

Plataformas digitales: una oportunidad para la economía española



El último trabajo publicado por el [Observatorio ADEI](#) aborda el análisis de las plataformas digitales y las oportunidades que ofrece su expansión para la economía y la sociedad españolas.

Pablo Hernández @HGPablo_I | Consultor del área de Economía Aplicada de Afi
Diego Vizcaíno @diegovizcainod | Socio del área de Economía Aplicada de Afi

La expansión de las plataformas digitales en la última década ha contribuido decisivamente a reconfigurar la estructura económica de muchos sectores y mercados, y a modificar los patrones y hábitos de consumo a escala mundial. Estas transformaciones, eminentemente tecnológicas, han dado lugar asimismo a un replanteamiento del marco regulador preexistente en muchos ámbitos, desde los servicios financieros, a la movilidad, entre otros muchos ejemplos.

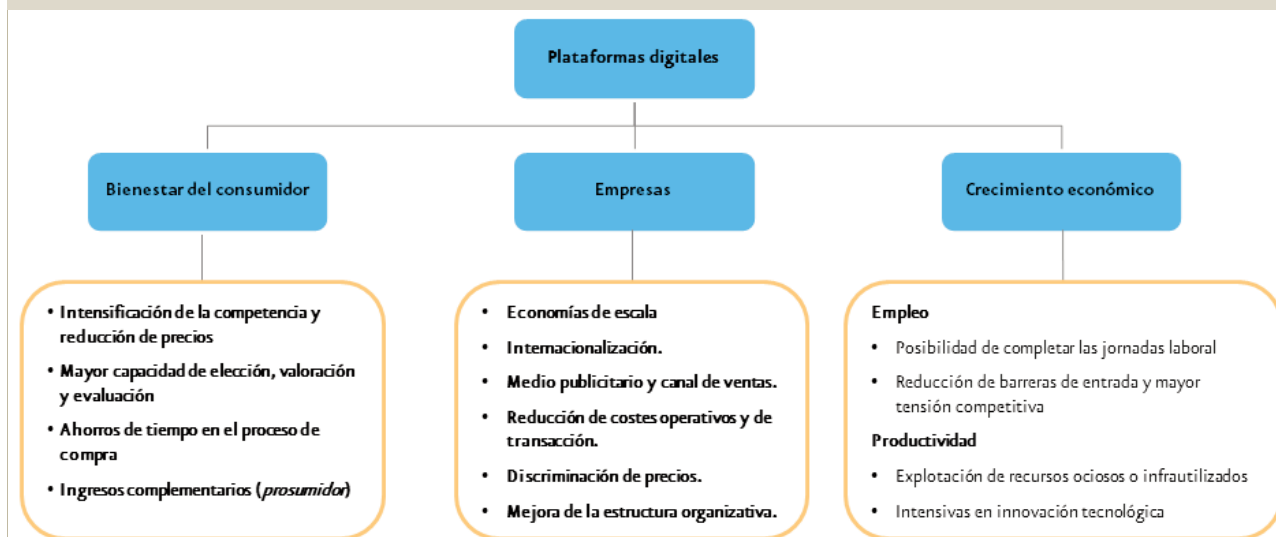
Varios factores se conjugan para explicar su extraordinario auge. Por un lado, la capacidad de la tecnología para transformar el proceso de intercambio y distribución de bienes y servicios (así como la propia producción en algunos casos) en la práctica totalidad de los mercados, así como de almacenar y procesar información a coste reducido o incluso nulo. Por otra parte, la generalización del uso de Internet móvil y la creciente digitalización de la población han facilitado la rápida adopción de estos nuevos modelos innovadores.

El último trabajo del [Observatorio ADEI](#) aborda el impacto de las plataformas digitales desde un enfoque de análisis económico, describiendo su funcionamiento, sus características peculiares y los canales a través de los cuales las plataformas son generadoras de bienestar para la sociedad y constituyen vectores de crecimiento económico y caracterizando su especial aportación a la modernización de la economía española.

Las plataformas (digitales y no digitales) son entidades que actúan como agente intermediario en mercados bilaterales o de varios lados, permitiendo que múltiples demandantes y oferentes se pongan en contacto entre sí. Su origen es tan antiguo como la propia existencia de los bazares o los mercados de abastos. Asimismo, lugares tan cotidianos como aeropuertos o centros comerciales reúnen también las características de una plataforma, al menos en su formato analógico:

- Permiten mitigar problemas muy habituales asociados a la falta de información en los mercados: **los cos-**

CANALES DE IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA ECONOMÍA



Fuente: Afi.

tes de transacción. Los aeropuertos centralizan y distribuyen la información necesaria (horarios, estado del espacio aéreo, etc.) para que aerolíneas y viajeros puedan ponerse en contacto de manera eficiente. En ausencia de una plataforma como la que encarna un aeropuerto (o un centro comercial), la dificultad para coordinar a viajeros (consumidores) y aerolíneas (establecimientos comerciales) sería mucho más elevada, pudiendo dificultar la propia existencia del mercado.

- Son propensas a generar **economías de red**. Este concepto, ampliamente estudiado en la literatura académica reciente¹, hace referencia a la dinámica en la que la presencia de usuarios en un lado de la plataforma incrementa el atractivo de esta para que nuevos usuarios, en el mismo lado (efecto directo de red) o en el otro lado (efecto cruzado de red) se sumen a la plataforma. En general, aquellos mercados en los que existen economías de red, se caracterizan por tener dos o más lados que se benefician al interactuar a través de una plataforma. Buenos ejemplos pueden encontrarse en el sector de medios de pago electrónicos, videojuegos, etc.

- **No neutralidad de la estructura de precios.** El éxito de una plataforma reside, precisamente, en mantener a los dos lados del mercado (oferentes y demandantes) en una proporción óptima. Para ello, la plataforma debe diseñar un sistema de precios tal que en ambos lados del mercado exista una «escala mínima eficiente». Por ejemplo, Netflix precisa disponer de un número mínimo de usuarios que incentive a los productores a distribuir su contenido a través de la plataforma. De la misma forma, los usuarios serán más tendentes a utilizar dicha plataforma cuanto más variedad de contenido (productoras) o

mejor calidad del mismo disponga. En este sentido, los precios cargados a ambos lados no son neutrales: un cálculo erróneo del precio óptimo de un lado del mercado puede desestabilizar el otro lado del mercado. En el caso de una plataforma, la estructura de precios es crucial para que los dos lados del mercado crezcan acompasados.

Si bien las características antes descritas son comunes a las plataformas con independencia de cuál sea su naturaleza, las digitales presentan, además, algunos atributos específicos diferenciales:

- **Flexibilidad:** no son infraestructuras físicas y rígidas -como las analógicas- que requieren grandes inversiones en activos físicos para ofrecer bienes o servicios. Los usuarios pueden adaptar su consumo a sus necesidades, así como convertirse en productores, cuando desean ofrecer algún bien o servicio a través de la misma plataforma (*prosumidor*).

- **Sistemas de reputación:** las plataformas digitales han conseguido implementar sistemas de valoración entre pares mucho más eficientes que los de la era analógica, contribuyendo a descentralizar totalmente las transacciones, gracias a la generación de **confianza** basada en la evaluación entre los propios productores y consumidores.

El trabajo del Observatorio ADEI enuncia una serie de recomendaciones estratégicas para lograr una mayor competitividad del ecosistema de plataformas. Entre ellas, destaca la eliminación de barreras regulatorias y trabas burocráticas, el fomento de la transparencia de información y la garantía del cumplimiento de la nueva normativa de protección de datos o la universalización del conocimiento digital ::

¹Tirole, J. y Rochet, J.C. (2003); Evans y Schmalensee, (2007).