda oleada de la digitalización, que asumimos bajo el epígrafe de «la transformación y transición digital, y la economía dato-tarea masiva», es el resultado de los grandes avances en la computación, la inteligencia artificial y las redes y plataformas digitales (Torrent-Sellens, 2019b). Tanto la primera como la segunda oleada de la digitalización pueden ser contempladas como ciclos económicos de larga duración o, en otras palabras, ondas largas de Kondrátiev.

Tabla 1. Paradigmas tecnoeconómicos –ondas largas de Kondrátiev– en el capitalismo

Oleada	1	2	3	4	5	6
Período	1770-1780 a 1830-1840 <i>1.ª Revolución Industrial</i>	1830-1840 a 1880-1890 <i>2.ª Revolución Industrial</i>	1880-1890 a 1930-1940 <i>Belle Époque</i>	1930-1940 a 1980-1990 <i>Edad de oro del crecimiento</i>	1980-1990 a 2000-2010 <i>Primera oleada digital</i>	Desde 2000-2010 <i>Segunda oleada digital</i>
Descripción	Primera mecanización	Energía del vapor Ferrocarril	Electricidad Ingeniería pesada	Producción fordista en masa	Tecnologías información y comunicación (TIC)	Transformación y transición digital

Métodos de transporte e intercambio, y sectores de rápido avance	Canales Carreteras Textil Química textil Maquinaria Hierro Ind. hidráulica Cerámica	Ferrocarril Transporte mundial con barco	Electricidad Cable e hilo Ingeniería pesada Armamento Acero Química pesada Fibras sintéticas	Autopistas Aeropuertos Líneas aéreas Automóviles Camiones Tractores Armamento móvil Aviación Consumo durable Plantas proceso Prod. sintéticos Petroquímica	Comunicaciones Redes Satélites Ordenadores Electrónica Software Telecos Fibra óptica Cerámica avanzada Bases de datos Serv. información Internet Comercio electrónico	Automatización Robótica Apps inteligencia artificial Internet de las cosas Big data Redes sociales y profesionales Plataformas Impresión 3D Industria 4.0 Domótica y sensores, drones Salud digital Biotecnología Nanotecnología Neurotecnología
Factor productivo abundante	Algodón Hierro	Carbón Transporte	Acero	Energía derivada del petróleo	Información y conocimiento	Datos / IA Tareas / Gig
Limitaciones del antiguo paradigma y soluciones del nuevo	Limitaciones de escala, control de procesos y de mecanización del <i>putting-out system</i> . Aumentos de productividad y beneficios gracias a la mecanización y división del trabajo en las fábricas.	Limitaciones de escala por las restricciones de acceso a la energía, la mecanización y al mercado interior. Nuevas oportunidades de la máquina de vapor y del nuevo sistema de transporte.	Limitaciones de los materiales de hierro. Inflexibilidad de las cadenas de montaje existentes. Las nuevas energías aumentan la disponibilidad y acumulación del capital. La estandarización facilita las operaciones a escala mundial.	Limitaciones de escala en la producción superadas por la estandarización y la abundante energía barata. Nuevos patrones de localización y desarrollo urbano con el uso masivo del automóvil. Los bienes de consumo de masas se abaratan.	Deseconomías de escala e inflexibilidad del ensamblaje en línea, sustituido por la manufactura flexible, las redes y las economías de alcance. Limitaciones de <i>inputs</i> superadas por el control digital. Limitaciones de jerarquía superadas por el trabajo en red y la integración vertical.	Limitaciones de flexibilidad e innovación superadas por la convergencia tecnológica digital (MANBRIC). Costes de predicción reducidos por IA. Costes de transacción y previsión reducidos por las plataformas digitales.
Organización de empresas y formas de cooperación y competencia	Empresas individuales y competencia entre pymes. Cooperación en innovación y finanzas. Capitales locales y riqueza individual.	Aumentos de ocupación en grandes empresas. Responsabilidad limitada y acceso a mercados financieros. Inversión masiva, asunción de riesgos y propiedad privada.	Emergencia de las grandes empresas, cárteles, <i>trusts</i> y fusiones. Regulación y propiedad estatal de monopolios naturales y empresas públicas. Concentración bancaria y financiera. Especialización en la dirección de las grandes empresas.	Competencia oligopolística. Multinacionales, basadas en inversión directa extranjera y localizaciones multiplanta. Subcontratación competitiva. Concentración, y control jerárquico.	Redes de pequeñas y grandes empresas basadas en el uso intensivo de la tecnología digital. Cadenas globales de valor. Flujos digitales de bienes y servicios de la información. Empresas y directivos <i>superstars</i> .	Plataformas digitales que fomentan múltiples roles y reducen costes de transacción. Intercambios de usos temporales de bienes y servicios digitalizados. Nuevas formas de empleo eventual digital – <i>gig</i> – basadas en flujos dato-tarea.

Fuente: Elaboración propia a partir de Pérez (2005), Torrent-Sellens (2004; 2019b) y Grinin et al. (2017a)

Más concretamente, el paradigma digital, que ha fundamentado los ciclos de larga duración –eso sí con una duración más corta de lo habitual– de la economía informacional y del conocimiento, así como la economía dato-tarea masiva, tiene su condición necesaria en tres componentes básicos (Grinin *et al.*, 2017a). En primer lugar, un nuevo esquema productivo. Es decir, la incorporación de un/os nuevo/s recurso/s productivo/s, que determina/n una variación de los costes relativos, un aumento de la eficiencia productiva, un cambio en la organización empresarial, la aparición y consolidación de nuevas actividades económicas, y el uso de estos nuevos bienes y servicios por parte del resto de actividades y agentes económicos. En el caso que nos ocupa, las condiciones para la consolidación de las dos oleadas del nuevo paradigma tecnoeconómico digital serían, en primer lugar, la masiva incorporación de la información y conocimiento a la actividad productiva, y, en segundo lugar, la decisiva importancia de los datos y tareas masivas en la producción de bienes y servicios. En este sentido, se requiere la aparición de nuevos sectores productivos: el sector TIC o los bienes y servicios informacionales o del conocimiento para la primera oleada; o las plataformas digitales, los productos o servicios de la gestión inteligente y artificial de datos, los usos temporales de todo tipo de bienes y servicios y las tareas ocasionales para la segunda oleada digital. Además, también es esperable la revisión de los esquemas de producción del antiguo paradigma industrial tardío, con nuevas fuentes de crecimiento a largo plazo de la productividad y la competitividad del conjunto de la economía. En la tabla 1 se presentan las seis ondas largas o paradigmas tecnoeconómicos que se habrían manifestado en el capitalismo, así como sus principales características.

En segundo lugar, un nuevo esquema en la producción de conocimiento. Es decir, un conjunto de nuevas tendencias en el fondo social de todo tipo de saberes aplicados a la actividad económica, con el objetivo de generar innovaciones incrementales y radicales que aprovechen mejor el nuevo o los nuevos factor/es productivo/s de disponibilidad universal y bajo coste relativo. Además, y para optimizar las ventajas competitivas del nuevo sistema de factores de producción, también es esperable una nueva dirección de la inversión en conocimiento, es decir, nuevas formas para el conocimiento científico y tecnológico, además de nuevas capacidades dinámicas y modelos de negocio en empresas y organizaciones. En el caso del paradigma digital, esta transformación habría supuesto, entre otros, varias oleadas de inversión en las tecnologías de la digitalización, desde internet a las plataformas digitales, pasando por la telefonía móvil o la inteligencia artificial, así como la profundización de los nodos de creación y las redes de difusión del conocimiento científico y tecnológico sobre la digitalización. Y, en tercer lugar, nuevos patrones de gasto por parte de los agentes económicos. En el caso de la digitalización, el impulso desde la demanda de consumo, inversión y relaciones exteriores de las actividades productivas que han basado su fuerza competitiva en el desarrollo de todo tipo de negocios con *inputs* derivados de la digitalización. Es decir, el impulso desde todos los componentes de la demanda, particularmente los internos pero también la demanda externa, de los bienes y servicios generados con la nueva oleada tecnológica. En el caso de la transformación digital, obviamente, nos referimos a la masificación del consumo de bienes y servicios informacionales, mercancías del conocimiento y los datos y tareas masivas intercambiados en plataformas digitales. Además, los procesos de inversión en todo el conjunto de activos vinculados con la digitalización, lo que comprende tanto la inversión y uso de las tecnologías digitales como las habilidades personales y las capacidades dinámicas de las organizaciones que las utilizarán. Y, finalmente, todo el intercambio y los flujos internacionales de conocimiento, tecnología e innovación con base digital, que han sentado las bases de la «globalidad» de la revolución tecnológica digital.

3. De la revolución industrial a la ruptura digital

Si las tecnologías de propósito general acaban por generar procesos de convergencia tecnológica que determinan la aparición de nuevos vectores de actividad económica, competitividad y crecimiento económico, los paradigmas tecnoeconómicos son capaces de instaurar cambios decisivos en toda la organización y los resultados de la economía. Sin embargo, ni uno ni el otro están pensados para describir con detalle la relación entre cambio económico y cambio social. Para ello, algunos historiadores de la economía y la tecnología han venido desarrollando el concepto –no exento de polémica– de revolución industrial. Un proceso de *revolución industrial* se sustenta en dos elementos básicos: «(1) un conjunto de cambios técnicos fundamentales para la producción y distribución de bienes acompañados por –en algunos casos causados por, y en otros casos reflejando, pero, pase lo que pase, interconectados con– (2) un conjunto de cambios sociales y culturales de primera magnitud». En este contexto, algunos investigadores del ámbito habían llegado a un cierto consenso sobre el hecho de que, hasta las dos o tres décadas finales del siglo XX, la dinámica

capitalista se habría caracterizado por la presencia de dos revoluciones industriales, ambas fundamentadas en el desarrollo productivo de nuevas tecnologías (Mokyr, 1993). La primera Revolución Industrial habría empezado durante la segunda parte del siglo XVIII y se consolidó a partir de la onda larga basada en la máquina de vapor y, en general, en el proceso de sustitución de los instrumentos por máquinas. La segunda Revolución Industrial, que situaría sus inicios a finales del siglo XIX, se fundamentó en las ondas largas basadas en la electricidad, el motor de combustión interna y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación (telégrafo y teléfono, especialmente). Sin embargo, cabe destacar una diferencia importante entre estos dos procesos de ruptura: la distinta importancia del conocimiento científico como instrumento de impulso del desarrollo tecnológico, económico y social. Aunque en la primera Revolución Industrial un cierto conocimiento permitió la sustitución de instrumentos por máquinas, no es hasta la segunda mitad del siglo XIX que el conocimiento científico se vincula directamente, es protagonista directo, con las innovaciones radicales en la actividad económica, que acaban por transformar la sociedad.

Sin embargo, el concepto y los procesos de revolución industrial han recibido importantes críticas, ya desde su «bautizo» académico a principios del siglo XIX. De hecho, tres de sus primeros usuarios, el economista francés Jérôme Adolphe Blanqui, Friederich Engels y el historiador inglés Arnold Toynbee, destacaron en términos negativos, de catástrofe social, la irrupción de lo que durante mucho tiempo sería considerada como una revolución parcial y no extensible, la «revolución industrial británica». En teoría, el relato sobre la revolución económica y social basada en la irrupción de una innovación tecnológica radical concreta que, en tiempo y espacio acotado, se expande y desborda efectos de transformación radical por doquier, tal y como nos han contado muchos historiadores económicos y de la tecnología, no parece ser muy realista (Aibar, 2019). Además, darían crédito a estas críticas el hecho de que las revoluciones industriales son difícilmente contrastables en términos empíricos y que, en múltiples ocasiones, han sido planteadas desde el determinismo tecnológico, con una visión etnocéntrica que destacaría la «superioridad europea», y con una clara orientación ideológica que buscaría reforzar el vínculo entre el cambio tecnológico y las virtudes de las economías de mercado y el capitalismo. Por último, una última dimensión de crítica ha aparecido en los recientes postulados acerca de la irrupción y consolidación de una tercera y cuarta revoluciones industriales: la idea de que han sido o son rupturas inexorables y totalmente predecibles.

¿Han generado las tecnologías digitales unos cambios técnicos, económicos, sociales y culturales de tal magnitud como para contemplar el advenimiento de una tercera e, incluso, una cuarta revolución industrial? Como hemos visto en la tabla 1, la quinta onda larga del capitalismo estuvo relacionada con la primera oleada de la digitalización y supuso la irrupción del sector de las tecnologías de la información y la comunicación, y la preponderancia de los bienes de la información y las mercancías del conocimiento en la explicación de la dinámica económica. La sexta onda de Kondratiev, vinculada con la segunda oleada de la digitalización, está relacionada con la extensión de los fundamentos digitales, con la generación de procesos de convergencia tecnológica, hacia otras tecnologías afines. Algunos investigadores han denominado a este proceso de convergencia como la construcción del nuevo sistema tecnológico MANBRIC: abreviatura en inglés de tecnologías médicas, tecnologías aditivas (o de industria 4.0), nanotecnologías, biotecnologías, tecnologías robóticas, tecnologías de información y tecnologías cognitivas (Grinin *et al.*, 2017b). Este proceso de convergencia tecnológica digital, que extendería externalidades y desbordamientos más allá del núcleo digital y que denominamos bajo el epígrafe de transformación y transición digital, supondría la irrupción económica decisiva de la gestión inteligente y artificial de datos, y la generalización de las plataformas digitales como instrumento de intercambios masivos de todo tipo de usos temporales u ocasionales de bienes y servicios digitalizados, particularmente tareas digitalizables para todo tipo de empleos.

Confirmada la existencia de tecnologías GPT en las dos oleadas digitales, así como la presencia de dos ondas largas vinculadas con el paradigma digital, queda la cuestión, algo más espinosa, de las revoluciones industriales. Como acabamos de ver, la demostración de que un nuevo sustrato tecnológico y económico acabe por generar nuevas estructuras sociales, culturales, institucionales y políticas, y además sea capaz de hacerlo en tiempo y espacio acotados, y de forma generalizable a otros muchos contextos lejos de su foco inicial, es algo difícil y controvertido. Además, el propio concepto de revolución industrial es algo vago en cuanto a qué tipo de transformaciones deben vincularse a la esfera tecnológica-económica y a las esferas social-cultural e institucional-política. Particularmente espinosa es la cuestión de la profundidad de estos cambios. ¿Cuáles son exactamente los cambios sociales, culturales, institucionales

y políticos que debemos esperar para confirmar la existencia de una revolución industrial? En principio, se trata de cambios que confirmen una modificación estructural de las formas de vida y relación social, como la aparición de nuevas profesiones, nuevas clases sociales, nuevos movimientos sociales, nuevas instituciones o nuevas formas de organización política, por citar algunos de los cambios esperables *a priori* (Castells, 2000; Himanen, 2004). Es decir, para contrastar si el paradigma tecnoeconómico digital habría generado un proceso de revolución industrial deberíamos buscar y encontrar todo un nuevo conjunto de profesiones, mercados, empresas, instituciones, clases, y movimientos sociales y políticos. Y, además, tendríamos que ser capaces de relacionar todas estas «novedades» con el nuevo sustrato tecnológico y económico. Por último, y una vez hecho esto, deberíamos ser capaces de distinguir entre una hipotética tercera y cuarta revolución industrial. Comprobar todo esto da para una vida dedicada al tema, algo que se escapa, y por mucho, del objetivo de este artículo. Así que habrá que establecer algunas hipótesis.

Mi posición es que el paradigma digital habría sentado las bases para una tercera ruptura o escisión industrial, que hemos convenido en denominar la era, la economía y la sociedad, informacional y del conocimiento. Importante notar que no he utilizado el concepto de revolución industrial, sino los términos, a mi entender mucho menos «espinosos», de ruptura o escisión. En su comprensión social, ambos términos son sinónimos cuando los utilizamos para describir la instauración de una nueva forma de organización social, sin que ello suponga ningún tipo de condicionante ni sobre el desarrollo concreto de lo nuevo, ni sobre la relación de lo nuevo con la antigua forma con la que ha roto o de la que se ha escindido. Los términos *ruptura* o *escisión* son lo suficientemente relevantes como para señalar que la transformación social es importante y que no se trata de pequeñas evoluciones o modificaciones puntuales. Ahora bien, su utilización me evita tener que cuantificar la magnitud en tiempo y espacio de esta importancia, cosa que debería hacer para verificar la instauración de una nueva revolución industrial. Es posible identificar la ruptura o la escisión industrial como el paso intermedio entre la evolución y la revolución industrial, sin que ello signifique, en ningún caso, que los procesos de cambio histórico con raíz tecnológica tengan todos que cumplir con la misma cadencia desde su insipiente hasta sus fases de madurez. La ruptura o la escisión de una nueva forma social, que aparece y se consolida en contraposición a una forma de organización social anterior, suponen la irrupción de nuevas formas de vida y sociedad, pero sin la necesidad de tener que acotarlas en el tiempo o el espacio, y de comparar las características de su originalidad. Una ruptura o escisión suponen la aparición de algo nuevo sin la necesidad de eliminar o sobrepasar lo antiguo. Supone iniciar un nuevo camino, avanzar en otra dirección, sin la necesidad de cortar la carretera que, incluso, puede seguir por otra vía principal. La ruptura o escisión digital puede convivir perfectamente con las rupturas o escisiones industriales o agrarias. Es muy probable que, en la actualidad, la profundidad de los cambios sociales, culturales, institucionales y políticos, instaurados a partir de la tercera ruptura o escisión industrial se acerquen ya mucho a una «hipotética» revolución industrial, del mismo modo que es lógico pensar que, en el caso de la cuarta ruptura o escisión industrial la distancia con la «pretendida» cuarta revolución industrial sea mucho mayor que en el caso de la tercera. En la tabla 2 se apuntan algunas características de la tercera y la cuarta –insisto, e incipiente– rupturas industriales.

Con respecto a la cuarta escisión industrial, ampliamente «difundida» desde determinados círculos y corrientes ideológicas, la verdad es que es muy pronto para ni siquiera empezar a validar su vigencia. Existen algunos indicios de que la tercera ruptura industrial podría desdoblarse un nuevo camino social y cultural hacia una cuarta escisión industrial. En consonancia con la dinámica tecnológica y económica, que sí ha evidenciado ya la existencia de nuevas tecnologías digitales de segunda oleada como GPT y la consolidación de una sexta onda larga Kondrátiev, podríamos denominar a esta cuarta escisión, en fase preliminar, como: la era, la economía y la sociedad de los datos y tareas masivas. Pero, más allá de algunos indicios de ruptura, la identificación de la situación tecnoeconómica y social de la actualidad con una cuarta revolución industrial es, hoy por hoy, un ejercicio de economía pésima o, todavía peor, de economía mal intencionada o cínica. El término fue popularizado a mediados de la década de 2010 por Klaus Schwab, fundador y máximo responsable del Foro Económico Mundial. En 2017, Schwab escribió un libro sobre el tema, aunque cuando se revisa «su» concepto de cuarta revolución industrial no se hallan muchas especificaciones detalladas (Schwab, 2017). Se habla de un proceso de convergencia tecnológica que transforma actividades afines al núcleo tecnológico digital. Sin embargo, su aproximación es muy parecida a la de otro de mis estimados «campeones» de la economía pésima o economía cínica: Jeremy Rifkin (Rifkin, 2011). Dios los cría y ellos se juntan. Por lo tanto, y hasta el momento, el éxito académico de la cuarta revolución industrial ha sido más bien escaso. Y lo ha sido no solo por la dificultad de medir qué

estamos exactamente señalando con la idea general de revolución industrial, sino porque los efectos sociales, culturales, institucionales y políticos de la segunda oleada digital –o la cuarta escisión industrial– justo están empezando. En consecuencia, son muy preliminares, incipientes e improbables de cuantificar –ya no hablo de predecir– con suficiente solidez científica. Así pues, una recomendación: cuando oigáis hablar de la cuarta revolución industrial, encended vuestros mecanismos de alerta: ¡gato encerrado!

Tabla 2. Economía-sociedad industrial vs. economía-sociedad informacional y del conocimiento / dato-tarea masiva

Economía-sociedad industrial
<p>Cambios técnicos-productivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El uso de nuevos materiales básicos, principalmente hierro y acero. • Nuevas fuentes de energía y combustibles, como el carbón y la máquina de vapor y, más tarde, la electricidad, el petróleo y el motor de combustión interna. • Inventos mecánicos, como la máquina de hilatura, la bombilla y otros instrumentos que significaron un incremento de la producción con menos gasto de energía humana. • La mejora de los transportes con la máquina de vapor, el ferrocarril, el automóvil y, eventualmente, el aeroplano, y el telégrafo, el teléfono y la radio en las comunicaciones. • La organización centralizada del trabajo en el sistema fabril, que se basaba en la división de trabajo y la especialización por funciones, en un contexto de maquinaria mejorada y producción de masas. • El desarrollo de la ciencia y su relación con la tecnología. <p>Cambios sociales-culturales e institucionales-políticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El declive de la tierra como principal fuente de riqueza en detrimento del extraordinario aumento de la riqueza creado por la producción industrial. • Cambios políticos derivados de los cambios en el poder económico, como las nuevas políticas estatales de integración de los mercados nacionales. • Crecimiento y cambio de las ciudades. • Desarrollo de los movimientos sindicales y nacimiento de una nueva clase social, el proletariado industrial urbano. • Emergencia de nuevos patrones de autoridad en la familia y en el trabajo.
Economía-sociedad informacional y del conocimiento / dato-tarea masiva
<p>Cambios técnicos-productivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos materiales básicos, como la combinación y nuevas aleaciones de materiales, plásticos, fibra sintética y óptica, cerámicas sofisticadas, silicio y materiales raros. • Nuevas fuentes de energía, como los combustibles sintéticos o las fuentes de energía renovables. • Inventos como el ordenador, internet, la inteligencia artificial, la robótica o las plataformas digitales, que han significado que la fuerza de trabajo pase de ser operadora de maquinaria a empleada cognitiva. • Utilización de las tecnologías digitales y fibra óptica para transporte: satélites, drones, información: bienes y servicios informacionales, y comunicación: internet, redes, plataformas y tecnologías 5G. • Digitalización y automatización de la producción, distribución, intercambio y consumo: robótica, fabricación aditiva, producción flexible, sensores, industria 4.0, impresión 3D, <i>blockchain</i>, teletrabajo y comercio electrónico, entre otros. • Digitalización y datificación de la gestión empresarial: uso de algoritmos de aprendizaje automático o sistemas simbólicos para computerizar en la nube y analizar grandes cantidades de datos. • Aparición de nuevas formas de gestión empresarial, como la empresa red o el negocio-plataforma • Difusión y control global de datos, información, tecnología y conocimiento a través de redes y plataformas sociales y profesionales. <p>Cambios sociales-culturales e institucionales-políticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevas fuentes de creación y extracción de riqueza a través de la innovación digital, como la producción de aparatos y dispositivos inteligentes, motores de búsqueda, o redes y plataformas de comunicación e intercambio. • Nueva geografía y geopolítica de la globalización digital: nuevas formas en la relación entre urbanización y teletrabajo, nuevos ecosistemas innovadores de éxito, como Silicon Valley, Toronto y la inteligencia artificial o el Silicon Wadi en Israel. • Nuevos requisitos en formación y aprendizaje: competencias digitales, formación continua, ciencia de datos, gestores de redes o comunidades virtuales y empleados en tareas de plataforma, entre otros; elevada destrucción de empleos desfasados, generalmente de la estructura competencial media, y sesgos de habilidades en los empleos no desplazados. • Consolidación de nuevas estructuras sociales, como el precariado o los empleados <i>gig</i> o eventuales <i>–jobless–</i>. • Necesidades de regulación e instituciones globales para gobernar el poder y los efectos negativos de los gigantes digitales. • Combinación de nuevas formas digitales y sostenibles de vida: ciudades inteligentes, movimientos sociales y ambientales, empoderamiento ciudadano, democracia participativa y directa.

Fuente: Elaboración propia a partir de Mokyr (1990), Castells (2000) y Torrent (2004, 2019b)

Referencias bibliográficas

- AIBAR, Eduard (2019). «Revoluciones industriales: un concepto espúreo». *Oikonomics* [en línea]. Noviembre 2019, núm. 12, págs. 1-8). DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n12.1909>
- RIEROL-BARRIGÜETE, J.L. (2007). *Externalidades de red en la economía digital*. Madrid: Fundación Rafael del Pino y Marcial Pons.
- BENZELL, Seth. G.; BRYNJOLFSSON, Erik; SAINT-JACQUES, Guillaume (2021). «Digital abundance meets bottlenecks: Implications for wages, interest rates, and growth». En: *Stanford Digital Lab Paper*, núm. 11.
- BODROZIC, Zlatko; ADLER, Paul S. (2018). «The evolution of management models: A neo-Schumpeterian theory». En: *Administrative Science Quarterly*, vol. 63, núm. 1, págs. 85-129). DOI: <https://doi.org/10.1177/0001839217704811>
- BODROZIC, Zlatko; ADLER, Paul S. (2021). «Alternative futures for the digital transformation: A macro-level Schumpeterian perspective». En: *Organization Science* (en prensa). DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.2021.1558>
- BRESNAHAN, Timothy F.; TRAJTENBERG, M. (1995). «General purpose technologies: Engines of growth?». En: *Journal of Econometrics*, vol. 65, núm. 1, págs. 83-108. DOI: [https://doi.org/10.1016/0304-4076\(94\)01598-T](https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01598-T)
- CASTELLS, Manuel (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura, vol. 1: la sociedad red*. Madrid: Alianza.
- DOSI, Giovanni; FREEMAN, C.; NELSON, R.; SILVERBERG, G.; SOETE, Luc (eds.) (1988). *Technical change and economic theory*. Pisa: LEM Book Series.
- GRININ, Leonid E.; GRININ, Anton L.; KOROTAYEV, Andrey (2017a). «Forthcoming Kondratieff wave, cybernetic revolution, and global ageing». En: *Technological Forecasting & Social Change*, vol. 115, págs. 52-68. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.09.017>
- GRININ, Leonid E.; GRININ, Anton L.; KOROTAYEV, Andrey (2017b). «The MANBRIC-Technologies in the forthcoming technological revolution». En: DEVEZAS, T.; LEITAO, J.; SARYGULOV, A. (eds.), *Industry 4.0. Studies on entrepreneurship, structural change and industrial dynamics*. Cham: Springer, págs. 243-261. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-49604-7_13
- HIMANEN, Pekka (2004). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- MAZZUCATO, Mariana (2019). *El valor de las cosas. Quién produce y quien gana en la economía global*. Barcelona: Taurus / Penguin Random House.
- McCLELLAN, James E.; DORN, Harold (2016). *Science and technology in World history: An introduction. 3rd Edition*. Baltimore, DT.: Johns Hopkins University Press.
- MOKYR, Joel (1993). *La palanca de la riqueza. Creatividad tecnológica y progreso económico*. Madrid: Alianza.
- PÉREZ, Carlota (2005). *Revoluciones tecnológicas y capital financiero: la dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*. Madrid: Siglo XXI.
- RIFKIN, Jeremy (2011). *La tercera revolución industrial*. Barcelona: Paidós.
- SCHWAB, Klaus (2017). *The fourth industrial revolution*. Redfern: Currency.
- TORRENT-SELLENS, Joan (2004). *Innovació tecnològica, creixement econòmic i economia del coneixement*. Barcelona: Consejo de Empleo, Económico y Social de Cataluña, Generalitat de Catalunya.
- TORRENT-SELLENS, Joan et al. (2008). *La empresa red. Tecnologías de la información y la comunicación, productividad y competitividad*. Barcelona: Ariel.
- TORRENT-SELLENS, Joan (2015). «Knowledge products and network externalities: Implications for the business Strategy». En: *Journal of the Knowledge Economy*, vol. 6, núm. 1, págs. 138-156. DOI: <https://doi.org/10.1007/s13132-012-0122-7>
- TORRENT-SELLENS, Joan (2019a). «Transformació digital i productivitat de l'empresa industrial a Catalunya: Cap a la indústria 4.0?». En: *Nota d'Economia*, núm. 105, págs. 105-123.

TORRENT-SELLENS, Joan (2019b). «Collaborative behaviour and the sharing economy: Pan-European evidence for a new economic approach». En: Orlando, B. (ed.), *Strategy and behaviors in the digital economy*. Londres: IntechOpen. DOI: <https://doi.org/10.5772/intechopen.83608>

TRAJTENBERG, Manuel (2019), «Artificial intelligence as the next GPT: A political-economy perspective». En: AGRAWAL, Ajay; GANS, Joshua; GOLDFARB, Avi (eds.), *The economics of artificial Intelligence: An agenda*. Chicago: University of Chicago Press, págs. 175-188. DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226613475.003.0006>

Cita recomendada: TORRENT-SELLENS, JOAN. ¡Digitalizad@s del mundo, a las redes! De la cuarta y abundante revolución industrial a la ruptura digital y la escasez *superstar*. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2207>



Joan Torrent-Sellens

jtorrent@uoc.edu

Catedrático de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

Catedrático de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Director del grupo interdisciplinar de investigación sobre las TIC i2TIC. Especialista en el análisis económico de la transformación digital y la economía del conocimiento, temática sobre la que ha publicado 67 libros y capítulos de libro, y 115 artículos en revistas de investigación y de divulgación 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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

IDENTIFICANDO TENDENCIAS

Futuro del empleo: nuevos desafíos para aspiraciones pendientes

Pilar Ficapal-Cusí

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Elisabet Motellón

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

RESUMEN Con motivo de la celebración de los veinticinco años de la creación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), las autoras aprovechan para reflexionar sobre la evolución reciente del mercado de trabajo en España y sus relaciones laborales, así como sus retos de futuro. Un periodo que se inicia con una larga fase de expansión de la economía española y finaliza con la irrupción de la pandemia ocasionada por la COVID-19. En medio, acontecimientos con un relevante efecto económico y laboral como: i) la deslocalización que ha acompañado a la globalización, ii) los movimientos migratorios que nos han convertido en un país de acogida, iii) el violento impacto que supuso la Gran Recesión iniciada en 2008 y iv) la Gran Pandemia de 2020, así como v) el proceso de transformación tecnológica y digital en el que estamos inmersos. Con todo ello, el artículo no tiene vocación de pasado y se detiene en el análisis de dos grandes retos. La calidad del empleo, un desafío presente estos últimos veinticinco años y que, lejos de resolverse, se ha vuelto más urgente. Y su digitalización, la gran prueba de la economía y sociedad española que puede suponer un punto de inflexión en nuestra estructura del empleo.

PALABRAS CLAVE mercado de trabajo; calidad del empleo; digitalización del empleo

IDENTIFYING TRENDS

The future of employment: new challenges for pending aspirations

ABSTRACT On the occasion of the celebration of the twenty-fifth anniversary of the creation of the Universitat Oberta de Catalunya (UOC), the authors take the opportunity to reflect on the recent evolution of the labour market in Spain and its labour relations, as well as its future challenges. A period that begins with a long phase of expansion of the Spanish economy and ends with the outbreak of the Covid-19 pandemic. In the middle, events with a relevant economic and labour effect such as (i) the relocation that has accompanied globalization, (ii) the migratory movements that have rendered us a host country, (iii) the violent impact that the Great Recession that began in 2008 and the pandemic of 2020, as well as (iv) the process of technological and digital transformation in which we are immersed. Despite

this, the article does not have a vocation for the past and stops in the analysis on two great challenges. Job quality, a challenge that has been present in the last twenty-five years and that, far from being resolved, has become more urgent. And the digitization of employment, the great test of the Spanish economy and society that may be a turning point in our employment structure.

KEYWORDS labour market; job quality; employment digitization

Introducción

El entorno laboral contemporáneo se caracteriza por los cambios trascendentes en el empleo y las relaciones laborales. El empleo estable de por vida en la misma empresa, los trabajos homogéneos, la organización industrial del trabajo y unas relaciones laborales caracterizadas por los contratos sociales que intercambian horas de trabajo homogéneas y salarios fijos por productividad se van agotando (Torrent-Sellens *et al.*, 2022).

Un aspecto nuclear de estas transformaciones es el proceso de digitalización del empleo y las relaciones laborales. Las tecnologías se han ido integrando plenamente en nuestros empleos, acelerándose la digitalización de muchos servicios y la generalización del teletrabajo. Si nos remontamos a los años noventa, en la Unión Europea (UE), en 1994 solo realizaban teletrabajo 1,2 millones de personas; y en 1999, alcanzaba a unos 9 millones de trabajadores en toda la UE. Pese a la tendencia creciente de esta modalidad de trabajo –mucho más moderada según los países–, la epidemia de COVID-19 cambió drásticamente la cantidad de personas que trabajaban de forma remota. Se estima que en el periodo de confinamiento más de un 37 % de trabajadores de la UE había comenzado a teletrabajar. Si nos centramos en España, el teletrabajo antes de la COVID-19 era poco frecuente (según datos del INE, un 4,8 % teletrabajaba más de la mitad de los días). Sin embargo, con la pandemia, se observa una fuerte expansión de esta modalidad de trabajo. Según diferentes encuestas, se pasa de un 15,8 % de personas que, con distinta frecuencia, habrían teletrabajado antes de la pandemia a un 36,6 % que habrían empezado a teletrabajar después del confinamiento (Randstad Research, 2021). Ello ha repercutido en la reorganización y adaptación de procesos de trabajo en las organizaciones y en los trabajadores con una experiencia limitada en esta forma de organización del trabajo.

Se han constatado los beneficios, en cuanto a productividad y competitividad que los procesos de digitalización aportan, pero también los efectos negativos, como las pérdidas de puestos de trabajo, desigualdades y exclusión del empleo por el sesgo de habilidades, disminución de la calidad del trabajo, o afectación de la salud ocupacional por la intensidad del trabajo (Díaz-Chao *et al.*, 2016). En este contexto, la capacidad de crear trabajo con mayor calidad y gestionar el cambio a través de la capacitación digital crea nuevas oportunidades para la sostenibilidad. Hacer que el trabajo sea sostenible depende, en gran medida, de mejorar la calidad de los puestos de trabajo.

La finalidad de este artículo es identificar algunas de las tendencias del empleo, así como los desafíos e implicaciones en el marco de los profundos cambios experimentados. En concreto, hemos considerado los siguientes objetivos. En primer lugar, describir la evolución reciente del mercado de trabajo español y los eventos que más lo han condicionado en los últimos veinticinco años. En segundo lugar, identificar las tendencias y retos del empleo en España, centrándonos en dos de estos retos inaplazables: la calidad del empleo y el impacto de la digitalización en este. El primero lleva décadas en nuestra agenda económica y, lejos de resolverse, se ha acrecentado en los últimos años en un mercado de trabajo que parece condenarnos a elegir entre paro o precariedad. La digitalización del empleo, si bien es un reto más reciente, es un desafío igualmente improrrogable.

1. El contexto histórico

1.1. La creación de un mercado de trabajo dual. Temporalidad y paro

La aparición de la UOC coincidió con el inicio de la denominada *década prodigiosa* de la economía española. El *milagro español*, la *locomotora económica* –no se escatimó en hipérboles–. Entre 1996 y 2007 la tasa media anual de

crecimiento de la economía española se situó en torno al 3,7 %, 1,2 puntos porcentuales (p. p.) por encima de la media de la UE, y se crearon cerca de 7,8 millones de empleos,¹ aunque buena parte de ellos temporales y en sectores de bajo valor añadido como la construcción y el turismo. Sin embargo, los análisis de los componentes de este *prodigioso* crecimiento predecían lo inevitable: su fecha de caducidad, como cabe esperar para cualquier economía caracterizada por la falta de productividad. En 2007, este crecimiento basado en el binomio construcción-turismo ya presentaba síntomas de agotamiento y la crisis financiera de 2008 lo acabó de sepultar. Y de qué manera. La destrucción de empleo que se produjo al inicio de la Gran Recesión fue mucho más intensa que la experimentada en crisis anteriores, mientras que la recuperación también se dilató mucho más en el tiempo. De hecho, el mercado de trabajo español se encontraba aún convaleciente cuando volvió a ser golpeado por la crisis derivada de la pandemia de la COVID-19.

Si comparamos magnitudes referidas a cantidades, hace 25 años teníamos menos actividad, menos empleo y más paro.² Pero han sido las mujeres, con su creciente inserción en el mercado de trabajo, las que explican en mayor medida las diferencias. Entre 1995 y 2020, la tasa de actividad femenina se incrementó en más de 14 p. p., la de empleo superó los 17 p. p. y la tasa de paro se redujo en casi 13 p. p. El resultado ha sido un descenso drástico en la brecha de género en estos aspectos que, si bien aún sigue siendo significativa, poco o nada tiene que ver con la existente hace algo más de dos décadas.³

No obstante, si por algo destacan estos últimos veinticinco años es por ser el periodo en el que se ha forjado una de las señas de identidad del empleo español. Nos referimos a su estructura dual, debida a la coexistencia de puestos de trabajo estables, cubiertos por contratos indefinidos, e inestables, vinculados con contratos temporales. Se trata de un fenómeno favorecido por las características de la estructura productiva de la economía española, pero, sobre todo, asociado al modelo de flexibilidad adoptado por sus empresas, lo que se ha denominado *flexibilidad laboral en el margen*. La persistente presencia del trabajo temporal, mucho más elevada que en la mayoría de las economías de nuestro entorno, se relaciona entre otras con la precariedad laboral, con dificultades en la adquisición de capital humano y con la volatilidad del empleo. Asimismo, se ha mostrado cómo puede tener efectos persistentes en la carrera profesional (*atrapamiento* en la temporalidad). Desde mediados de la década de los noventa la tasa de temporalidad se mantuvo en niveles por encima del 30 %, ⁴ aparentemente inmune a las iniciativas legislativas para reducirla y solo sensible a la destrucción de empleo que comportó la Gran Recesión, al impactar, en gran medida, en los trabajadores «temporales». A pesar de ello, y utilizando los datos más recientes, prácticamente uno de cada cuatro asalariados tiene un contrato temporal y la tasa prácticamente duplica la media europea, situando a España a la cabeza de la UE.⁵

Junto a esta segmentación, no cabe duda de que el elevado nivel de desempleo es el otro rasgo característico del mercado de trabajo español. Además, dada su persistencia, cabe catalogarlo como un problema crónico. La tasa de paro española es considerablemente más alta que la de nuestros vecinos europeos, incluso en los periodos de expansión. Pero cuando la magnitud del problema se aprecia de manera más clara es en las fases «bajas» del ciclo, donde fácilmente se alcanzan tasas por encima del 20 %. A modo de ejemplo, sirva la comparación de la tasa próxima al 8 % en 2007 con la observada seis años más tarde, en 2013, que superó el 26 %. En gran medida este ajuste se realizó mediante la destrucción de empleo temporal y, por tanto, con el tránsito al desempleo de trabajadores con menor experiencia y formación, lo que ocasionó un incremento significativo de la desigualdad, que en buena parte persiste actualmente. En este sentido, conviene recordar que, de igual manera que existe un riesgo palpable de «atrapamiento en la temporalidad», existe otro similar en el caso de desempleo. Avanzada edad, déficits formativos, baja capacidad para adaptarse a actividades distintas, y en relación con ello, la ausencia de habilidades necesarias para el trabajo en un contexto cada vez más tecnológico, e incluso la escasa movilidad geográfica, suponen un lastre para muchos trabajadores que perdieron su empleo, y que los atrapa en una situación de «desempleo (casi) perpetuo». En 2020 hubo en España 3,5 millones de parados, lo que situó la tasa de desempleo en algo más del 15 %. Del total de desempleados, el 38 % acumuló más de un año sin empleo (un

1. Comparación de segundos trimestres de la Encuesta de Población Activa (INE).

2. Según datos de la EPA, entre 1995 y 2020 la tasa de actividad se incrementó en torno a los 6 p. p. y la de empleo en 9 p. p., mientras que la tasa de paro se redujo en 7 p. p.

3. En 2020, la diferencia en tasa de actividad y empleo entre hombres y mujeres era de, aproximadamente, 11 puntos, mientras que en 1995 rondaba los 27 p. p. La reducción en la tasa de desempleo fue aún mayor, con una brecha de género de 3,56 p. p. en 2020, casi 9 puntos menos que la existente en 1995.

4. Descontando el posible efecto de los cambios metodológicos de la EPA.

5. Para un análisis pormenorizado de la temporalidad en España, véase Toharia *et al.* (2005).

24 % en el caso de dos y más años), lo que representó un 6 % del total de la población activa. Se trata de cifras que en el caso de la UE son solo superadas por Grecia. En relación con ello, no sorprende que el desempleo de larga duración se haya convertido en una de las mayores preocupaciones de las últimas décadas, y que haya sido objeto de especial atención por sus graves consecuencias personales, sociales y económicas.⁶

Sobre el diagnóstico de la situación, si bien hay consenso sobre su multicausalidad, existe controversia sobre su determinante principal. Para algunos se relaciona con el diseño institucional de nuestro mercado de trabajo y sus rigideces, que dificultan que el factor trabajo se adapte a las necesidades del tejido productivo (salario mínimo, elevados costes de despidos, generosidad de seguros sociales, etc.). Para otros, el factor principal reside en la estructura productiva española, poco competitiva y con escaso potencial para la creación de empleo (sobre todo de calidad). Que explicaría por qué las distintas reformas laborales, encaminadas a modificar el marco institucional y flexibilizar las relaciones laborales, no han sido muy eficientes en su lucha contra la temporalidad y el desempleo.⁷

Estas disfunciones estructurales del mercado de trabajo no afectan de forma homogénea a todos los colectivos, siendo mujeres, jóvenes y, sobre todo, individuos de menor formación los más vulnerables. Y, por la gravedad de sus consecuencias, merece especial atención su relación con la acumulación del capital humano. Ya que condiciona cómo abordaremos como sociedad los retos presentes y futuros, entre ellos, los que se analizan en los siguientes apartados.

1.2. Principales *shocks* en el mercado de trabajo

Durante estos veinticinco años el mercado de trabajo español se ha visto sacudido por una serie de acontecimientos que han transformado la sociedad y la economía española. Sin ánimo de hacer un listado exhaustivo, en el presente apartado se citan los más relevantes por la intensidad de sus implicaciones. Así, nos detendremos en la deslocalización, la inmigración, la recesión económica de 2008, la crisis sanitaria por la COVID-19 y el cambio tecnológico.

Deslocalización:

Derivada de la última oleada de la globalización y unida a la incorporación a la UE de países del centro y este de Europa (CEE). En general, sabemos que ha provocado *shocks*, esencialmente en el sector industrial (manufacturas) por la deslocalización (*offshore*) de sectores maduros y de ensamblaje a países de menores costes laborales y, en algunos casos, también con regulación medioambiental más laxa. Por ejemplo, en Cataluña esto ha tenido un claro efecto sobre el sector textil, aunque este aspecto ya se arrastraba de épocas pasadas, y en otros sectores claves como la automoción, el ensamblaje de equipos electrónicos y similares. Una deslocalización que tuvo su destino hacia Asia (fundamentalmente China), norte de África (Marruecos) y países de la CEE. El efecto: una pérdida de empleo en los sectores más afectados, presión sobre los salarios y, especialmente, un empeoramiento general de las condiciones laborales –destaca la disponibilidad a requerimiento de la empresa– al condicionar de forma decisiva los procesos de negociación colectiva.⁸

Movimientos migratorios:

España, como otros países de la UE, experimentó una gran y veloz oleada migratoria entre el *boom* económico de la segunda parte de los noventa hasta la crisis financiera de la segunda parte de los 2000. En estos años la población inmigrante creció desde el 1,4 % en 1996 (cerca de medio millón de personas) a cerca del 12 % en 2008 (más de un millón de individuos), pasando de país emisor a receptor, en menos de diez años. Y, si bien con la crisis perdimos inmigrantes, la cifra se empezó a recuperar en 2018 con un ritmo enérgico, y el 2020 se cerró con más de 5,4 millones de inmigrantes y un crecimiento, a pesar de la pandemia, del 8 % respecto al año anterior.

6. Véase Bentolila *et al.* (2016, 2017) para un análisis del desempleo de larga duración en España.

7. Blanchard y Jimeno (1995) o Toharia y Malo (2000) como ejemplo del debate sobre el papel de las instituciones laborales y la estructura productiva.

8. Véase Goos *et al.* (2007) o González-Díaz y Gandoy (2016).

Todo este proceso representó un flujo enorme de mano de obra no cualificada que supuso retos sociales importantes y que afectó al mercado de trabajo. Sobre ello sabemos que, en líneas generales, no parece que la entrada de trabajadores inmigrantes afectase a los salarios de los nativos (a la baja). Tampoco que hubiese un desplazamiento de la mano de obra nativa, aunque sí pudo haber sido una cierta competencia en los segmentos de trabajo menos cualificado –matizado de todas formas por el *boom* económico de esos años–. Los estudios existentes incluso sugieren un efecto positivo de la inmigración, por su efecto sobre la demanda agregada y sobre las contribuciones al sistema de la Seguridad Social. Y, en especial, sobre el trabajo femenino, por la disminución de los costes relativos al cuidado del hogar y de las personas. No solo eso, la «expulsión» del país de una parte importante de inmigrantes (cerca de 1,2 millones en seis años) ayudó a que el efecto sobre el paro durante la Gran Recesión fuese más limitado.⁹

La Gran Recesión:

La crisis financiera de 2008 supuso un impacto sin precedentes, por su intensidad y duración. Con restricciones impuestas externamente (UE) y sin posibilidad de acudir a los recursos tradicionales (política monetaria). Evidenció, como ningún otro evento, los profundos problemas estructurales que aquejan al mercado de trabajo español: dualidad, paro y una enorme volatilidad del empleo, aspectos íntimamente relacionados. El efecto sobre el mercado de trabajo fue demoledor, especialmente en sectores como la construcción y, en menor medida, las ramas industriales y financieras. El paro escaló desde una tasa del 8 %, a finales del 2007, hasta prácticamente el 27 % en el primer trimestre de 2013. Se destruyeron, en ese periodo, más de 3,7 millones de puestos de trabajo, fundamentalmente temporales. Al mismo tiempo, la crisis condujo a un intenso ajuste salarial que redujo los salarios reales de los trabajadores con retribuciones más bajas. La consecuencia: un fuerte aumento de la desigualdad retributiva. Pero su legado más importante son las escasas perspectivas laborales de un nutrido colectivo conformado por individuos con bajo nivel de formación, siendo especialmente grave para los mayores de 45 años y los desempleados de larga (y muy larga) duración.

Detrás de todo ello, lo que explica una recuperación más dilatada en el tiempo que en otras economías, está nuestro modelo productivo, incapaz de crear empleo y que cuando lo hace es sacrificando la productividad. Así, en épocas de auge se genera empleo temporal, de bajos salarios y con condiciones de trabajo poco favorables que reducen, o en el mejor de los casos estancan, la productividad, mientras que en épocas de recesión se mejora la productividad simplemente por su facilidad para la destrucción del empleo.¹⁰

La Gran Pandemia:

La crisis sanitaria por la COVID-19 ha acarreado un retroceso en la actividad económica que no encuentra comparativas previas. Siendo, incluso, más profundo para España por:

- i) la importancia de sectores como la hostelería, el comercio o el turismo –más afectados por las limitaciones de las actividades sociales–, así como por
- ii) su tejido empresarial, con mayor presencia de pymes –las más dañadas en este proceso–.

Y, si bien aún es pronto para valorar su verdadero alcance, la destrucción de empleo a corto plazo es de una magnitud, incluso, superior a la producida como consecuencia de la crisis financiera de 2008. En un solo trimestre, entre el primero y segundo de 2000, se perdieron más de un millón de puestos de trabajo, casi 1,2 millones si lo comparamos con el mismo trimestre del año anterior. El *año COVID* (2020) se cerró con 3.719.800 parados, más de medio millón más que en 2019. Pero estas cifras habrían sido considerablemente más elevadas de no haber sido por el recurso de los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE). Porque si por algo se ha caracterizado esta última crisis ha sido por la popularización y el uso intenso de los ERTE. A modo de ejemplo, en el segundo trimestre de 2020 estaban afectados por un ERTE el 21,9 % de los asalariados (cerca de tres millones de trabajadores). Una medida que ha demostrado tener una gran efectividad en la protección del empleo, especialmente facilitando el retorno a sus puestos de trabajo tras el confinamiento.¹¹

9. En Carrasco *et al.* (2008), Fernández y Ortega (2008) o Amuedo y De la Rica (2011) se encuentra un análisis de las implicaciones de la inmigración en el mercado de trabajo español.

10. Para una visión de conjunto del impacto de la Gran Recesión en el empleo en España, véase Bentolila *et al.* (2012) o Álvarez *et al.* (2013).

11. Véase Izquierdo *et al.* (2021) para un estudio sobre las implicaciones de los ERTE en la crisis de la COVID-19.

Como en la anterior crisis, su impacto ha sido asimétrico. Y, de nuevo, los más afectados, jóvenes, inmigrantes, mayores de 45 años y trabajadores menos cualificados. Pero, sobre todo, trabajadores temporales –los indefinidos estaban protegidos por los ERTE– y mujeres. Ellas experimentaron, en los primeros momentos e intensificado por el confinamiento, una mayor caída de la actividad, empleo y horas de trabajo efectiva, siendo decisiva, en este aumento de la desigualdad de género, la penalización a la maternidad (Farré *et al.* 2021). Con todo, los últimos datos publicados muestran que la recuperación del empleo está siendo significativa. En el tercer trimestre de 2021 ya se superan los 20 millones de ocupados, lo que supone, por primera vez, tener un nivel de ocupación prepandemia, incluso ligeramente superior, y llegar a una cifra de ocupación no registrada desde 2008.¹²

Cambio tecnológico:

La nueva forma de producir que conlleva el cambio tecnológico ya tiene un efecto significativo en el empleo, sobre todo en su volumen, en el sector industrial, pero se prevé un aumento y extensión a otros sectores –véase, por ejemplo, su papel en la desaparición de sucursales bancarias–. Actualmente, sabemos que incrementa la productividad, en grado distinto según el puesto de trabajo, que desplaza a ciertos trabajadores y que genera nuevos empleos que requieren de mayores habilidades. El resultado: i) se elimina el trabajo más repetitivo y rutinario, ya sea cualificado o no cualificado, por su facilidad para ser sustituido por máquinas y algoritmos; y ii) se favorece los empleos que requieren de competencias más abstractas e intelectuales, mucho más complejas de automatizar. Por ello, uno de los efectos inmediatos de esta transformación digital es el aumento de la polarización del trabajo, sobre todo de los salarios.

Sin embargo, la consecuencia más relevante no tiene que ver con la sustitución de mano de obra, sino con la complementariedad máquina-trabajo –se automatizan tareas, no puestos de trabajo–. Y para darse esta interacción, la dotación de capital humano es fundamental. Y junto a esta transformación de la demanda de trabajo, y su composición, para adaptarse a las nuevas necesidades que conlleva el cambio tecnológico, surgen también nuevas formas de empleo (*Gig economy*, *uberización*, etc.) que, en muchos casos, esconden nuevas formas de precariedad. Sobre todo ello se incidirá en el apartado 3.

2. Calidad del empleo

La calidad del empleo tiene como principal objetivo la integración, el apoyo y la mejora del bienestar personal y social de los trabajadores. Desde finales de los noventa, a partir de la creación de la Estrategia Europea de Empleo (1997), la introducción del concepto «trabajo decente» por la OIT (1999), y el establecimiento del objetivo de crear «más y mejores empleos» (Lisboa, 2000), la calidad del empleo y el debate entre cantidad y calidad cobra especial relevancia. El periodo de la Gran Recesión con los problemas de desempleo intensifica el debate, estableciéndose en este Contexto un claro predominio del enfoque de la cantidad (pleno empleo) sobre la calidad. Sin embargo, existe un manifiesto y continuado interés por parte de las políticas públicas por complementar cantidad y calidad. En 2015, en la Asamblea de Naciones Unidas se aprueba la Agenda 2030, entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el ODS-8 «Trabajo Decente y crecimiento económico» incluye como una de sus dimensiones la calidad del empleo.

La evolución del mercado laboral español de las últimas décadas, con el crecimiento de la temporalidad y del trabajo atípico, que incluye los contratos de duración determinada, el trabajo a través de agencias de trabajo temporal, el autoempleo dependiente y el trabajo más ocasional, las ocupaciones parciales involuntarias o el elevado volumen de trabajadores subempleados o sobrecualificados en las nuevas ocupaciones, muestra la necesidad de orientar las políticas laborales, no solo a mejorar la cantidad, sino también hacia la calidad del empleo.

12. Para un análisis del impacto sobre el empleo de la crisis de la COVID-19, véase Dolado *et al.* (2021), Felgueroso y De la Fuente (2021) u Osuna y García-Pérez (2021).

2.1. ¿Mejora la calidad en el puesto de trabajo? Dimensiones críticas

La calidad del empleo es un concepto multidimensional que puede aproximarse desde el puesto de trabajo; incluye las dimensiones relacionadas con la satisfacción de las necesidades y demandas laborales de los empleados y con su entorno laboral (aspectos físicos, psicológicos, sociales u organizativos) en el desempeño de su trabajo. Desde esta perspectiva, y según la encuesta de condiciones de trabajo y trabajo sostenible (Eurofound, 2021), se observan diferentes tendencias y evolución en diferentes dimensiones de la calidad en el puesto de trabajo en las dos primeras décadas de siglo, en las que hay una recuperación de las expectativas de avance profesional y seguridad laboral por parte de los trabajadores. Estas expectativas, que habían sufrido un deterioro durante la crisis económica, van recuperándose, pero con un ritmo mucho más lento en los países del sur de Europa, con bajas puntuaciones en las ocupaciones poco cualificadas y en los trabajadores con contratos más precarios. Precisamente, en España, y en concreto en el grupo de los jóvenes, este aspecto empeora.

Pese a los retos que todavía presentan algunos sectores, se observa una ligera reducción de los riesgos físicos en el puesto de trabajo cuyas mejoras, para los trabajadores poco cualificados, se han asociado con la automatización de los procesos de trabajo. Pero, por otro lado, se da un moderado empeoramiento de la intensidad del trabajo, debido al aumento de las cargas de trabajo y/o a la necesidad de tener que dar respuesta a varias demandas de trabajo de forma simultánea. La emergencia de nuevos riesgos psicosociales por la intensidad de trabajo supone todo un desafío por su impacto en la salud y el bienestar de los trabajadores (p. e., enfermedades cardiovasculares, musculoesqueléticas, trastornos mentales, depresión, estrés, *burnout*), y a nivel organizativo (por ejemplo, rotación de personal, absentismo, accidentes y enfermedades laborales). Se estima que los costes generados por el estrés, el *burnout*, la depresión y otros riesgos psicosociales en el trabajo exceden el 4 % del PIB de los Estados miembros de la UE.

El aumento en el uso de las TIC y la provisión de formación remunerada por parte de los empleadores impulsan mejoras en el desarrollo de los trabajadores, e incrementan la participación en la organización y la autonomía para tomar decisiones de los empleados. No obstante, esta mejora no se extiende a todos los sectores. Se intensifica la brecha de formación generada por los diferentes tipos de contratos (tiempo completo frente a tiempo parcial; contratos indefinidos frente a contratos temporales). También se observan diferencias respecto a la calidad del tiempo. En este aspecto, España se encuentra entre los países que tienen puntuaciones más bajas, debido de forma significativa a la alta proporción de horas atípicas en algunas categorías ocupacionales.

La percepción del apoyo social de los colegas, dimensión muy relevante para equilibrar la alta intensidad y las demandas laborales a través de la colaboración y la compartición de conocimiento, disminuye ligeramente entre los grupos de edad más jóvenes y mayores. Sin embargo, mejora moderadamente el apoyo social de los gerentes, lo cual es relevante en el contexto actual. Se ha constatado el vínculo positivo entre el apoyo del liderazgo y la capacidad de las personas para afrontar circunstancias exigentes. La percepción de apoyo organizacional puede ejercer efectos motivadores para impulsar comportamientos prosociales, tales como la compartición de conocimientos (*knowledge sharing*), pero cuando los empleados muestran este tipo de comportamientos sin el apoyo adecuado de la organización, pueden presentarse efectos negativos como la presión laboral, la fatiga, la pérdida de efectividad o la falta de compromiso.

En relación con los ingresos, las desigualdades aumentaron principalmente debido al incremento del desempleo; sin embargo, la percepción de los trabajadores de que se les paga adecuadamente mejoró en gran medida en la UE entre 2005 y 2015, con excepción de los sectores con mayor proporción de trabajadores con menor cualificación o trabajadores que solo tenían educación primaria.

La calidad en el puesto de trabajo plantea una gran variedad de desafíos para el bienestar de los trabajadores y para la sostenibilidad organizacional. Esta es la capacidad de actuar de manera viable sin comprometer el entorno social y ecológico mediante el desarrollo de actividades y capacidades voluntarias o reguladas por ley. En este contexto, emerge la gestión sostenible de recursos humanos (*sustainable human resource management* en terminología anglosajona) enfocada al logro de las metas organizacionales sociales, ambientales y económicas (Santana y López-Cabrales, 2019) mediante herramientas de gestión de personas que reflejen la igualdad, equidad, desarrollo y bienestar, herramientas fundamentales para acercarnos a la dimensión humana y social dentro de las organizaciones.

2.2. Igualdad de género: tema por resolver

La evaluación de la calidad del empleo es relevante para el progreso hacia la igualdad de género. Se establece que la igualdad de género se consigue cuando las mujeres y los hombres gozan de los mismos derechos y oportunidades en todos los sectores de la sociedad y se valoran y favorecen igualmente sus comportamientos, aspiraciones y necesidades.

Una de las características distintivas del mercado laboral desde finales de la década de 1990 es la creciente incorporación de mujeres al mercado laboral, en un contexto caracterizado por un menor reconocimiento del trabajo femenino, con diferentes tipos de discriminación en el acceso al empleo y a puestos de trabajo y disparidad en los salarios; un acceso desigual de las mujeres a las promociones y puestos de trabajo mejor remunerados; y una distribución desigual del trabajo doméstico y profesional entre hombres y mujeres. Incluso en sociedades más igualitarias, donde existiría un menor contraste en los atributos del trabajo de hombres y mujeres, no se observan las mismas oportunidades para la participación y el avance de las mujeres (Mulhau, 2011). El empleo en trabajos mal remunerados pasó de ser predominantemente masculino en 1995 a ser predominantemente femenino en 2019. Esto sugiere que gran parte de la expansión del empleo femenino en el periodo se produjo en trabajos mal remunerados.

En el periodo de crisis económica aumentó la desigualdad en diversas dimensiones de la calidad del empleo. En la UE, a nivel agregado, algunos elementos explicativos de esta desigualdad fueron el aumento del trabajo involuntario a tiempo parcial por parte de las mujeres, la inseguridad laboral, la presión en el empleo y las diferencias y recortes salariales. Investigaciones para el mercado laboral español también reportaron que la percepción de mejora en la calidad del empleo fue más favorable para los hombres que para las mujeres y este balance en favor de los hombres se explicaba por la calidad intrínseca del trabajo, la organización del trabajo y las relaciones laborales, las condiciones y la intensidad del trabajo, la salud y la seguridad laboral, y las recompensas extrínsecas (Ficapal *et al.*, 2018).

Pese a los avances en las últimas décadas, las investigaciones revelan todavía cuestiones críticas. La segregación ocupacional sigue siendo generalizada por trabajo, ocupación y sector con implicaciones, por ejemplo, para el salario, la jornada laboral y el prestigio. Las diferencias de género siguen ligadas a la distribución del trabajo remunerado y no remunerado, y a la sobrerrepresentación de los llamados «trabajos de mujeres». En este sentido, si bien, la brecha de género se ha reducido significativamente, el aumento de la participación de las mujeres en el empleo se ha traducido principalmente en trabajos altamente feminizados (por ejemplo, salud, enseñanza). También la pandemia de la COVID-19 ha puesto de relieve que las condiciones de trabajo en muchos trabajos con mayor representación femenina requieren una mayor atención y una reevaluación de su remuneración y recompensas por su valor social.

Con todo, se ha constatado que la educación permite igualar el acceso de hombres y mujeres a los mismos trabajos, de manera que los países con mayor nivel educativo tienen una menor segregación de género en el empleo. Los trabajos con equilibrio de género se caracterizan por un perfil de tarea más exigente cognitivamente, con alta autonomía y alto uso de las TIC, características que están asociadas positivamente con salarios más altos y mejores condiciones laborales. Si bien aumenta el empleo para las mujeres en trabajos bien remunerados y el incremento del empleo de los hombres es más polarizador –sobre todo en la década posterior a la crisis–, la brecha salarial persiste. Los hombres representan el mayor porcentaje de empleos con salarios superiores.

En lo que respecta al trabajo doméstico, el cuidado de los niños, enfermos y ancianos, se continúan reportando cargas desiguales para hombres y mujeres y las políticas de *work-life balance* no han conseguido favorecer el empleo femenino.

3. La digitalización del empleo y las relaciones laborales

3.1. Del trabajo en red al trabajo en las plataformas digitales

A finales del siglo pasado y coincidiendo con la primera oleada digital, asistíamos a la consolidación de la economía basada en el conocimiento y del trabajo en red, entendido como una nueva forma de estructurar y de coordinar el trabajo basada en la autonomía funcional, la descentralización organizativa y la interconexión en red entre los agentes económicos internos y externos de la empresa, mediante el uso avanzado de las TIC. Trabajar en la red supone

compartir recursos, complementar roles y trabajar de forma cooperativa en un contexto de confianza mutua entre los actores que acceden a normas y valores comunes, generando relaciones de interdependencia entre sus miembros o intercambio de recursos. De esta manera, la coordinación y cohesión de la empresa se alcanza a partir de una aproximación cooperativa y no jerárquica.

Más recientemente, se ha desarrollado una nueva fase de cambio tecnológico digital que refuerza y profundiza la primera oleada. Un conjunto de nuevas tecnologías como la robótica, la inteligencia artificial, el aprendizaje automático, la computación en la nube, el *big data*, el internet de las cosas, las redes sociales y profesionales o las plataformas digitales son utilizadas de manera creciente en el contexto laboral. En particular, la utilización de plataformas digitales está transformando sustancialmente los mercados de trabajo remoto tradicionales (Hall y Krueger, 2018). Las plataformas pueden ser utilizadas por proveedores (ofertas de trabajo) que ofrecen sus servicios en una red de intercambio de trabajo, y donde las empresas u otras personas (demanda de trabajo) compran o intercambian. Las diferentes tipologías de trabajo en plataforma se caracterizan porque son trabajos que no involucran una relación formal entre empleador y empleado, lo que origina empleos mucho más flexibles y alejados de las relaciones laborales estándar clásicas.

En el caso del trabajo y las relaciones laborales en España, la irrupción de las plataformas digitales de empleo se desarrolla en un contexto marcado ya de por sí por importantes singularidades. La implantación del denominado modelo español de contratación temporal, junto con otras formas de trabajo atípico, sin olvidar el elevado y persistente desempleo estructural, no solo ha condicionado en las últimas décadas el funcionamiento del mercado de trabajo sino el de toda la economía.

3.2. Las plataformas digitales y singularidad del empleo en España

El número de trabajadores que participan en las nuevas formas alternativas de empleo, entendidas como la prestación de servicios de empleo fuera del contexto del trabajo tradicional por cuenta ajena y jornada completa (por ejemplo, trabajo temporal, ocasional, por turnos, por proyectos, contratistas independientes o autónomos), ha aumentado significativamente durante la última década. En Estados Unidos, pasaron del 10,1 % del total en 2005 al 15,8 % en 2015 (Katz y Krueger, 2019). En Europa, tienen un alcance menor. Por ejemplo, el número medio de autónomos en Europa es de alrededor del 7 % de la fuerza laboral y las personas con dos o más ocupaciones serían aproximadamente el 5 % del total. En cuanto a la proporción de empleo atípico en plataformas digitales (empleo *gig* o *giggers*), investigaciones recientes lo sitúan en Europa en torno al 10 % de la población ocupada total. Sin embargo, los resultados para los *giggers* europeos que pasan más de 10 horas a la semana y ganan más de la mitad de sus salarios a través del empleo *gig* son mucho más modestos y se sitúan en torno al 2 % de la población ocupada, lo que denota una importante eventualidad del trabajo realizado a través de esta nueva modalidad (Pesole *et al.*, 2018; Urzi-Brancati *et al.*, 2020).

Si bien algunos *giggers*, generalmente jóvenes, pueden valorar del empleo en plataformas digitales, la oportunidad de trabajar de manera flexible o la obtención de ingresos alternativos, aunque estos suelen situarse por debajo del salario medio en la mayoría de las categorías profesionales, en términos generales el conjunto del colectivo muestra preocupación por la seguridad de sus empleos e ingresos. Y es que las especificidades del empleo en plataforma le confieren una importante dualidad. Por un lado, tienden a ofrecer variedad de tareas y complejidad, así como altos niveles de flexibilidad y autonomía que pueden incidir positivamente en la conciliación de la vida laboral y familiar y en la planificación de las carreras profesionales. Pero, por otro lado, también se relacionan con bajos salarios, aislamiento social, jornadas irregulares, exceso de trabajo y falta de sueño o agotamiento. Que, por tanto, comportan un mayor riesgo de precariedad y mayores niveles de insatisfacción. En este sentido, se ha señalado el empleo *gig* como promotor de la inestabilidad, la desregulación laboral y el empobrecimiento de las condiciones de trabajo (Berg *et al.*, 2019). Incluso se ha cuestionado si el empleo *gig* no pondrá en riesgo el propio concepto de empleo, lo que daría lugar a una inseguridad jurídica sin precedentes en los mercados laborales.

Aunque ni la expansión del trabajo atípico, ni la aparición del llamado «precariado» (Standing, 2014), pueden ser directamente atribuibles a las plataformas laborales digitales, se empieza a tener evidencia de una estrecha relación. De este modo, el desafío es evitar que «estas nuevas formas de empleo terminen siendo nuevas formas de precariedad» (Malo, 2018). Y más aún en un mercado de trabajo como el español, por sus profundos problemas estructurales.

En este contexto de empleo precario y elevado paro, el trabajo en plataformas digitales genera fortalezas y debilidades. Ofrece oportunidades para la creación de empleo en regiones desarrolladas pero alejadas de la actividad productiva o

para ofrecer mejores salarios a colectivos específicos de trabajadores en zonas en desarrollo. Además, pueden representar una oportunidad para la conciliación laboral, y la autonomía y el control de la propia carrera profesional. No obstante, también comporta riesgos para la sostenibilidad social del empleo por su capacidad para evitar obligaciones relacionadas con la legislación laboral y de protección del empleo. Trabajar en plataformas digitales también impacta directamente en las relaciones laborales, las pensiones, la seguridad social o el estado del bienestar. En particular, se ha señalado la creciente necesidad de construir un nuevo e internacional contrato social y marco legal entre trabajadores, empleadores y la Administración pública que contemple la construcción de nuevas formas alternativas y digitalizadas de empleo.

Conclusiones

Los problemas endémicos del mercado de trabajo español son de sobra conocidos: desempleo, segmentación y volatilidad. Desde hace décadas, nuestra economía se caracteriza por su elevado y persistente paro estructural, que convive con un desempleo cíclico muy volátil. Una situación que castiga especialmente a jóvenes y a las personas con menor formación, y que se agrava por el elevado volumen de paro de larga, y muy larga, duración. Pero los problemas de temporalidad, y la precariedad asociada a la generalización de estos contratos, no son menos importantes. Hasta el inicio de la Gran Recesión este fenómeno era el rasgo distintivo del empleo en España. La crisis de 2008 trajo una reducción de la inestabilidad, por la concentración de la destrucción de empleo en este tipo de contratos, y el paro volvió a encabezar las agendas económicas y políticas. Y, con matices por su origen y situación de partida, la crisis sanitaria de 2020 repite el mismo patrón: abrupta pérdida de trabajo temporal –más presentes en las actividades *sociales*– y aumento del desempleo. La gran diferencia es el control del paro que ha ejercido la extensión de los ERTE con su protección al empleo indefinido. Aun así, los niveles de temporalidad siguen siendo insostenibles por los perjuicios que comporta. Y, de nuevo, un problema que recae con mayor intensidad en jóvenes, trabajadores menos formados, mujeres e inmigrantes. Junto a estas problemáticas, e imprescindible para realizar una descripción completa de la realidad laboral española, la existencia de una pronunciada heterogeneidad geográfica en sus principales indicadores.

A pesar de mantenerse estas disfuncionalidades, la configuración actual del mercado de trabajo es muy distinta a la que encontrábamos en 1995. Básicamente por la transformación que han comportado eventos como la deslocalización que acompañó a la última ola de globalización y la entrada a la UE de los países del centro y este de Europa, los movimientos migratorios que nos transformaron en poco más de una década en un país de acogida, el impacto sin precedentes de la Gran Recesión y la Gran Pandemia, o las transformaciones asociadas a un futuro cada vez más tecnologizado. Un nuevo escenario que implica nuevos retos que se incorporan a otros aún pendientes de superar. Gran parte de estos desafíos se relacionan con colectivos vulnerables, sobre todo jóvenes, y con la adquisición de las habilidades requeridas para hacer frente al empleo del futuro. En este trabajo hemos considerado oportuno centrarnos en dos de estos retos: la calidad del empleo y el impacto de la digitalización en este. Retos más inaplazables si cabe por el fuerte impulso del teletrabajo y la digitalización de las tareas y las medidas de distanciamiento social que ha conllevado la pandemia por la COVID-19. De cómo lo abordemos depende cómo será y cómo nos afectará la transformación histórica que trae el cambio tecnológico en el que ya estamos inmersos, la llamada *cuarta revolución industrial*.

Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ, Carlos; DAVIA, Maraña A.; LEGAZPE, Nuria (2013). «Impacto laboral de la crisis económica: privación del empleo y precariedad». En: *Papeles de Economía Española*, vol.135, págs. 83-98.
- AMUEDO-DORANTES, Catalina; DE LA RICA, Sara (2011). «Complements or substitutes? Task specialization by gender and nativity in Spain». En: *Labour Economics*, vol.18, núm 5, págs. 697-707. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2011.02.002>
- BENTOLILA, Samuel; CAHUC, Pierre; DOLADO, Juan J.; LE BARBANCHON, Thomas (2012). «Two-Tier Labour Markets in the Great Recession: France Versus Spain». En: *The Economic Journal*, vol.122, núm. 562, págs. 155-187. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2012.02534.x>
- BENTOLILA, Samuel; GARCÍA-PÉREZ, J. Ignacio; JANSEN, Marcel (2016). «Long-term unemployment in Spain» En: BENTOLILA, S.; JANSEN, M. (eds.). *Long-Term Unemployment After the Great Recession: Causes and Remedies*. CEPR Press.
- BENTOLILA, Samuel; GARCÍA-PÉREZ, J. Ignacio; JANSEN, Marcel (2017). «Are the Spanish long-term unemployed unemployable?». En: *SERIEs*, vol.8, págs. 1-41. DOI: <https://doi.org/10.1007/s13209-017-0155-z>
- BERG, Janine; FURRER, Marianne; HARMON, Ellie; RANI, Uma; SILBERMAN, M. Six (2019). *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo: Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital*. Ginebra: OIT.
- BLANCHARD, Olivier; JIMENO, Juan F. (1995). «Spain versus Portugal». En: *American Economic Review*, vol. 85, núm. 2, págs. 212-218.
- BRANCATI, Urzi; PESOLE, Annarosa; FERNÁNDEZ-MACÍAS, Enrique (2020). «New evidence on platform workers in Europe. Results from the second COLLEEM survey». DOI: <http://dx.doi.org/10.2760/459278>
- CARRASCO, Raquel; JIMENO, Juan F.; ORTEGA, A. Carolina (2008). «The effect of immigration on the labor market performance of native-born workers: some evidence for Spain». En: *Journal of Population Economics*, vol. 21, págs. 627-648. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00148-006-0112-9>
- EUROFOUND (2021). «Working conditions and sustainable work: An analysis using the job quality framework, Challenges and prospects in the EU series». Luxemburgo: Publications Office of the European Union.
- EUROFOUND AND EUROPEAN COMMISSION JOINT RESEARCH CENTRE (2021). «European jobs monitor 2021: gender gaps and the employment structure. European jobs monitor series». Luxemburgo: Publications office of the European Union.
- DÍAZ-CHAO, Ángel; FICAPAL-CUSÍ, Pilar; TORRENT-SELLENS, Joan. (2016). «Economic crisis and job quality in Spain: A multi-dimensional and micro-data empirical approach». En: *Social Indicators Research*, vol.125, núm 2, págs. 613-633. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-014-0850-0>
- DOLADO, Juan J.; FELGUEROSO, Florentino; JIMENO, Juan F. (2021). «Past, present and future of the Spanish labour market: when the pandemic meets the megatrends». En: *Applied Economic Analysis*, vol. 29, núm. 85, págs. 21-41. DOI: <https://doi.org/10.1108/AEA-11-2020-0154>
- FARRÉ, Lídia; FAWAZ, Yarine; GONZÁLEZ, Libertad; GRAVES, Jennifer (2021). «Gender Inequality in Paid and Unpaid Work During Covid-19 Times». En: *The Review of Income and Wealth*. DOI: <https://doi.org/10.1111/roiw.12563>
- FELGUEROSO, Florentino; DE LA FUENTE, Ángel (2021). «Aspectos económicos de la crisis de la Covid-19». En: *Estudios sobre la Economía Española*, 2021/21. FEDEA.
- FERNÁNDEZ, Cristina; ORTEGA, Carolina (2008). «Labor market assimilation of immigrants in Spain: employment at the expense of bad job-matches?». En: *Spanish Economic Review*, vol.10, págs. 83-107. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10108-007-9032-4>
- FICAPAL-CUSÍ, Pilar; DÍAZ-CHAO, Ángel; SAINZ-IBÁÑEZ, Milagros; TORRENT-SELLENS, Joan (2018). «Gender inequalities in job quality during the recession». En: *Employee Relations*, vol. 40, núm. 1, págs. 2-22. DOI: <https://doi.org/10.1108/ER-07-2016-0139>

- GONZÁLEZ-DÍAZ, Belén; GANDOY, Rosario (2016). «Offshoring and employment structure in the EU periphery: the case of Spain». En: *Applied Economics*, vol. 48, núm. 14, págs. 1255-1270. DOI: <https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1096007>
- GOOS, Maarten; MANNING, Alan; SALOMONS, Anna (2009). «Job Polarization in Europe». En: *American Economic Review*, vol. 99, núm. 2, págs. 58-63. DOI: <https://doi.org/10.1257/aer.99.2.58>
- HALL, Jonathan V.; KRUEGER, Alan B. (2018). «An analysis of the labor market for Uber's driver-partners in the United States». En: *ILR Review*, vol. 71, núm. 3, págs. 705-732. DOI: <https://doi.org/10.1177/0019793917717222>
- IZQUIERDO, Mario; PUENTE, Sergio; REGIL, Ana Valentina (2021). «Los ERTE en la crisis del COVID-19: un primer análisis de la reincorporación al empleo de los trabajadores afectados». En: *Boletín económico*, núm. 2, 2021. Banco de España.
- KATZ, Lawrence F.; KRUEGER, Alan B. (2019). «The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995–2015». En: *ILR review*, vol. 72, núm. 2, págs. 382-416. DOI: <https://doi.org/10.1177/0019793918820008>
- MALO, Miguel Ángel (2018). «Nuevas formas de empleo: del empleo atípico a las plataformas digitales». En: *Papeles de Economía Española*, vol. 156, págs. 146-158.
- MÜHLAU, Peter (2011). «Gender inequality and job quality in Europe». En: *Management Revue*, vol. 22, núm. 2, págs. 114-131. DOI: <https://doi.org/10.5771/0935-9915-2011-2-114>
- OSUNA, Victoria; GARCÍA-PÉREZ, José Ignacio (2021). «Temporary layoffs, short-time work and COVID-19: The case of a dual labour market». En: *Estudios sobre la Economía Española*, núm. 21, 2021. FEDEA. DOI: <https://doi.org/10.1108/AEA-06-2021-0118>
- PESOLE, Annarosa; BRANCATI, Urzi; FERNÁNDEZ-MACÍAS, Enrique; BIAGI, Federico; GONZALEZ VAZQUEZ, Ignacio (2018). «Platform workers in Europe». Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- RANDSTAD RESEARCH (2021). «Informe Teletrabajo en España» [en línea]. Disponible en: <https://www.randstadresearch.es/informe-teletrabajo-en-espana-2021/>
- SANTANA, Monica; LOPEZ-CABRALES, Alvaro (2019). «Sustainable development and human resource management: A science mapping approach». En: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 26. Núm. 6, págs. 1171-1183. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.1765>
- STANDING, Guy (2014). «Por qué el precariado no es un concepto espurio». En: *Sociología del trabajo*, vol. 82, págs. 7-15.
- TOHARIA, Luis (Dir.) (2005). *El problema de la temporalidad en España: Un diagnóstico*. Colección de Economía y Sociología del Trabajo. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- TOHARIA, Luis; MALO, Miguel A. (2000). «The Spanish Experiment, Pros and Cons of Flexibility at the Margin». En: ESPING-ANDERSEN, Gøsta; REGINI, Mario (eds.). *Why Deregulate Labour Markets?*. Oxford: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/0199240523.003.0012>
- TORRENT-SELLENS, Joan, FICAPAL-CUSÍ, Pilar; ERTZ, Myriam (2022). «Motivations for labour provision on digital platforms in Europe: Examining the differences between only gigers and gigers and renters». En: *Handbook of Research on the Platform Economy and the Evolution of E-Commerce*, págs. 81-103. IGI Global. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7545-1.ch004>

Cita recomendada: FICAPAL-CUSÍ, PILAR; MOTELLÓN, ELISABET. Futuro del empleo: nuevos desafíos para aspiraciones pendientes. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2208>



Pilar Ficapal-Cusí

pficapal@uoc.edu

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Directora del máster universitario en Dirección y Gestión de RR. HH. de la UOC. Su investigación se centra en el estudio de las dimensiones explicativas de la salud laboral y la calidad del trabajo, la gestión sostenible de RR. HH. y el impacto de la digitalización en el comportamiento humano y organizativo; ámbitos en los que acredita diversas publicaciones en revistas científicas especializadas. Es miembro del grupo de investigación interdisciplinaria sobre las TIC i2TIC.



Elisabet Motellón

emotellon@uoc.edu

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Directora del grado en Relaciones Laborales y Ocupación de la UOC. Su actividad investigadora está centrada en el análisis empírico de la economía laboral combinado con elementos de la economía regional. Acredita, en este ámbito, diversas publicaciones científicas en revistas especializadas. Es miembro del grupo de investigación Análisis Cuantitativo Regional (AQR).

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

UNA REFLEXIÓN NECESARIA PARA AFRONTAR EL FUTURO

25 años de evolución responsable hacia la sostenibilidad

August Corrons Giménez

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC) y director del máster Universitario de Responsabilidad Social Corporativa de la UOC

RESUMEN En una coyuntura socioeconómica como la actual, es difícil entender el futuro de las organizaciones sin tener en consideración la responsabilidad social. Mirar a este futuro con ciertas garantías de éxito requiere echar la vista atrás para aprender y coger impulso. En este artículo se presenta la evolución de la responsabilidad social durante los últimos veinticinco años, analizando las iniciativas internacionales y nacionales, los instrumentos legislativos y el marco autorregulador, el progreso en el compromiso y nivel de implicación de las organizaciones, así como las consecuencias de la COVID-19. Se constata un avance importante, con organizaciones que son cada vez más conscientes del impacto de sus actividades, tomando decisiones socialmente responsables más allá de las obligaciones legales. No obstante, todavía queda mucho por hacer en la gestión de una responsabilidad social que garantice la sostenibilidad y el desarrollo sostenible en el medio y largo plazo.

PALABRAS CLAVE responsabilidad social; sostenibilidad; desarrollo sostenible; RSC; RSE

A NECESSARY REFLECTION TO FACE THE FUTURE

25 years of responsible evolution towards sustainability

ABSTRACT *In a socioeconomic situation like our current one, it is difficult to understand the future of organizations without considering social responsibility. Looking at this future with a certain guarantee of success requires looking back to learn and gather drive. This article presents the evolution of social responsibility over the last twenty-five years, analyzing international and national initiatives, legislative instruments and self-regulatory framework, progress in commitment and level of involvement of organizations, as well as the consequences of Covid-19. Important progress is noted, with organizations that are increasingly conscious of the impact of their activities, making socially responsible decisions beyond their legal obligations. However, there is still much to do in the management of a social responsibility that guarantees sustainability and sustainable development in the medium and long term.*

KEYWORDS *social responsibility; sustainability; sustainable development; CSR*

Introducción

En 1953, Howard Bowen, en *Social Responsibility of a Businessman*, utilizó por primera vez el término «responsabilidad social» para referirse a la «toma de decisiones acorde con los objetivos y los valores de la sociedad» (Andreu y Fernández, 2020). Desde entonces han surgido un sinfín de definiciones de la responsabilidad social, de la mano de investigaciones y publicaciones académicas e incorporando los avances institucionales y corporativos del ámbito (Barrio, 2019; Marín, 2018). Si bien sigue sin haber una única definición, se presenta a continuación la utilizada como marco conceptual en el máster universitario de Responsabilidad Social Corporativa de la UOC, alineada con lo expuesto en este artículo: «La responsabilidad social supone una visión integral e integrada de los cinco grandes ámbitos de impacto de las organizaciones (económico, laboral, ambiental, social y de buen gobierno), tanto a nivel interno como externo, y tanto a corto como a medio y largo plazo. Es una visión integral porque forma parte del modelo de la organización, afectando a todas las áreas y extendiéndose por toda la cadena de valor. Y es una visión integrada porque se incorpora en las distintas etapas del modelo de gestión, así como en los procesos y los procedimientos».

La primera aparición del término «desarrollo sostenible» fue en el *Informe Brundtland*, publicado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en 1987, refiriéndose a «la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades». De ella deriva la concepción actual de la «sostenibilidad», definida como «la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social».

1. Veinticinco años de evolución

La responsabilidad social adquirió gran relevancia durante la década de los ochenta, debido al proceso de globalización y difusión informativa de los medios de comunicación y las TIC. Las organizaciones vieron que las acciones de responsabilidad social generaban beneficios a corto plazo, en cuanto a reputación e imagen corporativa. No obstante, estos códigos de conducta y voluntariedad se tradujeron en meras acciones sociales y comunicativas, sin cambios organizativos ni estratégicos. A finales del siglo xx, los problemas sociales, económicos y medioambientales motivados por estas prácticas despertaron gran preocupación entre los organismos públicos (Ancos, 2019). Esto generó una sucesión de iniciativas que han derivado en una sensibilización y un marco legislativo claves para integrar la responsabilidad social en las organizaciones.

Explicar exhaustivamente lo sucedido en estos años daría para mucho más que un breve artículo como este. La Figura 1 muestra los principales hitos de esta etapa de crecimiento y consolidación de la responsabilidad social, acompañándose de explicaciones de los que han sido puntos de inflexión en este proceso evolutivo.

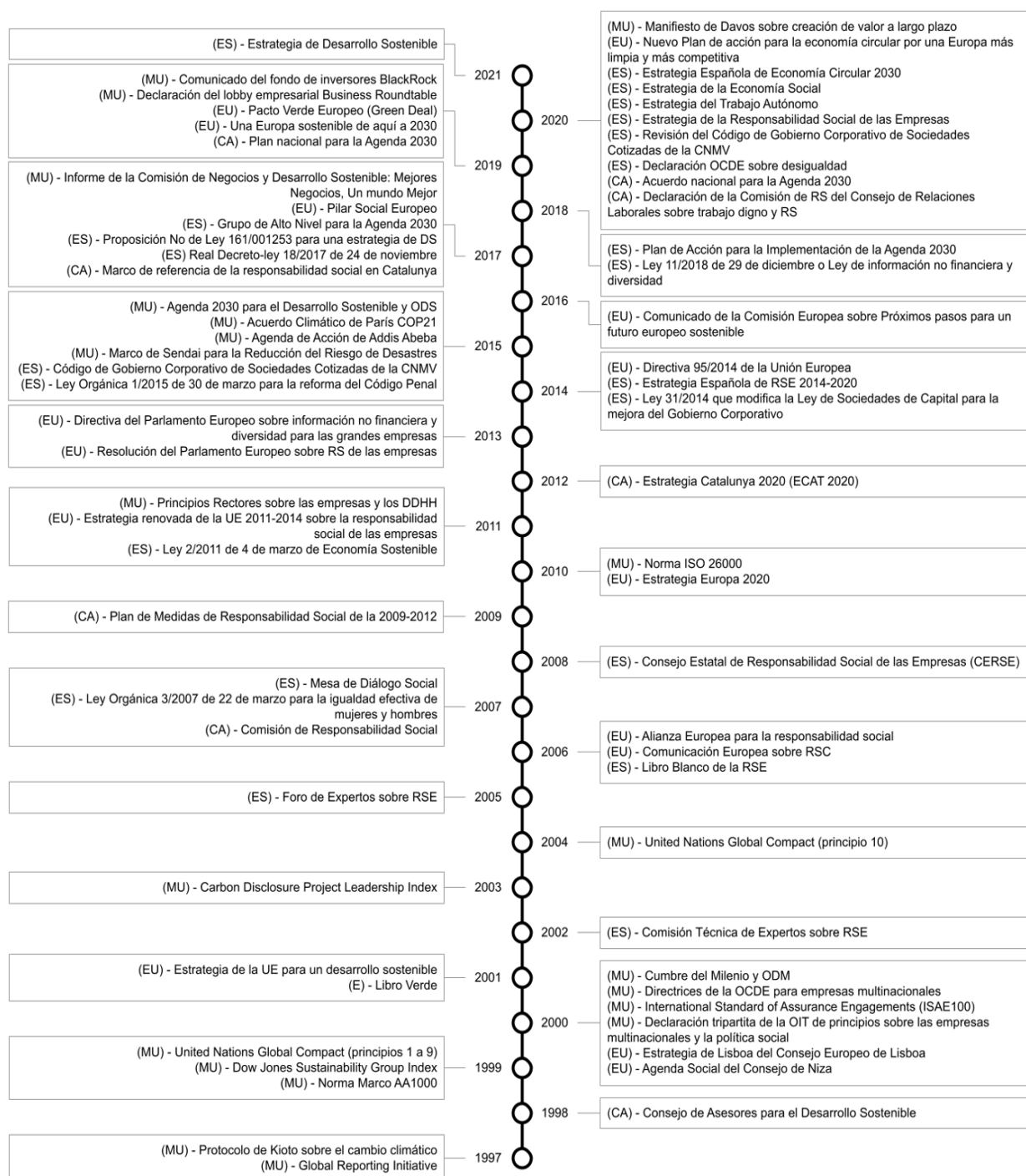
1.1. Iniciativas internacionales y nacionales

En 1999 nació el Pacto Mundial de la ONU, evidenciando la necesidad de que las organizaciones aplicaran en sus estrategias unos principios de conducta relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. En 2000 tuvo lugar la Cumbre del Milenio, en la que se aprobaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), ocho propósitos de desarrollo para hacer frente a la ineficacia de las políticas de desarrollo, haciendo énfasis en las causas del subdesarrollo y no en sus consecuencias. La revisión de estos ODM tuvo lugar con la Agenda 2030, aprobada en 2015 y que representaba un marco global de desarrollo sostenible con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas que lograr antes de 2030, unos y otras dirigidos a todos los actores del planeta (Gobiernos, empresas y sociedad civil) (Ancos, 2019).

En Europa, las políticas de responsabilidad social nacieron con la Estrategia de Lisboa del Consejo Europeo de Lisboa de 2000, haciendo énfasis en la responsabilidad en formación, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, integración social y desarrollo sostenible. En 2001, la Comisión Europea publicó el Libro Verde, materialización del compromiso con la responsabilidad social. En 2001 se aprobó la Estrategia de la UE para un desarrollo sostenible; en 2006, la Alianza

Europea para la responsabilidad social; y en 2010, la Estrategia Europa 2020. Esto sentó las bases para la aparición en 2011 de la Estrategia renovada de la UE 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, en la que se hablaba de respetar la ley, maximizar la creación de valor y minimizar los impactos. En 2016 se publicó *Próximos pasos para un futuro europeo sostenible*, mostrando la contribución a la Agenda 2030. En 2019 se presentó *Hacia una Europa sostenible de aquí a 2030*, sobre el logro de los ODS y el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático (Ancos, 2019).

Figura 1. Veinticinco años de responsabilidad social



Nomenclatura: (MU) iniciativa internacional; (EU) iniciativa europea; (ES) iniciativa española; (CA) iniciativa catalana

Fuente: elaboración propia

En España, la primera acción relacionada con la responsabilidad social en políticas públicas se remonta a 2002, cuando se acuerda la creación de una Comisión Técnica de Expertos. En 2005 se constituyó el Foro de Expertos sobre responsabilidad social, que sirve de apoyo al diseño de políticas de impulso en este ámbito. En 2006 se aprobó el Libro Blanco de la responsabilidad social y en 2008 se constituyó el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE). En 2014 se publicó la Estrategia Española de RSE 2014-2020, que daba respuesta a la Ley de Economía Sostenible. En 2017 se constituyó el Grupo de Alto Nivel para la Agenda 2030, coordinando las actuaciones necesarias para el cumplimiento de los ODS (Ancos, 2019). Este 2021 se ha aprobado la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030, con la participación de administraciones autonómicas y locales, la sociedad civil, el sector privado, la academia y la ciudadanía, y definiendo ocho grandes retos para garantizar una transición social, ecológica y económica hacia la Agenda 2030.

Destacables son también las iniciativas de los Gobiernos autonómicos. Por ejemplo, en el caso de Cataluña, y si bien la Generalitat creó en 1998 el Consejo de Asesores para el Desarrollo Sostenible, la primera acción de responsabilidad social en políticas públicas fue en 2009 con el Plan de Medidas de responsabilidad social 2009-2012. En 2012 fue aprobada la Estrategia Catalunya 2020, que, dentro la Estrategia Europa 2020, proporcionaba unos objetivos y un marco para guiar las políticas de competitividad e impulsar la reorientación del modelo productivo hacia un crecimiento sostenible e integrador. En 2020 se aprobó el Acuerdo nacional para la Agenda 2030, elaborado con la participación de actores públicos y privados.

1.2. Instrumentos legislativos y marco autorregulador

Hasta 2014 no surgieron los primeros instrumentos legislativos que atribuían responsabilidades a las organizaciones. Se aprobó la Directiva 95/2014 de la UE, que, partiendo del Libro Verde, exigía que estas incluyeran en su reporte aspectos ambientales, sociales, de respecto de los derechos laborales y de buen gobierno. También en 2014 en España se aprobó la Ley 31/2014, que modificaba la Ley de Sociedades de Capital para la mejora del Gobierno Corporativo, incorporando la necesidad de establecer una política de responsabilidad social. En 2015 surgió el Código de Gobierno Corporativo de Sociedades Cotizadas, promoviendo la definición de una política de responsabilidad social como obligación indelegable de los consejos de administración. También en 2015 se aprobó la Ley Orgánica 1/2015, que introducía la responsabilidad penal en delitos medioambientales y de tráfico de influencias. En 2018 entró en vigor la Ley 11/2018, determinando que cierta tipología de organizaciones está obligada a generar Estados de Información No Financiera (EINF) (Andreu y Fernández, 2020).

A lo anterior hay que añadir la aparición de un marco autorregulador de la mano de la presión pública y corporativa. En 2019, la gestora de fondos de inversión BlackRock envió una carta a sus gestores titulada *Propósito y Rentabilidad*, mencionando que la rentabilidad no es incompatible con el propósito, sino al contrario. También en 2019 surgió la Declaración del Business Roundtable, uno de los principales *lobbies* empresariales, afirmando que las organizaciones deben ampliar su propósito hacia la creación de valor a largo plazo para servir mejor a sus grupos de interés. En 2020 se redactó el *Manifiesto de Davos* en la Cumbre de Davos, que ponía en evidencia la necesidad de crear valor a largo plazo y reconocía que el rendimiento no debe medirse tan solo por los beneficios de los accionistas sino también por el cumplimiento de los objetivos medioambientales y sociales (Andreu y Fernández, 2020).

1.3. Convergencia hacia la sostenibilidad y el desarrollo sostenible

En 2020 tuvo lugar la revisión del Código de Gobierno Corporativo de Sociedades Cotizadas. Según la nota de prensa del organismo regulador «...se sustituye el término responsabilidad social corporativa por el más amplio y utilizado actualmente de sostenibilidad en relación con aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG)» (Andreu, 2020). La convergencia hacia la sostenibilidad se justifica porque la responsabilidad social solía considerarse más vinculada a programas sociales y filantrópicos que a la gestión íntegra y ética de las multinacionales en el proceso de globalización, la identificación de nuevas oportunidades de mercado con impacto positivo en la sociedad o la gestión de riesgos derivados del negocio en aspectos sociales, económicos o medioambientales (Andreu y Fernández, 2011). Según el pensamiento sostenible, la responsabilidad social pasa por planificar a largo plazo los recursos disponibles y gestionar el impacto causado para obtenerlos, asegurando que el desempeño a corto plazo no se obtenga a expensas del futuro. La sostenibilidad subraya la irreversibilidad y la limitación que la temporalidad confieren a cualquier actividad

humana, incluida la de las organizaciones (Marín, 2019). A su vez, la convergencia hacia el desarrollo sostenible se justifica por el reconocimiento de que los grandes problemas del desarrollo humano no pueden enfrentarse desde la acción individual de cada grupo de interés, sino desde los espacios de consenso y cooperación, implicando una ampliación de las responsabilidades más allá de las organizaciones. De ahí la enorme importancia de las alianzas público-privadas para el desarrollo sostenible y para la gobernanza de la sostenibilidad, tanto a nivel local como global (Ancos, 2019).

2. Resultados tras veinticinco años de evolución

2.1. Compromiso y nivel de implicación

Estos veinticinco años de evolución de la responsabilidad social se han visto traducidos en un creciente compromiso y nivel de implicación de las organizaciones, tanto por iniciativa propia como por las obligaciones y la presión pública. Muestra de ello son los datos que se presentan a continuación, una simple muestra de numerosos estudios elaborados durante los últimos años.

Según el informe *Uniting business in the decade of action: Building on 20 years of progress*, elaborado en 2020 por el United Nations Global Compact, el número de empresas adheridas a este pasó de 44 en 2000 a 10.475 en 2019, procedentes de 160 países y con más de setenta millones de personas involucradas directa o indirectamente. La Red Española del Pacto Mundial es la primera red local en número de entidades adheridas en 2019 (1.603). Pasó de 132 entidades socias en 2005 a 711 en 2019 (de las cuales, 276 son grandes empresas y 331 son pymes y microempresas), lo que supuso un incremento del 61 % respecto al año 2015, cuando se aprobó la Agenda 2030. En el Informe de progreso de 2019, elaborado en 2020 por el Pacto Mundial Red Española se concluye que el 35 % de las organizaciones tienen una política específica de derechos humanos, el 78 % llevan a cabo políticas de no discriminación, el 40 % aplican medidas de economía circular, el 39 % integran el cambio climático en la gestión de riesgos y el 65 % identifican los ODS prioritarios, mientras que el volumen de activos con criterios ASG en España aumentó de 35.710 millones de euros en 2009 a 210.644 en 2018. Según el VII Informe del impacto social de las empresas, elaborado por la fundación SERES en 2020, un 33 % de las empresas tiene más del 30 % de sus empleados involucrados con la responsabilidad social, el 95 % cuenta con una estrategia de responsabilidad social alineada con la estrategia empresarial, el 92 % contemplan los ODS en dicha estrategia y el 88 % evalúan y comunican su contribución a la sociedad mediante memorias de sostenibilidad. En el VII Estudio multisectorial 2019 sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España, elaborado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad en 2020, se destaca que el 73 % no efectúan compras a proveedores que no cumplan criterios de responsabilidad social, el 72 % conoce y cuantifica sus resultados tangibles e intangibles, y el 89, 87 y 54 % están adheridas a los ODS, al Pacto Mundial y a las Directrices de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos, respectivamente.

2.2. Evolución interrumpida por la COVID-19

Que la COVID-19 haya interrumpido estos veinticinco años de evolución tiene que servir para evidenciar la necesidad de continuar con todo lo logrado hasta el momento y coger impulso. Quizás con un cambio de prioridades o formas de proceder, pero con el mismo objetivo final. Se presenta a continuación una simple muestra de numerosos informes elaborados durante los últimos meses.

En el estudio *Escenarios post Covid-19: Maximizar el impacto de la sostenibilidad en la estrategia corporativa*, publicado en 2020 por Forética y el WBCSD, se plantean cinco propuestas para integrar la sostenibilidad en las estrategias de las organizaciones: sentido del propósito; transversalidad; medición del impacto; gestión de riesgos; y alineamiento con la estrategia empresarial. También en 2020 la Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social (DIRSE) y la entidad EY publicaron el estudio *Impacto del Covid-19 en las prioridades de la RSC/Sostenibilidad y en el rol de sus profesionales*, afirmando que todos los ámbitos de la responsabilidad social aumentarán de relevancia, si bien cambiando su peso relativo: la seguridad, la salud y la digitalización ganarán relevancia en toda la cadena de valor; la gestión de riesgos será clave para adaptarse a un entorno más incierto y cambiante; y habrá un nuevo rol de las organizaciones, con un aumento de su impacto social. El cambio cultural, la participación en el plan estratégico, el

diálogo con los grupos de interés, la acción social y la medición del retorno no financiero emergen como las funciones de los DIRSE post-COVID-19. Según el estudio *El futuro de la sostenibilidad en las empresas: Resiliencia y «nueva normalidad» post Covid-19*, publicado por Forética y el WBCSD en 2020, se debe acelerar la expansión de los programas de sostenibilidad de antes de la crisis mediante las 3R: responsabilidad, resiliencia y regeneración. Se destaca que el 85 % de las organizaciones consideran modificar su estrategia general y más del 80 % la estrategia de sostenibilidad ante la situación post-COVID-19, tanto a nivel interno como externo.

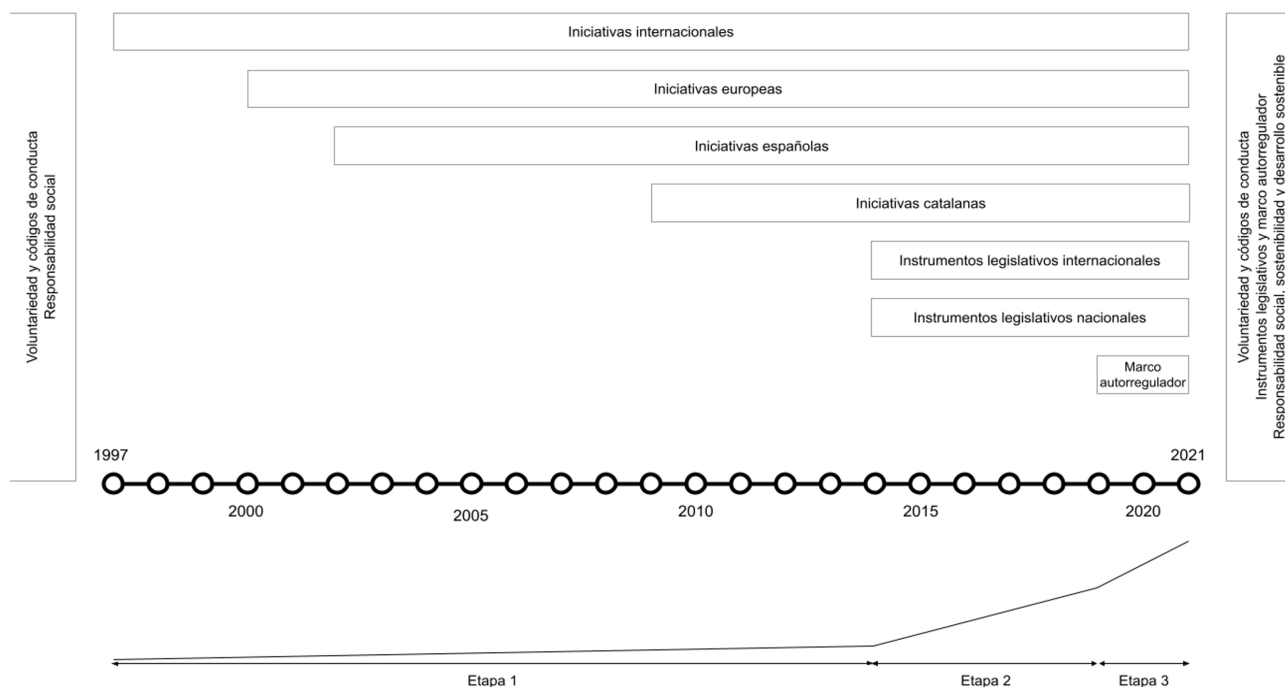
Conclusiones

Antes de presentar las conclusiones, en la Figura 2 se presenta un esquema conceptual de lo expuesto en este artículo, subdividiendo los veinticinco años de evolución en distintas etapas para una mejor comprensión.

Han pasado siete décadas desde que se hiciera la primera mención explícita al término *responsabilidad social*. Pero no fue hasta hace aproximadamente veinticinco años que esta no despertó gran preocupación entre los organismos públicos, como consecuencia de las problemáticas sociales, económicas y medioambientales causadas por las prácticas voluntarias y los códigos de conducta del momento. Desde entonces han surgido iniciativas internacionales y nacionales (etapa 1), así como instrumentos legislativos para la responsabilidad social (etapa 2). Todo ello ha acelerado la integración de esta en la gestión de las organizaciones, con un incremento del compromiso y nivel de implicación que ha ido más allá de las obligaciones legales por la aparición de un marco autorregulador (etapa 3).

Si bien estos veinticinco años han representado un gran avance en la responsabilidad social, no son más que un punto de inicio de lo que está por llegar, del largo recorrido que todavía queda por hacer. La COVID-19 ha sido un nuevo toque de atención, un aviso para reestructurar el orden de las prioridades. Y, a su vez, para mantener la convergencia hacia la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, tan necesaria para vincular la responsabilidad social con el medio y largo plazo y con los grupos de interés.

Figura 2. Veinticinco años de evolución



Fuente: elaboración propia

Referencias bibliográficas

Autores

- ANCOS, Helena (2019). «Las empresas españolas como motores del desarrollo sostenible». Documento de Trabajo de la Fundación Carolina.
- ANDREU, Alberto; FERNÁNDEZ, Joaquín (2020). «RSC: 70 años de historia para llegar a los Consejos de Administración». En: *Revista Ethic sobre ética y desarrollo sostenible* [en línea]. Disponible en: <https://ethic.es/2020/07/rsc-70-anos-de-historia/>. [Fecha de consulta: julio de 2021].
- ANDREU, Alberto (2020). «La RSC ha muerto. ¡Viva la Sostenibilidad!». En: *Diario Responsable* [en línea]. Disponible en: <https://diarioresponsable.com/opinion/29598-la-rsc-ha-muerto-viva-la-sostenibilidad>. [Fecha de consulta: julio de 2021].
- ANDREU, Alberto; FERNÁNDEZ, José Luis (2011). «De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor». En: *Business Review*, núm. 207. Ediciones Deusto.
- BARRIO, Estrella (2019). «Responsabilidad social corporativa: de la noción a la gestión». Editorial UOC.
- MARÍN, Sergio (2019). «Sostenibilidad y RSC». En: *Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa*, núm.41.
- MARÍN, Sergio. (2018). «La responsabilidad social en la cultura corporativa». En: *Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa*, núm. 38.

Entidades

- DIRSE; EY (2020). «Impacto del Covid-19 en las prioridades de la RSC/Sostenibilidad y en el rol de sus profesionales».
- CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD (2020). «VII Estudio multisectorial 2019 sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España».
- FORÉTICA; WBCSD (2020). «Escenarios post Covid-19: Maximizar el impacto de la sostenibilidad en la estrategia corporativa».
- FORÉTICA; WBCSD (2020). «El futuro de la sostenibilidad en las empresas: Resiliencia y “nueva normalidad” post COVID-19».
- FUNDACIÓN SERES (2020). «VII Informe del impacto social de las empresas».
- PACTO MUNDIAL RED ESPAÑOLA (2020). «Informe de progreso de 2019».
- UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT (2020). «Uniting business in the decade of action: Building on 20 years of progress».

Cita recomendada: CORRONS GIMÉNEZ, August. 25 años de evolución responsable hacia la sostenibilidad. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2209>



August Corrons Giménez

acorrons@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (EEE) desde 2010 y director del máster Universitario de Responsabilidad Social Corporativa desde 2020

Doctor en Desarrollo Local y Cooperación Internacional por la Universidad Jaume I (UJI); máster universitario de Cooperación al Desarrollo por la UJI; máster de Gestión y Dirección de Empresas por el Instituto de Directivos de Empresa (IDE); ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC); e ingeniero técnico de Obras Públicas, también por la UPC. Ámbitos de docencia: responsabilidad social y sostenibilidad; economía social, solidaria y cooperativismo. Ámbitos de investigación: monedas complementarias y economía del *token*; desarrollo local y sostenible. Membresías: investigador del grupo de investigación NOUTUR de la UOC; miembro de la comisión de RSC de la Cámara de Comercio de Barcelona; coordinador del grupo de trabajo de ODS y PRME de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC.

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.



Dossier especial: «25 años de Estudios de Economía y Empresa en la UOC: reflexiones en clave de futuro» coordinado por María Jesús Martínez Argüelles y Joan Miquel Gomis López

UNA REVISIÓN RETROSPECTIVA PARA AFRONTAR EL FUTURO

El turismo frente al reto de la transformación

Pablo Díaz Luque, Lluís Garay Tamajón, Joan Miquel Gomis López, Francesc González Reverté, Soledad Morales Pérez, Julie Wilson

Estudios de Economía y Empresa. Universitat Oberta de Catalunya

RESUMEN En el veinticinco aniversario del nacimiento de la Universitat Oberta de Catalunya y de sus Estudios de Economía y Empresa, un grupo de profesores del ámbito del turismo de la institución reflexionan sobre la situación actual del sector, en un momento clave. Por un lado, aportan sus ideas sobre cuál ha sido la evolución del turismo en los últimos veinticinco años y cuáles han sido los elementos, los factores clave que han condicionado esta evolución hasta la fecha. Por otra parte, a partir de la crisis generada por los efectos de la pandemia, deliberan también sobre la crisis generada por los efectos de la pandemia para identificar posibles escenarios de futuro y los factores clave que pueden condicionarlo.

PALABRAS CLAVE economía de plataforma turística; turismo sostenible y/o responsable; digitalización

A RETROSPECTIVE REVIEW FOR TACKLING THE FUTURE

Tourism facing the challenge of transformation

ABSTRACT On the twenty-fifth anniversary of the opening of the Universitat Oberta de Catalunya and its Economics and Business Studies, a group of professors from the tourism field of the institution reflect upon the current situation of the sector at a key moment. On the one hand, they bring their ideas on what has been the evolution of tourism over the last twenty-five years and the elements and key factors that have conditioned this evolution to date. On the other hand, based on the crisis generated by the effects of the pandemic, they deliberate on identifying possible future scenarios and the key factors that may condition them.

KEYWORDS tourist platform economics; sustainable and/or responsible tourism; digitalization

Introducción

En palabras del director del grado en Turismo de la UOC, Francesc González, «en los últimos veinticinco años el turismo ha vivido algunos de los momentos de transformación más radical de su historia». Y en este artículo, distintos miembros del equipo de profesorado del ámbito del turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC reflexionan sobre cuáles han sido los elementos, los factores clave que han condicionado esta evolución hasta la fecha. Y, yendo más allá, a partir de la crisis generada por los efectos de la pandemia, se plantean posibles escenarios de futuro para el turismo, analizando cuáles pueden ser los elementos que pueden condicionarlo.

El propio profesor González apunta como factores clave de esta evolución «la consolidación de las tecnologías de forma transversal y que afecta a toda la actividad a partir del uso de internet en un mundo basado en la información. Pero, además, se han empezado a introducir otras tecnologías con carácter disruptivo (IA, destinos inteligentes, tecnologías inmersivas, economía de plataforma, robotización, tecnología de *blockchain*, etc.) que afectarán a la manera de viajar, la producción de experiencias, la comprensión de las necesidades de la demanda, la relación con el entorno del destino, pero también plantean nuevos riesgos y retos (privacidad, ciberdelincuencia o la relación con el empleo y el trabajo)».

Efectivamente, como menciona el profesor del ámbito de tecnologías de la información y turismo (grado y máster) en los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Pablo Díaz, el turismo es un sector intensivo en información (Poon, 1993) y, por tanto, perfectamente relacionado con las TIC: «Estas tecnologías –afirma– han tenido diferentes fases distributivas en su relación con esta industria. Así, inicialmente se hablaba de desintermediación, después de una reintermediación y últimamente de hipermediación por la gran imbricación de multitud de agentes interesados en captar parte del negocio. Incluso se facilitó recientemente, gracias a la economía colaborativa o mejor dicho de plataforma, la incorporación masiva de los potenciales turistas, ciudadanos en general, como oferente de alojamiento turístico, lo que está teniendo consecuencias muy destacables en la geografía turística urbana». No se puede olvidar, según el profesor Díaz, que «antes de la red de ordenadores servidor-cliente conectados, que es en definitiva internet, existieron redes privadas de ordenadores conectados a bases de datos para poder realizar reservas de plazas de avión».

1. El contexto histórico

El director del grupo de investigación sobre Nuevas Perspectivas en Turismo y Ocio (NOUTUR) y director del programa de doctorado en Turismo, ambos de la UOC, Lluís Garay, sitúa el análisis de esta evolución en un contexto histórico. Y describe cómo «a finales del siglo xx todavía se hablaba mucho del tráfico del turismo desde una etapa fordista al posfordismo. Se ponía mucho énfasis en el paso de un turismo masificado a un turismo altamente especializado y donde una oferta particularmente flexible respondería de forma casi taylorista a las demandas (valga la redundancia) de unos consumidores cada vez más exigentes y empoderados. Se hablaba entonces de diferentes factores que estaban transformando el turismo desde la década de los setenta, como los cambios demográficos (por ejemplo, el envejecimiento de la población), sociales (un buen ejemplo es el acceso de la mujer al mercado laboral y al consumo) e incluso del ámbito político y normativo (creciente peso de las administraciones más micro, como las locales, comarcales o regionales y de las más macro, como en nuestro entorno la Unión Europea)».

El profesor Garay sigue con su contextualización histórica explicando cómo «a finales de los noventa, algunas tipologías de turismo como el turismo rural o el crucerismo iniciaban una ola de crecimiento que se extendería en las siguientes décadas. Se hablaba también hacía tiempo de la saturación de los destinos tradicionales, como en nuestro contexto de los de sol y playa, y qué se podría hacer para que no cayesen en una prolongada etapa de estancamiento, hablando en terminología del conocido ciclo de Butler (1980). Sin embargo, a finales de los años noventa ya se vislumbraba qué dos serían los grandes motores, fuerzas motrices o procesos protagonistas del desarrollo turístico en los años siguientes: por un lado, la tecnología y especialmente las tecnologías de la información y la comunicación (las famosas TIC) y, por otro, todo lo que rodeaba a la creciente sensibilización por los impactos del turismo en el medioambiente, con salida hacia la propuesta de nuevos modelos de la actividad que fueran más “sostenibles”. Estas dos fuerzas transformarían la actividad y darían pie además a una nueva ola de crecimiento de esta, situándola como un elemento cada vez más central en los debates socioeconómicos y políticos contemporáneos».

En este punto, el profesor Garay argumenta que esto es así porque «gracias al desarrollo de las TIC, de internet y especialmente de la economía de plataforma, el turismo y todas las actividades de ocio que le rodean serían más accesibles que nunca para los consumidores, tanto por disponibilidad como por precio, persiguiendo al crecimiento de la industria de los servicios relacionada con muchos destinos, pero especialmente a las grandes ciudades globales. En estas, el crecimiento tan repentino (especialmente de la oferta de alojamiento y servicios complementarios) ha provocado un creciente malestar y reacción por parte de la ciudadanía, que se ha empezado a movilizar ante lo que algunos llaman *overtourism*».

Esta nueva realidad parece marcar el inicio de tendencias relevantes, como expone el profesor Garay al destacar cómo «una gran parte de la demanda se decanta por opciones que sean más responsables económica, social y ambientalmente, aunque no se puede hablar todavía de una transición decidida hacia la sostenibilidad y en muchas ocasiones se critica incluso la proliferación de campañas de *greenwashing* por parte de la industria turística. En todo caso, han proliferado también propuestas de carácter quizás más minoritario que quieren dar mayor relevancia a los equilibrios con la sociedad y el medioambiente y que normalmente se han asociado a productos turísticos de carácter más local, más micro, y donde el elemento identitario, el *sense of place*, toma un nuevo protagonismo».

En este sentido, el profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC y director de la revista *Oikonomics*, Joan Miquel Gomis, expone que «al igual que las tecnologías han facilitado procesos de concentración de grandes corporaciones a partir de la implementación de canales de comercialización muy eficientes, las pequeñas y medianas organizaciones pueden encontrar también las herramientas necesarias para actuar como agentes de cambio con propuestas de ofertas alternativas y sostenibles de transformación del turismo. Las tecnologías les permiten ahora acercarse de forma eficiente con estos nuevos canales a los colectivos, quizás hoy dispersos y aún minoritarios, que son sensibles a estas propuestas y agregarlos con bases sólidas».

2. La perspectiva académica

La directora del máster universitario de la UOC en Turismo Sostenible y TIC, Soledad Morales, introduce en el debate un elemento fundamental como es la perspectiva académica y su evolución en este período. Como ha expuesto anteriormente la propia profesora (Morales Pérez, 2017), «la disciplina turística en los últimos veinticinco años ha ido ocupando un puesto cada vez más central en las ciencias sociales. Un sitio que se ha creado en paralelo a su consolidación como estudios oficiales universitarios. Por tanto, un primer hito, para mí, ha sido la creación de un espacio académico propio con la creación y consolidación de estudios universitarios reglados, primero la diplomatura y después el grado, al mismo nivel que otras disciplinas. Un espacio académico al que se le ha asociado un espacio de divulgación e investigación propio. Si bien es cierto que el turismo, como espacio interdisciplinar que es, todavía no tiene un cuerpo teórico propio e individual, ha sabido integrar marcos epistemológicos creados por las ciencias sociales de los que también se han alimentado disciplinas afines al turismo como la geografía o la economía y la empresa, dos de sus ejes básicos».

Al respecto, la profesora Morales destaca «dos narrativas epistemológicas fundamentales para entender el camino que la disciplina turística ha seguido en estos últimos veinticinco años. El primero es el paradigma de la sostenibilidad, que ha capilarizado el conocimiento y la práctica turística, principalmente desde el punto de vista medioambiental. El segundo es el enfoque feminista, un paradigma crítico producto de miradas alternativas, como lo es también la mirada poscolonialista, por ejemplo, que obliga a la disciplina y la práctica turística a cuestionarse los espacios sociales que ocupa, y cómo los ocupa, haciéndolas andar hacia espacios más inclusivos».

En este contexto, el análisis de la profesora Morales va más allá del ámbito académico para destacar que «a nivel socioeconómico, el turismo se ha configurado como actividad fundamental de las sociedades actuales. Puede decirse que sociológicamente el turismo es una actividad insertada en el ADN de todas las generaciones de nuestra sociedad, puesto que es símbolo de bienestar y de riqueza. Ciertamente, de los países y grupos sociales con poder adquisitivo. Pero también se ha convertido en una actividad económica capital en la economía mundial, más después de la crisis financiera de 2007-8».

Para entender este lugar central del turismo en la sociedad y en la economía actual, la profesora Morales destaca (sin de ánimo hacer una descripción exhaustiva) los siguientes elementos:

- La configuración de los eventos como espacios de creación y proyección nacional/internacional de la imagen de los territorios, que se convierten en espacios prioritarios en la promoción económica de los destinos (sean ciudades países o regiones). El caso de Barcelona como sede de grandes ferias, como Mobile, es paradigmático.
- La extensión de las aerolíneas *low-cost*, una plataforma fundamental para el desbordamiento del turismo urbano.
- El uso de la tecnología tanto por parte del sector, pero especialmente de los usuarios, que, entre otros, ha hecho aflorar plataformas de intermediación *online*, lo que ha afianzado nuevos canales de promoción y empoderado la opinión del usuario.
- La expansión de la economía de plataforma, principalmente en el alojamiento de corta duración. Airbnb sería uno de los ejemplos paradigmáticos.
- Los procesos de aglomeración de las plataformas de intermediación, lo que ha propiciado la desaparición de plataformas medianas o pequeñas que han sido absorbidas por las que ahora son las grandes plataformas de intermediación (como TripAdvisor o Booking).
- Y todo ello generando procesos nocivos para el turismo como el *overtourism* y las reacciones de rechazo al turismo por parte de los movimientos sociales.

3. El impacto de la COVID-19 y el futuro: elementos para la reflexión

Siguiendo el hilo argumentado del contexto histórico que aporta el profesor Lluís Garay, «el turismo estaba quizás llegando a la cúspide de una nueva oleada de crecimiento a nivel global, con una sensación de saturación y una creciente reacción a muchos destinos globales, cuando justo estalló la crisis originada por la pandemia de la COVID-19. Esta crisis supuso un dramático paro de la movilidad a nivel global, que como sabemos ha afectado a la actividad turística de forma muy profunda, pero ha tenido también otras consecuencias que están relacionadas con el desarrollo previamente comentado». Un paro, que, sin embargo, en palabras del profesor Francesc González «a pesar de que en los veinticinco años anteriores se ha producido un amplio debate sobre las posibilidades de reformular el turismo desde diferentes alternativas y visiones paradigmáticas (turismo sostenible, *pro-poor*, turismo justo, solidario, etc.) nunca como durante la pandemia actual y la evidencia de la crisis climática se han dado las condiciones materiales y mentales para abrir nuevas fronteras y perspectivas de análisis que pretenden superar la retórica de la sostenibilidad».

En este punto, el profesor González retoma el hilo de la visión académica que había introducido la profesora Morales al reivindicar que «la visión desde la academia también ha jugado un papel importante en estos debates con abundantes voces que apoyan la necesidad de llevar a término un cambio paradigmático, pasando por las propuestas de turismo regenerativo, el *transformative turn* en turismo, la nueva mirada a la movilidad o las propuestas que reclaman un nuevo planteamiento social hacia el decrecimiento, todos los cuales han tomado vuelo en los últimos años. Sin embargo, pasar del ámbito de opinión minoritario de una revista científica a tener capacidad de transformar y generar impacto social real requiere mucho trayecto y habrá que ver hasta qué punto estas propuestas son asumidas por las administraciones, la industria turística y los turistas en la práctica. Además, habrá que observar también en qué medida las dinámicas de crisis sanitaria y climática hacen introducir nuevas medidas de planificación y gestión centradas en los conceptos de resiliencia, adaptación evolutiva y nuevas aproximaciones a la sostenibilidad».

La profesora Julie Wilson, vicedecana de Investigación de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, recuerda que existe una gran diversidad de percepciones y expectativas hacia la época de pospandemia que nos espera. Habría que tener en cuenta, siguiendo a Mansilla y Hughes (2021), que, aunque muchos agentes del sector turístico puedan pensar que cuando la contingencia impuesta por la COVID-19 ya haya pasado el turismo volverá a ser como antes, lo que no habrá vuelto a ser la misma que antes es la sociedad. La pandemia ha dejado su marca indeleble y esto nos invita a reflexionar en la línea del turismo regenerativo, la adaptabilidad y reconfiguración del turismo, antes de perseguir metanarrativas de recuperación de situaciones anteriores.

Presentado este nuevo panorama y siguiendo las ideas de Ioannides y Gyimothy (2020), la profesora Wilson quisiera que el turismo global se entendiera como prisma mediante el que poder contemplar cómo se pueden producir transformaciones más amplias después de la crisis de la COVID-19, teniendo como fondo contextual la finalidad de analizar cómo los efectos catastróficos actuales sobre el sector turístico presentan una oportunidad para replantearse algunas prácticas en el turismo. En este sentido, argumenta, sería bueno contrastar el posible bajón de las prácticas turísticas

tradicionales, que actualmente se ven gravemente alteradas por la COVID-19, con actividades de nicho emergentes (por ejemplo, el turismo creativo a base de modelos de negocio digitales colaborativos). Está claro que la pandemia actual ha provocado y sigue provocando cambios fuertes en la lógica dominante del neoliberalismo tan prevalente en las últimas décadas y que numerosos destinos en todo el mundo han ido persiguiendo mediante estrategias orientadas al crecimiento en un entorno altamente desregulado. Pero, añade la profesora Wilson, la pausa en la que nos encontramos en este momento en medio de una pandemia ofrece la posibilidad de que el turismo dibuje y diseñe nuevos caminos que seguir en los próximos años y los/las investigadores que estudiamos sus impactos debemos acompañar a los agentes, actores y afectados en esta transición, entendida como ventana de oportunidad.

El profesor Díaz redonda en la «gran dimensión» de este trayecto desde el «hiperconsumo, al que también empujan las tecnologías de las redes sociales, por ejemplo, hacia una producción y consumo turístico más armonioso, concienciado y sostenible». Afirma que «el turismo es una parte relevante y creciente de la actividad económica mundial, y podrá acompañar a los cambios que están por venir en el futuro debido a factores como el cambio climático. No olvidemos que el transporte aéreo es una de las actividades más contaminantes. Sin embargo, no es plausible que lidere lo que debe ser un cambio de paradigma de desarrollo. Probablemente, será al contrario, debido a la incorporación de economías hasta ahora *en desarrollo* a la práctica turística y sus potenciales turistas y también al viraje de las inicialmente llamadas economías colaborativas hasta las exitosas economías de plataforma que ponen en valor lo que no lo estaba, como en el caso de Airbnb (Díaz Luque, 2017). En este contexto, el turismo corre el peligro de liderar la insostenibilidad del paradigma actual de crecimiento».

En este sentido, la profesora Morales recalca que «tenemos entre manos el reto de construir un turismo nutritivo y transformador». Sin embargo, en un entorno marcado todavía por la incertidumbre, se muestra pesimista: «lo soy en el sentido de que percibo que la pandemia no ha significado un cambio de pautas de consumo turístico hacia comportamientos más sostenibles ni tampoco ha significado un punto de inflexión de la tendencia crecientista. Un ejemplo de ello son el mensaje de las instituciones que siguen siendo crecientistas y ponen como meta principal (o preocupación básica) alcanzar rápidamente el volumen de viajes y de negocios prepandemia. Por tanto, continuaremos necesitando discursos y acciones que nos hagan pensar en los límites del turismo y en los movimientos críticos que habían surgido a su alrededor. Al menos, a corto plazo, posiblemente muchos países y destinos caerán del mapa turístico por temas de seguridad, como puede ocurrir con los países más pobres, sin acceso a la vacunación masiva de la población. Y un ojo deberemos tener sobre la evolución de la calidad del empleo del mercado turístico, y de la superación de las desigualdades de género que tanto ha agravado la pandemia». En este sentido, la directora del máster en turismo, sostenibilidad y TIC de la UOC destaca que «tenemos el reto y la obligación de no dejar de lado aspectos sociales, como la calidad del trabajo y las desigualdades entre los trabajadores/as, pero poner delante el beneficio y el crecimiento económico. Un riesgo que veo muy evidente dados los mensajes institucionales, como digo, crecientistas. Y, finalmente, hay que prestar atención también a los procesos de digitalización de las empresas y de la sociedad, para encontrar nuevos espacios y medios que faciliten al turismo y a las personas relacionarse con los territorios y sociedades que visitan de una manera más atenta, consciente y enriquecedora».

En torno a estas cuestiones, el profesor Francesc González apunta un hecho que, «durante las últimas dos décadas, se ha manifestado con mayor capacidad de transformación de la industria turística, y que tiene que ver con la nueva relación social con el turismo: la comunidad local ha tomado relevancia en el discurso público sobre el turismo y tanto la gobernanza como la planificación y gestión de los destinos tienden a considerar cada vez más su rol y opinión. Los debates recientes en torno a cómo afrontar el turismo desde una óptica de limitación del crecimiento continuado están relacionados con esta tendencia. Las condiciones de la formación y los efectos de la turistificación en las ciudades y destinos de masas, los efectos de las llamadas economías de plataforma sobre los residentes y los barrios de las ciudades donde se ubican, los impactos derivados del exceso de turismo o el debate, más ideológico, sobre la turismofobia o el papel de los movimientos sociales urbanos contrarios al turismo son sin duda derivadas de esta aproximación social al turismo y de cómo hacer los lugares turísticos más confortables para la población residente. Finalmente, hay que tener en cuenta una visión nueva sobre los efectos del turismo en las ciudades que se ha empezado a desarrollar en los últimos años, que gira en torno a las perspectivas psicosociológicas y emocionales aplicadas al turismo. Desde esta perspectiva se contempla, por primera vez, cuál es la respuesta emocional de residentes (y de turistas) a la presencia continuada de turismo en la comunidad, traducida en impactos sobre la salud física y mental de los residentes, pero también en la satisfacción con la experiencia en el destino por parte de los turistas».

Sobre este rol de los residentes en las actividades turísticas, el profesor Joan Miquel Gomis expone como principio ideal que «el turismo debería reubicarse en el marco de economías diversificadas en un entorno en el que los turistas pasen a considerarse como residentes temporales. Con sus derechos y también con sus obligaciones y con la voluntad seguramente utópica, pero que debería ser el objetivo de compartir una misma idea de destino turístico, entendida como espacio territorial vital de convivencia comunitaria, con los residentes habituales». Una vía para trabajar en esta línea expuesta sería, en palabras del profesor Gomis, «que el indicador del número de turistas dejara de ostentar el excesivo protagonismo que actualmente tiene para medir el éxito de un destino. Una combinación de indicadores vinculados a la sostenibilidad debería ayudar a evaluar los resultados de las políticas turísticas de forma más ponderada y eficiente en ámbitos clave como el económico, pero también el medioambiental, el cambio climático, el social y el cultural vinculado al patrimonio. Existen diferentes sistemas de indicadores de sostenibilidad que presentan herramientas prácticas para el diseño de estrategias que pueden adaptarse a las necesidades de cada destino y pueden ser un buen inicio en este camino. Una estrategia que, no será fácil, debería aspirar a reubicar el turismo en el marco de economías diversificadas».

Para dar respuesta a estas nuevas realidades múltiples –perpetuamente en cambio–, la profesora Julie Wilson subraya que la investigación sobre la actividad turística en la época de pospandemia debe ser capaz de entender estos nuevos contextos, sin olvidarse de la evolución del turismo como fenómeno socioeconómico y cultural hasta ahora. Esto requiere nuevas aproximaciones y nuevos marcos conceptual-teóricos; formas de investigar el turismo que no solo aprecian, sino que también participan en el desorden relativo de las relaciones entre turismo, los lugares y la sociedad. Nos haría falta, pues, «una forma más emocional, situada y no lineal de teorizar el turismo dentro (y más allá) de las crisis [...] que evoluciona de forma iterativa a partir de la investigación y no simplemente del debate» (Gibson, 2021, pág. 86).

En cuanto a temáticas pertinentes para el futuro inmediato y cercano, la profesora Wilson remarca que sería interesante, por un lado, plantear estudios de turismo basados en el pensamiento de la complejidad, en el conocimiento crítico de las economías poscapitalistas y en modelos de negocio laborativos/alternativos. Por otra parte, convendría un enfoque en modelos estratégicos al nivel de destinos que a propósito no siguen la lógica del capitalismo tardío y (contrariamente) se abren al pensamiento de complejidad, el conocimiento crítico de las economías poscapitalistas y los modelos de negocio colaborativos/alternativos.

4. Los efectos de la crisis y el valor de la planificación

El profesor Lluís Garay se refiere a los efectos de la crisis provocada por la COVID-19 haciendo referencia a las amenazas, oportunidades y realidades que ha generado. «Se ha comentado –explica– que la crisis suponía una oportunidad para muchas actividades, y especialmente las dependientes de la movilidad, para iniciar definitivamente la transición hacia nuevos modelos más sostenibles. Sin embargo, a medida que la crisis se ha ido modulando (aunque no finalizada, ni mucho menos), se ha podido observar que algunos de estos rasgos iniciales se mantenían en gran medida y otros se detenían o disminuían su impacto. Así, la aceptación de modelos de teletrabajo más generalizados ha venido para quedarse, quizás también en relación con nuevas necesidades de distribución del trabajo y también de ocupación del tiempo libre, que habrá que seguir cuidadosamente por parte de los investigadores en turismo y ocio. Las plataformas ganadoras de primera hora mantienen o siguen aumentando su poder mientras las perdedoras iniciales, como las de alojamiento turístico de corto plazo, están recuperando su actividad progresivamente y vuelven a incidir en una estrategia de ampliación de negocios (por ejemplo, los basados en experiencias turísticas en los destinos, más allá del alojamiento) y de destinos (poniendo las miras en el turismo fuera de las ciudades) que ya habían iniciado en la prepandemia».

En línea con la visión de la profesora Soledad Morales, Lluís Garay explica también que «la ilusión por una más rápida transición a modelos más sostenibles en la actividad parece de momento desvanecerse ante la (de momento) progresiva recuperación de la movilidad en los principales países emisores y receptores». Pero añade asimismo que, «con todo, se ha acelerado también el proceso de creciente sensibilización para que la industria turística tenga unos impactos más equilibrados, y esto debería tener repercusiones en organizaciones y destinos».

Por último, el profesor Garay incide en un aspecto clave para el futuro del sector, como es el de la planificación: «las restricciones a la movilidad han provocado una fuerte derivación de los flujos turísticos, y ha transformado a muchos potenciales turistas internacionales en turistas domésticos. Esto ha podido contrarrestar en muchos destinos la caída de los viajeros internacionales, mientras que ha permitido despegar a destinos hasta ahora secundarios, como muchos

de interior. Esto es una oportunidad a la vez que un reto, pues corremos el peligro de repetir los errores de la falta de planificación en pasadas oleadas de crecimiento, con las consecuencias que todavía se aprecian en destinos como los más maduros de sol y playa. Espacios especialmente vulnerables se han visto absolutamente invadidos por turistas en el último año y medio y se han tenido que tomar las primeras medidas para regular estos nuevos flujos. TIC y sostenibilidad van de nuevo de la mano, ya que otras plataformas, en este caso las redes sociales, han sido y serán las principales fuentes de información para elegir estos u otros destinos, en ocasiones con afectaciones al medio o superaciones de las capacidades de carga. Es en la intersección de estas a lo que deberemos estar atentos en los próximos años en relación con el desarrollo de la actividad y su necesaria planificación y monitorización».

Referencias bibliográficas

- BROUDER, Patrick (2020). «Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, págs. 484-490. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>
- BUTLER R.W. (1980). «The concept of a tourist area cycle of evolution». En: *Canadian Geographer*, vol. 24, págs. 5-12. Oxford: Pergamon press Ltd. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- DÍAZ LUQUE, Pablo (2017, mayo). «Aproximación conceptual a la relación entre la economía colaborativa y el turismo». En: *Oikonomics*, núm. 7. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n7.1703>
- GARAY, Lluís; MORALES, Soledad; WILSON, Julie (2020, mayo). «Tweeting the right to the city: digital protest and resistance surrounding the Airbnb effect». En: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* [en línea]. DOI: <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1772867>
- GARAY, Lluís; FONT, Xavier; CORRONS, August (2019). «Sustainability-Oriented Innovation in Tourism: An Analysis Based on the Decomposed Theory of Planned Behavior». En: *Journal of Travel Research*, vol. 58, núm. 4, págs. 622-636. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287518771215>
- GIBSON, Chris (2021). «Critical tourism studies: new directions for volatile times». En: *Tourism Geographies*, vol. 23, núm. 4, págs. 659-677. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1647453>
- GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, Michael (2020). «Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, págs. 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- HALL, Michael; SCOTT, Daniel; GÖSSLING, Stefan (2020). «Pandemics, transformation and tourism: be careful what you wish for». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm.3, págs. 577-598. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- IOANNIDES, Dimitri; GYIMÓTHY, Szilvia (2020). «The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path». En: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, págs. 624-632. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- MANSILLA, Jose; HUGHES, Neil (2021). «En dos años no nos vamos a acordar de la pandemia. Análisis del discurso sobre el decrecimiento turístico en Barcelona». En: *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, núm. 30. DOI: <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i30.623>
- MORALES PÉREZ, Soledad (2017, mayo). «Claves para entender el turismo de hoy». *Oikonomics*, núm. 7. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n7.1701>
- POON, Auliana (1993): *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CAB International.
- XIANG, Zheng; FUCHS, Mattias; GRETZEL Ulrike; HÖPKEN Wolfram (eds) (2021) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_134-1

Cita recomendada: DÍAZ LUQUE, PABLO; GARAY TAMAJÓN, LLUÍS; GOMIS LÓPEZ, JOAN MIQUEL; GONZÁLEZ REVERTÉ, FRANCESC; MORALES PÉREZ, SOLEDAD; WILSON, JULIE. El turismo frente al reto de la transformación. *Oikonomics* [en línea]. Marzo 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI. <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2210>



Pablo Díaz Luque

pdiazlu@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga en dos especialidades: Economía Pública y Economía Regional y Urbana. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga. Tesis –con beca de Turismo de España 2002– sobre los destinos turísticos en internet. Publicaciones en forma de artículos y capítulos de libro en materia de turismo y tecnología, entre otros temas. Profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC en el ámbito del turismo de las titulaciones de grado y máster.



Lluís Garay Tamajón

lgaray@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Vicecoordinador (director en la UOC) del Doctorado Interuniversitario en Turismo de la Redintur. Investigador principal del grupo de investigación SGR NOUTUR (Nuevas perspectivas en turismo y ocio). Sus principales áreas de interés de investigación se centran en las diversas fuerzas que transforman la actividad turística, donde destacan los procesos colaborativos, cocreativos, sostenibles y responsables relacionados con esta y que impactan en los entornos y organizaciones turísticos y no turísticos, tanto urbanos como rurales. Es también el investigador principal del grupo de investigación NOUTUR (UOC), que tiene como objetivo analizar la naturaleza y los impactos del turismo y las actividades del ocio en el actual entorno caracterizado por la creciente relevancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de la necesidad de transición a modelos turísticos sostenibles y/o responsables.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4209-3319>

RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/Lluis_Garay

SCHOLAR: <https://scholar.google.es/citations?user=dIK83WEAAAAJ&hl=en>

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/in/lluis-garay-53007b9?originalSubdomain=en>



Joan Miquel Gomis López

jgomisl@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Director de la diplomatura y del grado de Turismo en el período 2006-2017, ha sido también durante este período director académico de máster y posgrados sobre gestión de destinos y en dirección de organizaciones turísticas. Director de la revista de *Oikonomics*. Doctor por el departamento de Economía y Organización de Empresas (UB). Su docencia e investigación (en el grupo NOUTUR de la UOC) está centrada en el ámbito del turismo en la aplicación de las TIC a la comercialización, la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad, la gestión de los destinos, etc.; temas sobre los que ha publicado numerosos capítulos de libros y artículos académicos y de divulgación. Ha publicado los libros *Turismo justo, globalización y TIC* y, con Luis de Borja, *El nuevo paradigma de la intermediación turística*.



Francesc González Reverté

fgonzalrezre@uoc.edu

Profesor agregado de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor en Geografía por la UAB y máster en Geografía por la misma universidad. Actualmente, es profesor del grado y posgrado de Turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Director del grado de Turismo de la UOC, su labor académica ha sido reconocida con diferentes acreditaciones docentes y tramos de investigación. Sus intereses de investigación son los procesos y las dinámicas de desarrollo de los destinos turísticos de sol y playa, los impactos sociales y culturales de los eventos turísticos y la introducción y el uso de las nuevas tecnologías en los destinos turísticos inteligentes. Además, también está interesado en el aprendizaje *online* aplicado al turismo. Es investigador del grupo de investigación Nuevas Perspectivas en Turismo y Ocio (NOUTUR) de la UOC. Ha participado en diferentes proyectos de I+D sobre turismo y ha publicado artículos, libros y capítulos de libro en distintas revistas y editoriales especializadas nacionales e internacionales. También ha redactado numerosos materiales docentes para asignaturas de turismo de grado y posgrado.



Soledad Morales Pérez

smoralespe@uoc.edu

Profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctora en Geografía por la Universidad Autónoma de Barcelona y profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC). Actualmente es directora académica del máster universitario de Turismo Sostenible y TIC y del máster de Gestión y Estrategia Sostenible de los Destinos Turísticos, que se organiza junto con la Organización Mundial del Turismo. Es miembro del grupo de investigación en Turismo de la UOC NOUTUR y lidera diferentes proyectos de I+D en el ámbito de la disciplina turística. Sus intereses de investigación se centran actualmente en el análisis de los impactos de la economía de plataforma en el espacio turístico, los procesos de desarrollo turístico desde la perspectiva del género y la implicación de la academia para dar respuesta a las necesidades de la sociedad actual, temática vinculada con el proyecto Erasmus Plus CIRCLET que colidera en la UOC.



Julie Wilson

jwilson2@uoc.edu

Vicedecana de Investigación y profesora agregada de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Es miembro del grupo de investigación NOUTUR, donde realiza docencia e investigación en el ámbito de turismo y sostenibilidad. Actualmente, es Chair de la Comisión de Turismo, Ocio y Cambio Global de la Unión Geográfica Internacional y en 2019 fue galardonada con el premio internacional Roy Wolfe, de la American Association of Geographers (AAG). Sus intereses de investigación se centran en el análisis del turismo en la transformación socioterritorial del paisaje urbano/rural, el papel de la cultura y la creatividad en la generación de nuevas formas de sostenibilidad en el turismo y la economía de plataforma/ la geografía económica evolutiva como marcos interpretativos para entender el turismo. Ha publicado 10 libros editados y más de 40 artículos y capítulos de libro en editoriales de referencia y es miembro de los comités editoriales de las revistas *JCR/SJR Q1 Tourism Geographies* y *Current Issues in Tourism*.

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.

