



ECONOMÍA

Un análisis de la economía de plataformas y su regulación

Rocío Albert López-Ibor

Profesora de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid.
Del Patronato de la Fundación.





“Los días se suceden con monotonía, uno tras otro, ninguno de ellos se diferencia del anterior ni del siguiente, son como eslabones de una larga cadena, hasta que de repente surge el cambio.”

Robert De Niro (Travis Bickle). *Taxi Driver*

Estamos de pie en una esquina de Madrid, cogemos nuestro *smartphone* y le decimos a Siri: “necesito ir a la estación de Atocha”. Siri no entiende de reglamentos sino de eficiencia y, por ello, en cuestión de segundos, abre las aplicaciones de Uber, Cabify, Emov, Car2Go, Ecooltra, Muving, Bicimad o las que tengamos, y nos muestra distintas opciones ordenadas según diferentes criterios: por precios, el tipo de vehículo, con o sin conductor, el viaje más rápido o la opción más amigable con el medioambiente. Elegimos, por ejemplo, un coche con conductor y nuestro móvil nos dice cuánto tardará en llegar y cuánto costará el viaje. Además, podremos controlar en un mapa al vehículo elegido mientras se va acercando a recogerlos. En el momento previsto veremos detenerse delante nuestro un Mini Cooper, un monovolumen, un súper Tesla o una moto, según lo que hayamos indicado como preferencias. El vehículo no llevará identificaciones externas, ni cartel luminoso en el techo, ni números de licencia, ni ningún aparato que vaya calculando la tarifa mientras avanzamos hacia el destino. Cuando lleguemos, nos bajaremos y correremos hacia el andén sin perder un segundo en pagar el viaje. Ya en el tren veremos el mensaje de la aplicación que nos indicará el coste del viaje que se nos cargará en la tarjeta de crédito, y no dejará de sorprendernos gratamente el hecho de que el viaje nos haya costado un 20% menos de lo que nos costó la última vez que hicimos el mismo trayecto en taxi.

Esto ya es una realidad. No se pueden poner puertas al campo, la innovación disruptiva en la prestación de servicios avanza a la velocidad de la luz y la tecnología actual, no la que vendrá sino la que ya existe, ya hace posible todo esto. Por ello, la regulación que hay que desarrollar debe ser distinta a la existente hasta el momento. Debe seguir, como Siri, criterios de eficiencia, porque ello aumenta el bienestar social, y aunque esto a ella no le importe, a nosotros sí.

La economía colaborativa también conocida como economía de plataformas se centra en compartir el conocimiento sobre bienes y servicios para intercambiarlos de una manera más eficiente. Los intercambios, en estos mercados con modelos innovadores, se facilitan gracias a que el conocimiento tiene un menor coste y, además, está disponible para todos mediante la tecnología disruptiva. Las características fundamentales de este tipo de modelos de economía colaborativa son, por un lado, la descentralización de los intercambios, ya sea a través del modelo P2P o red entre pares, o del modelo B2P, pero con empresas que son meros intermediarios que facilitan los intercambios más que unidades de producción. Por



► **La economía colaborativa también conocida como economía de plataformas se centra en compartir el conocimiento sobre bienes y servicios para intercambiarlos de una manera más eficiente**

otro lado, el enfoque está en el acceso más que en la propiedad de los recursos, ya que hay un exceso en la capacidad de bienes o recursos susceptibles de ser compartidos, como vehículos, casas, herramientas, servicios.

Los intercambios que subyacen en la economía colaborativa o de plataformas

Externalidades de red

Una de las características que explica el éxito de estos modelos es que existen las llamadas “externalidades de red”, es decir, cuantos más usuarios existen en el mercado o en una red, más beneficios reciben todos de esta participación. Los mercados o negocios relacionados o basados en internet y la utilización de la tecnología son aquellos que más externalidades de red generan¹. En el caso de los productos sujetos a efectos de red, dicho valor se disocia en dos. Por una parte, un valor intrínseco que proviene del consumo del bien en sí mismo, y por otra, un valor de sincronización que dependerá del número de usuarios que consumen dicho producto. No todos los bienes y servicios que han ido surgiendo en estos mercados de plataformas han funcionado y, de hecho, el motivo fundamental por los que no se han incorporado a nuestra cotidianidad ha sido precisamente la falta de usuarios suficientes para generar una red eficiente².

Lo que distingue a los modelos de negocio identificados dentro de la economía colaborativa es que han logrado abordar, desde la tecnología y con mecanismos basados en la innovación, dos problemas básicos que suelen aparecer en muchos mercados: los costes de transacción elevados y la asimetría de información. Estos problemas han sido, como veremos, la justificación utilizada por las Administraciones Públicas para regular –de manera más o menos intervencionista– muchos mercados propensos a caer en estos fallos. Sin embargo, la disrupción provocada por el acceso masivo a nuevas tecnologías y la facilidad de acceso a internet a través de múltiples dispositivos han dejado en muchos casos sin justificación a la intervención pública vía regulación.

¹ Un ejemplo sencillo puede verse en las redes sociales o redes de contactos profesionales como Facebook o LinkedIn, cuanto más gente esté dentro de la red que se utiliza o a la que se está conectado, hay más posibilidades de conectar con más amigos o con más contactos profesionales.

² Ejemplos de plataformas fallidas son Yaap money, Amazon Underground, Myspace...



► **Una de las características del éxito son las llamadas “externalidades de red”: cuantos más usuarios existen en el mercado o en una red, más beneficios reciben todos de esta participación**

Pulverización de los fallos de mercado: costes de transacción e información asimétrica

Estas nuevas formas de intercambio, esto que muchos llaman economía colaborativa, no son más que una forma en la que los mercados funcionan con mínimos o casi nulos costes de transacción gracias a la tecnología³. Los costes de transacción⁴ han quedado pulverizados con la simple creación de unos algoritmos y programas integrados en –lo que hoy se llama– una “aplicación”. Ninguno de estos costes mencionados está presente cuando se utiliza, por ejemplo, una *app* como la de Uber, Cabify o Airbnb. La aplicación busca para el usuario, entre cientos o miles, el bien o servicio que necesita, propone las condiciones de intercambio y el acuerdo se cierra con solo clicar en un botón de la pantalla del móvil. Y respecto a los costes de control y ejecución ocurre lo mismo: se hace el pago con cargo a una tarjeta de crédito previamente registrada en la aplicación al mismo tiempo que se acepta el bien o servicio propuesto, y además, en referencia a los costes de control, se ofrece la posibilidad de evaluar el servicio, y en caso de que el mismo haya sido deficiente o hayamos quedado insatisfechos, no hay más que hacer una evaluación negativa que tendrá consecuencias también negativas para el prestador del servicio.

La tecnología ha permitido, por tanto, poner en contacto directo a oferentes y demandantes y dar respuesta a los problemas antes existentes. Y esta es la simple, pero muy importante, innovación disruptiva a la que se ha hecho referencia. Se debe también destacar otro factor importante en el éxito de la difusión de la tecnología, que es el exponencial crecimiento del uso de teléfonos móviles, más específicamente de los llamados *smartphones*⁵, unido al hecho de la facilidad de acceso a tarifas planas de datos móviles, cada vez más baratas y accesibles, y, por supuesto,

³ En general, se ha malentendido el término “economía colaborativa” como falta de ánimo de lucro, cuando en realidad solo se trata de un uso más eficiente de los recursos.

⁴ **Arrow K.** (1969), “Classificatory Notes on the Production and Transmission of Technological Knowledge”, *American Economic Review*. Papers and Proceedings, 59 (2).

⁵ Con más de 7.300 millones de dispositivos, el número de teléfonos móviles ha superado el número de personas en el mundo. En 2014 se vendieron 1.245 millones de *smartphones* en el mundo –lo que supuso un aumento del 28,4% respecto al año anterior. “Informe Mobile en España y en el Mundo 2015”; DITRENDIA; Digital Marketing Trends; <http://www.ditrendia.es/wp-content/uploads/2015/07/Ditrendia-Informe-Mobile-en-Espa%C3%B1a-y-en-el-Mundo-2015.pdf>



a los sistemas de geolocalización que permiten determinar con exactitud y rapidez la situación de los demandantes del servicio así como la posición exacta de los oferentes, permitiendo un “*matching*” más eficiente en estos mercados.

También se han solucionado los problemas de asimetría de información. Existe información asimétrica en un mercado cuando las partes que intervienen en un intercambio no cuentan con el mismo nivel de información sobre las condiciones del intercambio⁶. Este problema puede verse superado, en parte, por la nueva tecnología disruptiva y su utilización masiva, es decir, por estas *apps* que forman parte de los intercambios en la economía colaborativa. En concreto, en principio hay asimetría de información entre el cliente y el proveedor en varios aspectos. Uno muy importante es la calidad del servicio, que, *a priori*, no puede ser constatada y evaluada por un potencial usuario. Cabe recordar que estamos hablando de servicios que se identifican con los llamados “bienes de experiencia”, que son aquellos cuyas características relevantes, en este caso la calidad, no pueden ser determinadas por el cliente hasta que han sido adquiridos o consumidos⁷. En los mercados tradicionales se ha intentado solucionar en parte este tema mediante la regulación: especificaciones detalladas para los vehículos, requisitos para los conductores (licencia de conducir específica), normativa específica para alojar a potenciales clientes (la regulación existente para poder tener un hotel, hostel etc.). Sin embargo, la tecnología a través de la propia *app* permite solucionar de manera más eficiente (menos costes) estos problemas de información. La calidad del servicio es evaluada de manera continua y constante por los propios usuarios. La calidad medida por el cliente después de haber recibido la prestación elimina mucho mejor cualquier problema de información, ya que estas evaluaciones son publicadas en la propia *app* y están a disposición de cualquier usuario. Así, un mal servicio con malas evaluaciones tendrá menos probabilidad de conseguir nuevos usuarios y, además, las distintas aplicaciones podrán expulsar a aquellos que estime han prestado un servicio defectuoso o han incurrido en alguna falta mayor.

Mayor competencia, más beneficios para los consumidores

La competencia introducida por estas plataformas de bienes y servicios ha redundado en beneficios para los consumidores en relación al coste y la calidad del servicio, y numerosos informes han puesto de relieve que se incrementa la eficiencia con estos nuevos modelos de prestación de servicios, puesto que se crean

⁶ **Akerlof, G.**, “The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, No. 3. (Aug., 1970).

⁷ **Nelson, Philip**, “Information and Consumer Behavior”, 78(2). *Journal of Political Economy*, 311-329 (1970).



► **La tecnología ha permitido poner en contacto directo a oferentes y demandantes y dar respuesta a los problemas antes existentes. Y esta es la simple, pero muy importante, innovación disruptiva en la prestación de servicios**

nuevos nichos de negocio que antes no existían⁸. También ha servido para ayudar a los dueños de bienes (coches, alojamientos, herramientas...) a darles un uso más eficiente a esos bienes que tenían un exceso de capacidad y no estaban siendo utilizados al 100% de sus posibilidades.

La regulación de la economía colaborativa o de plataformas

La digitalización ha favorecido una profunda transformación de la oferta y la demanda, tanto de bienes y servicios tradicionales como de otros completamente nuevos. Por tanto, los problemas actuales relacionados con la economía colaborativa no consisten en resolver binomios simplistas tales como si es buena o mala, sino que las soluciones son mucho más complejas. Estas nuevas formas de suministro de bienes y servicios no solo existen, sino que su crecimiento es imparable en nuestra economía y, por tanto, hay que desarrollar una nueva regulación en los sectores afectados que sea de aplicación tanto para los operadores tradicionales como para los nuevos *incomers*. Las disrupciones tecnológicas rara vez se producen a gusto de todos los agentes implicados en un mercado cualquiera, y en los periodos de ajuste siempre se dan situaciones difusas y conflictivas. La dependencia del camino recorrido⁹ hace muy difícil que las Administraciones Públicas cambien la legislación del sector, pero es innegable que esta debe adaptarse a las nuevas expresiones de demanda y oferta que la tecnología permite. En este sentido, la penetración de las nuevas plataformas está cuestionando la supervivencia de regulaciones, privilegios y asimetrías, que pudieron tener una justificación en otro momento pero que los cambios tecnológicos han hecho desaparecer.

No se trata, como se podría pensar a primera vista, de establecer reglas para los nuevos “jugadores” sino de establecer nuevas reglas de “juego” para todos, porque la transformación digital ha revolucionado de tal manera el juego que las normas existentes carecen de sentido. Por ejemplo, en el sector del transporte, se está empe-

⁸ Un estudio sobre la ciudad de Chicago puso de manifiesto que la incorporación de Uber al mercado produjo una ampliación del volumen de negocio y se realizaron más viajes que antes, lo que implica que se ha conseguido mejorar no solo la eficiencia potencial sino también la riqueza a través de un incremento de una actividad económica (con valor añadido sobre otros medios de transporte público como el metro o el autobús, por ejemplo). **McDonald, A.** (2014) ‘UberData: Uber’s Economic Impact on the City of Chicago’. *Uber Blog*, 12 March 2014.

⁹ **Pierson, Paul** (2000). “Increasing Returns, Path Dependence, and the Study of Politics”, en **The American Political Science Review**, vol. 94, núm. 2, junio. Washington: The American Political Science Association.



► **La calidad del servicio es evaluada de manera continua por los propios usuarios. La calidad medida por el cliente elimina mucho mejor cualquier problema de información, ya que las evaluaciones son publicadas en las propias app**

zando a regular sobre cuántas licencias de vehículos de transporte con conductor (VTC) deberían existir con respecto al número de licencias de taxis, cuando en un periodo de tiempo muy reducido –algunos estudios hablan incluso de menos de dos años– podría haber coches autónomos¹⁰ que nos permitirían desplazarnos sin conductor por las ciudades. Uno de los efectos de la eliminación de límites cuantitativos sería la reducción del coste para el usuario¹¹. Gracias a la mayor competencia hay menores precios, más opciones de viaje y mejores incentivos a la innovación en la prestación del servicio. Esta disminución de precios de los servicios de movilidad urbana de mercado, además, contribuiría a aumentar su demanda en detrimento del uso del vehículo particular.

En el mismo sentido, la nueva regulación de las plataformas de alquileres de pisos turísticos o habitaciones en casas o pisos compartidos, exige como requisitos proporcionar un número de referencia catastral de las viviendas cedidas, proporcionar un número de identificación de todos los ocupantes de la vivienda o facilitar un número de contrato entre cedente y cesionario. Estas no son más que barreras de entrada, obstáculos para los arrendadores, que nada tienen que ver con un supuesto control tributario o defensa del consumidor y que no solo exceden sino que contradicen lo establecido por la Unión Europea en materia de fiscalidad y protección de datos.

Esta nueva realidad se impone y la revolución tecnológica pasa necesariamente por una nueva regulación para todos los jugadores, los antiguos y los nuevos. Así, se deben regular estos nuevos modelos de negocios conjugando la protección del consumidor, pero sin que ello suponga un freno a la innovación. Se debe desarrollar una nueva regulación específica para cada sector que internalice los potenciales efectos negativos, como podrían ser los problemas de responsabilidad civil, fiscalidad, etc., pero que no suponga barreras artificiales como excusa para la resolución de unos problemas que la innovación tecnológica ha hecho desaparecer. Así, uno de los temas más controvertidos es si la seguridad de los pasajeros de un VTC o de los inquilinos de una habitación o un piso está garantizada en caso de accidente,

¹⁰ Waymo, la empresa de coches sin conductor del conglomerado Alphabet Inc. al que también pertenece Google, inició en abril de 2017 en Arizona, su primera prueba abierta al público de vehículos autónomos.

¹¹ Mateo Silos ha realizado un estudio cuantitativo donde estima que la pérdida de bienestar de los consumidores en 2013 en el sector del transporte urbano, ocasionada por las restricciones a la competencia analizadas, asciende a 324,3 millones de euros.



► **La penetración de las nuevas plataformas está cuestionando la supervivencia de regulaciones, privilegios y asimetrías, que pudieron tener una justificación en otro momento pero que los cambios tecnológicos han hecho desaparecer**

como lo está con la regulación del servicio de taxi o la regulación de los servicios hoteleros. Pero precisamente la nueva regulación puede resolver fácilmente este tipo de problemas si exige a los dueños de los coches, pisos o incluso a las plataformas una póliza de seguros que cubra la responsabilidad en caso de accidentes ocurridos durante la prestación del servicio. Por supuesto, esta nueva regulación debería suponer también una gran simplificación de los requisitos que la antigua regulación de prestación de estos servicios tenían que cumplir y que deberían ser eliminados para todos para no dar pie a casos de competencia desleal. De la misma manera, los nuevos prestadores deberían contar con las mismas “ventajas” que hasta el momento tienen los prestadores tradicionales.

Respecto al control tributario, lo cierto es que las plataformas ofrecen una gran oportunidad en términos de trazabilidad y de control de la oferta, precisamente porque todas las transacciones quedan registradas a través de las distintas aplicaciones y existe la posibilidad, por tanto, de gravarlas con los correspondientes impuestos (ya sea IRPF, impuesto de sociedades o IVA). Esto es incluso más fácil que en los sectores tradicionales y simplemente debe incluirse en la regulación de cada intercambio de bien o servicio.

Por tanto, para concluir, se debe considerar que cualquier estructura de mercado, bien asentada a lo largo de mucho tiempo, puede encontrarse en crisis si se produce un cambio tecnológico que permite introducir formas de organización o gestión más eficientes. Y en estos casos se produce, con frecuencia, un desajuste entre el funcionamiento del sector y las normas legales que lo regulan. Si, como afirmaba Coase, la política económica supone realizar una elección entre instituciones sociales alternativas, y estas son creadas por el derecho o dependen de él en un momento determinado, es preciso reformular la regulación de las nuevas formas de mercado creadas por el cambio tecnológico.

faes
FUNDACIÓN

Suscripción a *Cuadernos de Pensamiento Político*:
www.fundacionfaes.org/pay/confirmBuy?id=6362

Suscripción a la *newsletter*:
www.fundacionfaes.org/es/newsletter

C/ Ruiz de Alarcón, 13
28014 Madrid
Tlf 915 766 857
info@fundacionfaes.org
fundacionfaes@fundacionfaes.org

DONACIONES

Multimedia

