Claves del éxito de un negocio colaborativo

Tras el éxito de Wikipedia, Uber, Airbnb o Zopa, nos encontramos con el auge de otras empresas basadas en modelos colaborativos en múltiples sectores.

1 de julio de 2016

Por Alejandro Lago y Sandra Sieber

¿Es Uber la solución para que el servicio de taxi sea más barato y de mejor calidad o tan solo una empresa que exprime a conductores a tiempo parcial con salarios más bajos? ¿Se debería permitir que Airbnb alquile habitaciones sin usar en viviendas de particulares o pararle los pies por su competencia desleal a los hoteles? ¿Es Zopa (préstamos P2P) el futuro del crédito bancario o se hundirá por un mal control del riesgo crediticio?

La llamemos economía colaborativa, del intercambio o entre iguales, el caso es que un nuevo paradigma de negocio está tomando forma gradualmente. Tras el éxito de Wikipedia, Uber, Airbnb y Zopa, por nombrar algunos de los ejemplos más conocidos, nos encontramos ante el auge de nuevas empresas en todos los sectores, desde el transporte y el alojamiento hasta el trabajo *freelance*, el reparto de comida a domicilio o los servicios financieros. Para algunos estos negocios son y seguirán siendo la tendencia más disruptiva que ha visto el mundo empresarial en muchos años. Y, como ocurre con cualquier paradigma disruptivo, el colaborativo no está exento de polémica.

Es innegable que la economía colaborativa tiene ventajas para los clientes, pero hay dudas significativas acerca de su eficiencia a largo plazo y sostenibilidad social.

Sus defensores sostienen que los ciudadanos podrán disfrutar de un mayor número de servicios a un mejor precio gracias a un uso compartido y eficiente de activos infrautilizados, la mejora del acceso y la democratización de la oferta. Y esto, a su vez, tendrá un impacto positivo en el crecimiento económico y el bienestar al estimular el consumo, aumentar la productividad y catalizar la innovación y el emprendimiento individual.

Sus detractores, en cambio, argumentan que el nuevo paradigma precariza el empleo, ya que se sustituyen los contratos fijos por el trabajo a tiempo parcial en serie. Y como se

©IESE Business School

aprovechan de la escasa regulación de este ámbito emergente, las nuevas estirpes de gigantes tecnológicos se están convirtiendo en monopolios.

En este artículo exponemos los efectos positivos y negativos de la economía colaborativa mediante un análisis estratégico de su modelo de negocio. Con ello, veremos que solo una fracción de los negocios P2P son genuinamente colaborativos. Subrayando sus diferencias, podemos ayudar a académicos, profesionales y legisladores a comprender mejor las posibles ventajas y carencias de las distintas modalidades en la nueva economía.

Una versión de este artículo se publica en la revista IESE Insight 30 (T3 2016).

Este contenido es exclusivamente para uso individual. Si deseas utilizar este material en clase, puedes adquirir las copias que necesites tanto de "Claves del éxito de un negocio colaborativo" (ART-2886) como de la revista completa en formato PDF mediante IESE Publishing.

Gracias por leer IESE insight
Para descargar el contenido haz clic en el botón de abajo

Alejandro Lago

Profesor ordinario y director del departamento de Operaciones, Información y Tecnología del IESE. Los intereses del profesor Lago se centran en la dirección de sistemas de operaciones complejas, tanto en el sector industrial como en el ámbito de los servicios.

Sandra Sieber

Profesora ordinaria del departamento de Iniciativa Emprendedora del IESE. Ha dedicado mucho tiempo al estudio del impacto de las TIC en las prácticas de trabajo de las organizaciones y las personas, y ha mostrado un interés especial en los avances más recientes sobre el impacto de los medios sociales en las organizaciones.

©IESE Business School