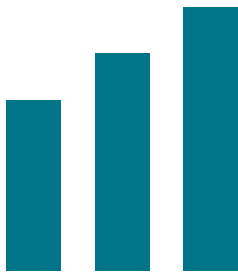


LA PERSONALIZACIÓN DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS A TRAVÉS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA: LOS LÍMITES AL SUPUESTO DE NO-TUISMO

Documento de reflexión



Gabriela Lizeth Pimentel Linares

Maestra en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Correo electrónico: gabrielapimentel@xanum.uam.mx

Fecha de recepción: 07/3/2017

Fecha de aceptación: 17/3/2017

Resumen

Con el auge de la economía colaborativa, la variedad de formas de interacción económica entre los individuos se ha ampliado considerablemente. Este fenómeno plantea un desafío importante para la ciencia económica, en cuanto a la manera en que se conceptualiza el comportamiento económico de los agentes y la actividad económica misma, pues generalmente se ha privilegiado el análisis del intercambio mercantil tradicional, además de que se ha adoptado como principio explicativo el supuesto de no-tuismo desarrollado por Wicksteed. El no-tuismo postula que las relaciones económicas se forman entre individuos que son indiferentes a las características particulares de los participantes y a los vínculos sociales entre estos. En este ensayo mostramos que esta característica no se verifica en las relaciones formadas dentro de la economía colaborativa, por lo que el supuesto de no-tuismo no tiene el alcance explicativo general que pretende.

Palabras clave: economía colaborativa, no-tuismo, intercambio mercantil.

Abstract

The diversity of economic interaction forms among individuals has considerably expanded with the rise of the collaborative economy approach. This phenomenon poses an important challenge in the way economic science conceptualizes economic behavior of agents as well as economic activity itself, because the analysis of traditional market exchange has been privileged over other forms of transaction and because the assumption of non-tuism developed by Wicksteed has been adopted as the main explanatory principle. Non-tuism postulates that economic relations are formed between individuals who are indifferent to the specific characteristics of all the participants as well as to the social links that connect them. In this paper

we show that, this characteristic is not verified in the relations formed within the collaborative economy, therefore, the assumption of non-tuism does not have the general explanatory scope that aims.

Keywords: *collaborative economy, non-tuism, market exchange.*

Introducción

En los últimos años, la economía colaborativa ha ido ganando cada vez más terreno y constituye ya una forma bastante significativa mediante la cual se realizan las diferentes actividades económicas. La efervescencia de la economía colaborativa en el mundo real después de la crisis de 2008 ha venido acompañada de una gran cantidad de producción teórica por parte de investigadores de distintas áreas de las ciencias sociales y administrativas, las cuales tratan de explicar este fenómeno que tiene implicaciones importantes en diversas áreas del conocimiento.

Mucho se ha escrito acerca de qué es la economía colaborativa, qué implicaciones tiene en el ámbito económico, ambiental, tecnológico, legislativo y cómo ha entrado y se ha desarrollado en espacios específicos a partir de análisis de casos concretos. En este ensayo se hace una reflexión distinta, nos preguntamos cómo este nuevo modelo de economía colaborativa, que crece cada vez más en todo el mundo, puede ser entendido desde la ciencia económica cuyos enfoques teóricos acerca

del comportamiento económico se han fundado, tradicionalmente, en el supuesto de no-tuismo, el cual postula que los agentes económicos no toman en cuenta las características personales de aquellos con quienes directamente realizan transacciones económicas, estableciendo así relaciones completamente impersonales.

Para realizar dicha reflexión, estructuramos el presente ensayo de la siguiente manera: en la segunda sección revisamos las particularidades de la economía colaborativa, de tal manera que podamos entender la especificidad del tipo de interacciones económicas que supone en comparación con los tradicionales intercambios mercantiles. En la tercera sección tratamos el supuesto que ha primado en la gran mayoría de las teorías económicas acerca del comportamiento de los individuos, que, en su versión más radical, ha constituido el modelo del homo economicus. Por último, en la cuarta sección concluiremos analizando qué tan poderoso es este supuesto a la luz de las características particulares de las relaciones económicas que se establecen a través de la economía colaborativa.

1. La economía colaborativa y las nuevas formas de interacción económica entre los individuos

A pesar de que la colaboración entre los individuos no es un concepto nuevo, lo que se ha denominado como economía colaborativa es un fenómeno

reciente y que ha irrumpido de una forma tan acelerada en numerosos espacios de la vida económica luego de la crisis mundial de 2008 que pareciera que los esfuerzos teóricos por definirla y conceptualizarla van siempre persiguiendo su desarrollo real, tratando de captar su amplitud y su profunda diversidad.

Según Durán *et al.* (2016, p. 25), el concepto de economía colaborativa fue utilizado por primera vez por Ray Algar en 2007 y se comenzó a popularizar en 2010 con la publicación del libro *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption* de Botsman y Rogers. Según estos dos últimos, la economía colaborativa es una «economía basada en redes interconectadas de individuos y comunidades en contraposición a instituciones centralizadas, transformando de esta manera la forma en que consumimos, producimos, financiamos y aprendemos». Para Cañigüeral (2016, p. 17), la economía colaborativa incluye «las prácticas y modelos económicos basados en estructuras horizontales y comunidades que transforman nuestra manera de vivir, trabajar y crear».

Un elemento importante en la definición de la economía colaborativa es que las redes de individuos y de comunidades en las cuales está basada se sostienen, fundamentalmente, a través de medios electrónicos de comunicación. Por las propias características de la tecnología, este elemento distintivo hace posible que la economía colaborativa tenga el alcance global y acelerado que ha mostrado desde su surgimiento. Incorporando este elemento, la definición de economía colaborativa ofrecida por Hamari, Sjöklint y Ukkonen (2015, p. 1) va especificando aún más el concepto: la economía colaborativa es «la actividad de igual a igual de obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios coordinados a través de servicios online basados en la comunidad».

La economía colaborativa hace énfasis en el uso de los bienes y servicios más que en la propiedad de los mismos, en este sentido, Navio *et al.* (2016, p. 7) señalan que a partir del modelo colaborativo «parece estar creándose una nueva estructura de relaciones económicas que no se basa en la acumulación de posesiones, sino que se soporta en la especialización y/o minimización de los bienes propios, poniendo los mismos a disposición de otros usuarios». Así, compartiendo en lugar de acumulando, se incentiva que los recursos que en momentos determinados están ociosos para los propietarios, se compartan con otros individuos que los necesitan a cambio de una compensación correspondiente.

Las relaciones económicas que se forman al interior de este nuevo modelo tienen una base tecnológica que permite conectar rápida y fácilmente a los oferentes y a los demandantes de los bienes y servicios, a la vez que brinda a cada uno de ellos información vasta acerca de la transacción económica (precio, calidad, condiciones, etc.), de una forma tal que los intercambios tradicionales – sin apoyo tecnológico– no podrían hacerlo.

La economía colaborativa ha tenido auge luego de la crisis de 2008. Se cree que la razón principal de este hecho, además del nivel de conocimiento tecnológico alcanzado, es que las personas han buscado urgentemente la forma de subsistir y de sacar a flote una situación económica bastante difícil. Bajo esta lógica, quienes tenían bienes y servicios que podían ofrecer, lo hacían, tratando de obtener ingresos de donde antes no los obtenían y, quizá, de donde ni siquiera se les habría ocurrido obtenerlos (rentar su auto, su casa propia, etc.). Por su parte, a quienes necesitaban bienes y servicios que, por la precariedad de la situación, no podían costear, la economía colaborativa les planteó la posibilidad de, o bien obtenerlos a precios más bajos que los que podían encontrar en el mercado tradicional, o bien adquirirlos solo

parcialmente, es decir, arrendándolos, sin tener que comprar su propiedad completa.

Este nuevo modelo de economía ha trascendido tanto entre particulares como en la constitución de grandes empresas, y ha ido en un aumento continuo. Ejemplos de empresas colaborativas que por su gran cantidad de usuarios se han vuelto un emblema en este campo y que necesariamente debemos mencionar son Airbnb, Couchsurfing, Uber, Cabify, Bla Bla Car y ebay.

Las transacciones que se realizan entre los participantes de la economía colaborativa, están mediadas por las «reglas del juego» que cada empresa define –establecimiento de precios, medios de pago, formas de entrega de bienes y servicios, evaluaciones, etc–. En este tipo de transacciones económicas, los participantes tienen acceso a información particular de las personas específicas con las que interactúan, de tal manera que antes de las transacciones, los participantes pueden revisar los perfiles personales de los demás involucrados y hacer una valoración. Estos perfiles contienen, generalmente, información personal, así como las opiniones y evaluaciones que otros que ya han interactuado con ellos.

El acceso a la información personal de los participantes intenta crear un ambiente de confianza que resulta un elemento clave en las relaciones económicas a través de la red. La confianza, a su vez, depende de la reputación, que es un elemento que cada individuo va construyendo de acuerdo con su historial de interacciones. Una buena reputación significará que la persona en cuestión es confiable para realizar transacciones, lo que le abrirá muchas más posibilidades que, por ejemplo, a una persona que tiene mala reputación, y en el cual será difícil confiar. La reputación es un elemento tan fundamental en el funcionamiento de la economía colaborativa e incluso ya hay empresas¹¹ dedicadas a crear «pasaportes», que no son más que la unificación de las evaluaciones y

opiniones que un individuo obtiene de las diferentes comunidades, de tal manera que este pueda tener un estándar de reputación que, además de ser más completo, tenga una validez global.

La consideración de características personales particulares que conforman la reputación de una persona en la comunidad resulta un elemento sumamente interesante de la economía colaborativa, pues constituye una gran diferencia entre esta y los intercambios mercantiles de la economía tradicional. En el intercambio mercantil tradicional se requiere únicamente que los términos de intercambio estén bien definidos al momento de realizarse la transacción, mientras que en las transacciones de la economía colaborativa, los participantes requieren, además, tener la posibilidad de informarse acerca de características individuales de la persona con quienes llevarán a cabo una transacción, con el fin de evaluar la pertinencia o la viabilidad, de, efectivamente, llevarla a cabo.

Así, a través la economía colaborativa se rompe completamente con el anonimato y la despersonalización de las relaciones económicas que prima en las transacciones mercantiles tradicionales.

2. El supuesto de no-tuismo como base de la explicación de las relaciones económicas

Todo lo referido en la sección previa hace referencia a la economía colaborativa justo donde se desarrolla, esto es en el mundo real pero ¿qué sucede en el ámbito puramente teórico?, las diferentes teorías económicas ¿son capaces de plantear estas nuevas realidades emergentes?

La gran mayoría de enfoques teóricos de la ciencia económica han basado su conceptualización del comportamiento y de la actividad económica, explícita o implícitamente, en el principio de no-tuismo. Según Wicksteed (1967), el no-tuismo es la característica específica básica de las relaciones económicas y delimita el campo entre «lo económico» y «lo no-económico». Dicho

¹ Véase <https://traity.com>

principio postula que, en las interacciones económicas, los agentes no piensan en nada más que en la ventaja que pueden sacar de la negociación, dejando de lado cualquier tipo de consideración a los otros participantes –con quienes interactúan directa o indirectamente– y a los vínculos que pueden formarse entre ellos.

Para Wicksteed:

El hombre de negocios piensa una transacción o un negocio tal como pensaría una movida en un juego de ajedrez, él quiere hacer un buen negocio y no está pensando directamente en nada más. Toda clase de consideraciones de lealtad, de humanidad, de reputación, etc., están presentes, como influencias restrictivas; y pueden precipitarse fácilmente y emerger en la conciencia en cualquier momento de vacilación o de reflexión; pero al hacer su trato, el hombre de negocios no suele pensar en estas cosas, y cuando piensa en ellas actúan principalmente como restricciones. (p. 180)

Con el no-tuismo se deja de lado incluso la consideración misma de los fines individuales en el momento de la transacción, al respecto Wicksteed señala que [el hombre de negocios]

Tampoco está pensando en los propósitos últimos a los cuales aplicará los recursos que gane. No piensa ni en misiones a los paganos o en fondos para la hambruna, o en su renta bancaria, o en su asociación política. Pero tampoco, está pensando en su esposa o familia, ni en sí mismo, (...), ni en nada más excepto su negocio. (*idem*)

El no-tuismo conlleva a pensar el comportamiento del agente económico en términos absolutamente estratégicos²², «[...] él está exactamente en la posición de un hombre que está jugando un juego de ajedrez o de cricket. No está considerando nada excepto su juego» (*ibidem*, p. 181). Finalmente, cuando el no-tuismo cesa, entonces la conducta del individuo deja de ser totalmente económica.

Así, con el principio de no-tuismo, Wicksteed define el comportamiento económico de los agentes y delimita lo que para él –y para muchos economistas– constituye la actividad económica misma. Pero, además, con esta idea, Wicksteed ofrece una postura en relación al debate altruismo/egoísmo siempre presente en la ciencia económica. La postura predominante en este debate es la del egoísmo como motivo y regla general del comportamiento de los agentes que llega a su extremo radical en el modelo del homo economicus, en el cual se deja de lado, necesariamente, la consideración de comportamientos altruistas dentro del ámbito de la economía. El supuesto de no-tuismo como

²² En esta conceptualización del comportamiento económico de los agentes podemos rastrear un antecedente de una de las ideas centrales de la teoría de juegos, a saber, la idea de que los jugadores buscan las mejores estrategias de tal manera que logren maximizar sus pagos.

característica del comportamiento económico, da como resultado algo muy parecido al egoísmo, pero que no es exactamente lo mismo:

Puesto que un hombre, cuando hace negocios, sólo piensa en su propio negocio, y cómo tratar con su corresponsal, y con nadie más, la exclusión del «tu» equivale a la supervivencia solitaria del «ego». De modo que, después de todo, el «altruismo» no tiene cabida en el negocio, y el «no-tuismo» equivale al «egoísmo». Y, de hecho, puede ser cierto que, por regla general, el hombre de negocios no esté pensando en ningún «otros» en el acto de negociar, pero aun así el término «egoísmo» es erróneo ¡porque tampoco piensa en sí mismo! (idem, p. 180)

Con esto, se intenta romper con la idea de que el egoísmo es el que prima en el comportamiento de los agentes económicos, pues al final de cuentas la característica de la vida económica sería esta especie de indiferencia absoluta definida por el concepto de no-tuismo³³.

La indiferencia entre los agentes que supone el principio de no-tuismo, da como resultado la conceptualización de las relaciones económicas como relaciones totalmente impersonales, donde se excluye cualquier tipo de consideración que no tenga esta connotación estratégica que solo se interesa por la ventaja que se puede obtener en el acto de negociar. La primacía implícita o explícita de la idea de no-tuismo en las diversas teorías económicas ha dejado fuera del campo de estudio a cualquier relación que no

³³ El principio de no-tuismo deja fuera de una forma débil al egoísmo –pues el individuo seguirá buscando su propia ventaja al actual–, pero más fundamentalmente deja fuera al altruismo pues, bajo esta lógica, puede llegar a entenderse como una actividad no-económica. No nos detendremos en este punto, sin embargo, cabe señalar que mediante las donaciones y los regalos se distribuyen y redistribuyen bienes y servicios en la economía, de tal forma que habría motivos suficientes para introducir este tipo de transacciones en el análisis económico.

se rija por dicho principio. Particularmente, el análisis se ha centrado en el intercambio mercantil como la relación económica por excelencia.

El intercambio mercantil tradicional constituye la relación económica dominante en el sistema capitalista y, quizá es por esta razón, los economistas han centrado mayoritariamente su atención en él, reduciendo prácticamente todas las relaciones económicas a la relación de intercambio (Zamagni, 2004).

El intercambio mercantil se caracteriza porque en él se verifican dos propiedades, estas son la regla del *quid pro quo* –intercambio de equivalentes–, y los términos de intercambio plenamente determinados en el momento de realizar la transacción. Esta última propiedad da lugar al establecimiento de una relación contractual entre quienes participan en un intercambio mercantil. El intercambio puede ser explicado como una relación impersonal, pues, lógicamente, no se necesita que los agentes se involucren mucho más o que tomen en cuenta elementos personales, pues ya todo está definido y regulado a través de la obligación contractual que adquieren.

Tal vez Wicksteed, cuando pensaba en el no-tuismo como regla general del comportamiento de los agentes en el ámbito económico, estaba pensando únicamente en el intercambio mercantil tradicional, y, con esto, las características propias del intercambio mercantil, aparecieron, erróneamente, como las características propias que tiene o debe tener la actividad económica en sí misma.

Decimos erróneamente porque el intercambio mercantil es solo una de las tantas posibles transacciones y relaciones económicas. La hegemonía teórica del intercambio sobre otro tipo de transacciones no significa que estas otras no existan y no estén constituyendo relaciones económicas basadas en otros principios y características.

Conclusiones: el alcance del supuesto de no-tuismo a la luz de la economía colaborativa

En la realidad, el intercambio mercantil coexiste con otro tipo de transacciones que tienen características distintas a este y forman otro tipo de relaciones económicas cuya existencia no debemos negar. No obstante, desde hace algunos años con el surgimiento y el auge del modelo de economía colaborativa, la existencia de relaciones distintas de la formada por el intercambio mercantil se ha hecho cada vez más evidente. Dichas relaciones han penetrado en gran parte de los espacios de la vida económica de los individuos y de las empresas, por lo que se vuelve aún más urgente dejar de pensar en la hegemonía, tanto teórica como empírica, de un solo tipo de relación económica y reconocer la diversidad de transacciones económicas existentes.


Sin embargo, este reconocimiento, trae consigo un gran problema, y a la vez, un gran desafío. En primer lugar, tenemos que, para aquellos enfoques que han tomado el principio de no-tuismo como base de su conceptualización y construcción teórica, y lo han entendido como la regla general del comportamiento de los individuos, y, con esto, de la actividad económica misma, se presenta una dificultad al querer realizar un análisis de las relaciones que se suscitan en el campo de la economía colaborativa, pues en estas no rige dicho principio, sino que por el contrario, existe en ellas una consideración de las características personales de los participantes y de los vínculos no solo económicos, sino también sociales que se forman entre ellos.

En las relaciones económicas que se dan dentro de la economía colaborativa, generalmente se toma en cuenta, entre otros tantos posibles aspectos personales, la reputación, la confiabilidad, la amabilidad. A través del historial de opiniones o evaluaciones que tiene cada participante. Es precisamente por esto que la indiferencia absoluta al «tú» que postula el principio de no-tuismo definitivamente no puede cumplirse.

Se puede hablar así de una personalización de las relaciones económicas en el modelo de economía colaborativa, en donde el componente de la socialidad juega un papel fundamental. Ya no se trata del típico agente aislado o indiferente a su entorno que se esbozaba en el modelo del *homo economicus*, sino de un individuo cuya actividad económica es, en cierta medida, determinada por los vínculos sociales que forma⁴.

Basarse en el principio de no-tuismo conduce a pensar que el individuo se comporta de una forma esencialmente estratégica en su actuar económico, bajo la cual podría desprenderse de todas las influencias personales y sociales que, efectivamente,

⁴ Independientemente de si estos vínculos sociales son formados a partir de medios virtuales, pues incluso estos espacios son conocidos como comunidades.



actúan sobre él. De tal manera que la actividad económica se separara de dichas influencias y el ámbito económico quedara como un espacio perfectamente independiente de la vida social.

Esta idea nos llevaría a pensar, por una parte, que el intercambio mercantil tradicional es la única forma en la que se expresa la actividad económica –lo cual es falso–, y, por otra parte, que las transacciones distintas a este son no-económicas o no-mercantiles. Esto último es igualmente falso pues tendríamos que decir que las transacciones y las relaciones que se forman en los espacios de la economía colaborativa son no-económicas cuando evidentemente lo son, o que son no-mercantiles cuando existen dentro del mercado aun desafiando las formas tradicionales de este.

Así, el principio organizador de gran parte de los desarrollos teóricos en economía resulta insuficiente para analizar las nuevas realidades que nos plantea la economía colaborativa, por lo que el gran desafío que conlleva el reconocimiento de estas nuevas formas de interacción económica consiste en repensar y reformular los principios sobre los cuales se construyen las teorías del comportamiento económico y la forma misma en la que se conceptualiza la actividad económica.

Referencias

- Botsman, R. y Rogers, R. (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- Cañigueral, A. (2016) «Hacia una economía colaborativa «responsable» en *Oikonomics*, 6, 16-27.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M. y Maldonado-Erazo, C. (2016). «Economía colaborativa: análisis de la producción científica en revistas académicas» en *Revista de Gestão e Secretariado-GeSec*, 7(3), 1-20.
- Hamari, J., Sjöklint, M. y Ukkonen, A. (2015) «The sharing economy: why people participate in collaborative consumption» en *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
- Navio, J., Santaella, J., Portilla, J. y Martín, J. (2016) García, J. (coord.) *Informe sobre economía colaborativa*. España: Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación.
- Wicksteed, P. (1967) *The Common Sense of Political Economy*. Volume I. London: Routledge & Kegan Paul.
- Zamagni, S. (2004) «Towards an economics of human relations: on the role of psychology in economics». En *Group Analysis*, 37, 17-32.

