

El poder de los ecosistemas digitales

Diario Expansión (España)

Pablo Urbiola

12 Feb 2018

En pocos años, las grandes empresas tecnológicas han pasado de ser admiradas por su constante innovación para ofrecernos nuevos productos y servicios a ser señaladas como peligrosos gigantes todopoderosos. En el reciente foro de Davos, sin ir más lejos, George Soros acusó a Facebook o Google de poner "obstáculos a la innovación" y de ser una "amenaza para la democracia". Pero, ¿por qué han acumulado tanto poder las grandes empresas tecnológicas? Y, ¿cuáles son realmente los beneficios y los peligros que esto acarrea?

A pesar de que su oferta de productos y servicios es variada (redes sociales, comercio electrónico, búsqueda, sistemas operativos, tiendas de aplicaciones, etc.), estas empresas tienen en común una forma de relacionarse con los consumidores y de expandir su actividad. Alrededor del usuario van construyendo una red de productos y servicios que están conectados entre sí; un ecosistema digital que aprovecha sinergias y ofrece al cliente una experiencia integrada para satisfacer un amplio abanico de necesidades. Estos ecosistemas presentan tres características que explican su enorme poder: desarrollan efectos de red, son la puerta de entrada a otros mercados, y generan y explotan grandes cantidades de datos. Pero vayamos por partes.

En primer lugar, los efectos de red surgen porque los ecosistemas digitales permiten a los usuarios conectarse e interactuar entre ellos (por ejemplo, a través de una red social) y acceder, mediante marketplaces, a productos y servicios de distintos proveedores. De hecho, facilitar esas conexiones es una de las principales actividades de la mayoría de los ecosistemas, y por eso su valor aumenta conforme lo hace el número de participantes y su nivel de involucración. Estos efectos de red hacen que, cuando un ecosistema alcanza una determinada masa crítica, se beneficie de un círculo de retroalimentación positivo, que le permite consolidar con cierta facilidad una posición dominante.

En segundo lugar, los ecosistemas digitales ejercen un rol de guardianes o puertas de acceso a productos y servicios de otros mercados. Es el caso, por ejemplo, de los sistemas operativos móviles y de las tiendas de aplicaciones, que establecen las condiciones para crear y distribuir aplicaciones de mensajería, juegos o servicios de pago móvil. También son en ocasiones puertas de acceso los portales de búsqueda web, a través de los cuales los usuarios acceden a medios de comunicación, comercios electrónicos o servicios de reserva de viajes. Este rol de guardianes o puertas de acceso permite a los ecosistemas digitales ejercer un cierto grado de control sobre otros productos y servicios, y extender sus tentáculos hacia esos mercados relacionados, haciendo crecer así la red alrededor de los consumidores.

El tercer elemento clave de los ecosistemas digitales es la generación y explotación de 'big data'. Los servicios que ofrecen les permiten obtener una gran cantidad de datos sobre sus usuarios. Combinando y explotando adecuadamente esa información mejoran la calidad de los servicios (por ejemplo, personalizando más las propuestas comerciales) y desarrollan nuevas funcionalidades. Así logran aumentar la participación de los usuarios y adquirir nuevos, obtener aún más datos y seguir mejorando su propuesta de valor, lo que da lugar a un círculo de retroalimentación que refuerza su posición en el mercado.

Estas tres características de los ecosistemas digitales (efectos de red, puertas de acceso y 'big data') son claves para entender los beneficios y los riesgos que presentan. En principio, los consumidores disfrutaban de una experiencia de usuario sencilla e integrada, y pueden acceder a una oferta amplia y personalizada de productos y servicios. Y desde un punto de vista económico, los ecosistemas permiten aprovechar distintos tipos de sinergias: economías de escala y alcance, externalidades de red, etc.

El problema es que esos mismos factores llevan a la concentración de poder en unas pocas empresas cuyo dominio, además, atraviesa las barreras tradicionales entre sectores empresariales. Su red de productos y servicios puede convertirse en una tela de araña cada vez más fuerte y más grande, que acabe reduciendo las opciones al alcance de los consumidores. Para evitar que eso ocurra, es necesario desarrollar un marco regulatorio y de competencia que asigne adecuadamente las responsabilidades de quienes controlan los ecosistemas, y que garantice que los mercados digitales sean abiertos, competitivos, dinámicos e innovadores. Este es, de hecho, uno de los grandes retos públicos de la economía digital.

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.