

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES



**“ECONOMÍA GIG Y BLITZSCALING. UNA EXPOSICIÓN SINTÉTICA PARA
EMPRENEDORES NO BILINGUES”**

PRESENTADO POR:
Miguel Ángel Malagón Reyes

BOGOTÁ D.C., 2023

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES



**“ECONOMÍA GIG Y BLITZSCALING. UNA EXPOSICIÓN SINTÉTICA PARA
EMPRENDEDORES NO BILINGUES”**

**TRABAJO DE GRADO (MONOGRAFÍA) PARA OPTAR POR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE ADMINISTRADORES DE EMPRESAS COMERCIALES**

PRESENTADO POR:
Miguel Ángel Malagón Reyes

ASESOR:
Edgar Miguel Hernández Hernández

BOGOTÁ D.C., 2023
15 DE JUNIO

Tabla de Contenido

Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9
Justificación	10
Objetivos	11
Delimitación	11
Marco Teórico	13
Marco de referencia	21
Antecedentes	25
Metodología	33
Recopilación de la Información	34
Desarrollo	37
Frecuencia de palabras en Artículos de prensa	38
Frecuencia de palabras en Vídeos	42
Frecuencia de palabras en Artículos Académicos	47
Frecuencia de palabras en Reportes	52
Frecuencias totales	56
Conclusiones	63
Recomendaciones y sugerencias	70
Referencias	73
ANEXOS	78

Tabla de Tablas

Tabla 1	39
Tabla 2	41
Tabla 3	44
Tabla 4	46
Tabla 5	48
Tabla 6	51
Tabla 7	53
Tabla 8	55
Tabla 9	59
Tabla 10	60
Tabla 11	61

Tabla de Figuras

Figura 1 Nube de palabras por frecuencias absolutas sin clusterizar.	63
Figura 2 Nube de palabras por palabras más repetidas en mayor cantidad de referencias examinadas.....	64

Resumen

La presente investigación realiza una exposición introductoria y crítica de los conceptos *Economía gig* y *Blitzscaling*, con el objetivo de acercar estos términos de enorme relevancia a los lectores hispanohablantes no bilingües. Una vez realizada esta exposición se presenta una investigación cualitativa que busca reconocer los términos más usados con relación a la Economía gig y el Blitzscaling, para ello se realiza una recopilación de información de fuentes académicas y divulgativas (Artículos académicos, artículos periodísticos, videos divulgativos, capítulos de libros, reportes), las cuales ayudaron a establecer y depurar términos clave para recopilar más documentos que permitieran realizar el análisis de frecuencias. Finalmente, se concluye que las relaciones entre Blitzscaling y Economía gig no son explícitas en la literatura; adicionalmente, se evidencia que la metodología de análisis tiene un importante peso sobre las conclusiones y se señalan dos alternativas para comprender los resultados derivados de las frecuencias de usos.

Palabras Clave: *Economía gig, Métodos cualitativos, Blitzscaling, Emprendimiento, Administración de empresas.*

Abstract

This research makes an introductory and critical exposition of the concepts Gig Economy and Blitzscaling, with the aim of bringing these terms of enormous relevance to non-bilingual Spanish-speaking readers. Once this exhibition is made, qualitative research is presented that seeks to recognize the most used terms in relation to Gig economy and Blitzscaling, for this purpose a compilation of information from academic and informative sources (academic articles, newspaper articles, informative videos, book chapters) is made, which helped to establish and refine key terms to collect more documents that would allow frequency analysis. Finally, it is concluded that the relationships between Blitzscaling and Gig Economics are not explicit in the literature, although when comparing the information derived from the authors who address these issues, it is possible to observe their conceptual and practical proximity, since the second is a business model of rapid diffusion with which, it is said, some of the most important contemporary Tech companies have achieved their success. Additionally, some cross-sectional categories are proposed among the various sources consulted.

Keywords: *Gig Economy, Qualitative Methods, Blitzscaling, Entrepreneurship, Business Administration.*

Introducción

¿Quién no ha escuchado acerca de Uber? ¿Quién no se ha enterado de que las personas más ricas de la tierra han conseguido sus riquezas con empresas relacionadas con la innovación y la disrupción tecnológica? ¿Quién no ha escuchado de Silicon Valley y sus innovadores en busca de financiación?

Este trabajo se encarga de abordar tangencialmente estas preguntas, pues explora la bibliografía desarrollada a partir del surgimiento de la Economía gig (Gig Economy) y su relación con el Blitzscaling como modelo de empresa, lo cual ofrece amenazas y oportunidades para los emprendedores que deseen incursionar en los mercados que esta economía posibilita; la revisión bibliográfica acerca de este tipo de economía ha mostrado un cambio de perspectiva debido a su establecimiento como factor fundamental de las interacciones sociales contemporáneas.

Los conceptos de Blitzscaling y Economía gig refieren a fenómenos nombrados y modelados por las disciplinas empresariales y económicas de maneras disímiles, a lo largo de su corta historia y en cada una de las latitudes en que ha dejado su impronta. Desafortunadamente, actualmente la literatura sobre Economía gig en español no ha alcanzado el nivel de profundidad que tiene en inglés, presumiblemente por las brechas económica y tecnológica que separan a Latinoamérica y el caribe de los países angloparlantes. Sin embargo, en este momento el desarrollo de los mercados gig se ha vuelto global desigual y muchos de los desafíos que otras naciones (como Estados Unidos, o Inglaterra) ya han tenido que enfrentar y comprender, apenas están en expansión en nuestras naciones, principalmente porque son coletazos económicos experimentados por compañías transnacionales, empresas gig, que se multiplican en prácticas similares dentro de diversas culturas y contextos.

Esta elaboración nace a partir de una duda no resuelta cuando fue difícil encontrar una respuesta a ¿qué necesita comprender una empresa gig para ser exitosa?, que derivó de las noticias acerca de la desfinanciación de Uber, lo que parecía ser un auge y destrucción de plataformas digitales y las noticias polémicas acerca de malas prácticas organizacionales por parte de empresas como Uber, Rappi o GrubHub; al indagar sobre esta polémica mediática se encontró como muchos unicornios levantaron capital partiendo de una estrategia económica muy arriesgada; lo cual ha derivado en la aceptación de una burbuja económica de las apps (plataformas digitales).

Sin embargo, una vez se tuvo esta respuesta se presentaron muchas más preguntas de difícil solución, entre las cuales destacan

¿Es posible una organización gig que no parta de números en rojo?

¿Los problemas socioeconómicos derivados de la Economía gig se relacionan con el desarrollo económico del país en que se presentan?

Justificación

Actualmente se vive en un contexto fuertemente interconectado, en el cual las plataformas digitales y las redes sociales son el lugar en que pueden conseguirse la mayor cantidad de clientes por defecto; sin embargo, los emprendedores latinoamericanos no disponen de la suficiente información para poder tomar decisiones apropiadas para insertarse en la Economía gig.

Por esta razón se considera necesario abordar la Economía gig y el modelo Blitzscaling como un elemento anterior al establecimiento de cualquier estrategia de mercadeo, que termina

definiéndolas y determinándolas, debido a que cambia el contexto en que estas se toman al influir en el mercado laboral y la sociedad.

En esta medida, la decisión de integrarse a la Economía gig y las plataformas puede conllevar múltiples pesos que las personas no toman en cuenta al momento de realizar su inscripción a estos servicios y a pesar de que las plataformas puedan ofrecer múltiples facilidades para los emprendedores novatos, es necesario que sean conscientes de las amenazas que puede confrontar su negocio al momento de empezar a depender de un tercero para su gestión de clientes, de mercadeo y manejo de pagos.

Objetivos

El objetivo principal es realizar una exposición de la Economía gig contemporánea enfatizando sus oportunidades y amenazas, para dar un contrapeso realista que optimice el desarrollo de estrategias de mercadeo adecuadas.

Este objetivo principal conlleva un objetivo secundario: exponer las consecuencias que se ha encontrado derivan de las amenazas y oportunidades de la Economía gig.

Delimitación

Debido a que la literatura más refinada respecto a la Economía gig se encuentra en inglés, este trabajo se encarga de analizar las relaciones conceptuales derivadas de trabajos situados en Estados Unidos e Inglaterra, principalmente. En estas condiciones el trabajo del presente texto requirió la lectura de múltiples fuentes que muy pocas veces situaron su conocimiento para mercados latinoamericanos. Sin embargo, es necesario recordar que, derivado de las dinámicas propias de la globalización, los mercados de diversas latitudes se ven presionados por fuerzas

externas como la adopción de modelos de negocios pensados para trabajar en el mercado estadounidense, o el europeo.

Marco Teórico

Esta investigación busca comprender qué tipo de relación puede existir entre *Economía gig* y *Blitzscaling*, debido al auge constante que tienen los negocios de rápido crecimiento, aunque es importante aclarar que no toda estrategia de crecimiento rápido es *Blitzscaling* (o de tipo *blitzscalar*).

Los fenómenos anteriormente mencionados son resultado de las presiones y cambios derivados de la globalización y el establecimiento de internet como una dimensión fundamental de la vida contemporánea (Báez Melián et al., 2023; Han, 2021), adicionalmente, gracias al éxito de los gigantes de la tecnología (Inicialmente afincados en Silicon Valley) como Google, Amazon o Uber ambos fenómenos han empezado a llamar la atención de agentes externos a la industria Tech y los circuitos de emprendimiento estadounidense, en los cuales ya existen algunas personas expertas en levantar capital para ciertos tipos de iniciativas (Navas & Hu, 2022; Singh, 2022), algo que preocupa cuando implica nuevas barreras para el florecimiento de emprendimientos ajenos a las dinámicas específicas del mercado Emprendedor:

“...The larger divergence in median deal sizes between serial and novice entrepreneurs in the early and late stages suggests that even market proven products and demonstrated revenue growth cannot overcome the inherent investor confidence afforded to serial entrepreneurs. Ideally, this gap would shrink in the early stage and become even smaller in the late stage because businesses’ key performance indicators (KPIs) such as annual recurring revenue (ARR) or EBITDA can be more easily compared than founder experience” (Navas & Hu, 2022, p. 4).

En este texto se aborda la *Economía gig*, un término con diversos usos y definiciones, que ya ha sido definido por otros autores, por ejemplo:

“...the term gig economy to refer to labor markets that are characterized by independent contracting that happens through, via, and on digital platforms. The kind of work that is offered is contingent: casual and non-permanent work. It may have variable hours and little job security, involve payment on a piece-work basis, and lack any options for career development...While the term has traditionally been used to refer to a broader range of activities that happen in both digitally mediated and non-mediated ways (such as bike messengers and cab drivers), we focus in this book on digital platforms because of the scale they involve. The platform is the digital base upon which the gig firm is built.”
(Woodcock & Graham, 2020, p. 10)

Es decir, este término relaciona los conceptos de *plataforma (digital)*, *empleo e independencia*, lo cual implica subordinar los aspectos económicos y financieros, a los aspectos sociales y económicos. Sin embargo, para esta investigación resulta importante definir la *Economía gig* como aquella economía que facilita la conexión entre consumidores y prosumidores (puesto que todo productor puede ser, a su vez, consumidor) a través de la mediación de plataformas digitales (Carrión, 2022; tutor2u, 2018); este tipo de economía ha conseguido crecer de manera inusitada a lo largo de los años, que, de acuerdo con un informe preparado por MasterCard y Kaiser Associates (2019), proyectaban un crecimiento de la *Economía gig* yendo de los 204 mil millones de dólares en 2019 a los 401 mil millones de dólares en 2022 (sin tener en cuenta la pandemia derivada del COVID).

Esta influencia de la *Economía gig* en las economías contemporáneas ha llevado a diversos autores a reconocer la importancia del ciberespacio en cuanto espacio de negocios, interacción y modificación del mundo (Caputo et al., 2021; Márton, 2022; Smicek & Giacometti, 2018) pues muchas de las compañías que han crecido gracias a internet ahora son agentes sociales y culturales de importancia capital, debido a su papel en tanto vehículos culturales y su influencia económica (material).

Por esta razón las *plataformas*, que median entre consumidores y prosumidores deben entenderse como nuevos agentes a nivel laboral, social y económico (tutor2u, 2018), como ocurrió con el ingreso de Uber en los servicios de transporte global, una discusión derivada de las condiciones ventajosas que tenía esta empresa debido a la desregulación de la *Economía gig*, frente a las normativas que regían a los antiguos actores dominantes, principalmente taxistas:

“...Behind Silicon Valley rhetoric, much of what appears to be technological innovation turns out to be a means of circumventing legal regulations, including minimum wage laws. By misclassifying its workers, Uber avoided paying hundreds of millions of dollars into US state unemployment insurance schemes.” (Benanav, 2019, p. 4).

El presente trabajo no profundiza en la literatura sociológica con la cual se aborda el problema de los *trabajos precarizados*, aunque es uno de los temas que mayor importancia ha cobrado por la mencionada relevancia de la *Economía gig* a nivel global (por ejemplo, Standing (2011)):

“...Although it is only a decade old, platform-mediated gig work has insinuated itself into many sectors of economic life, provoking debate about how this form of work

organization can be understood. The early literature tended toward sweeping claims such as predictions of an end to employment (Sundararajan 2016) or a shift to a regime of predatory platform capitalism (Lobo 2014, Srnicek 2016). However, a growing literature now provides a more empirically grounded and complex account of platform labor. Key questions have come into view.” (Vallas & Schor, 2020, p. 16.2)

De hecho, la divulgación sobre *Economía gig* en YouTube principalmente se ocupa de la dimensión sociológica de la misma (por ejemplo, Wisecrack, 2022; Café Kyoto, 2022; BadEmpanada, 2021; Chaz, 2020; o Context, 2021), y de su relevancia respecto al mercado laboral y los derechos adquiridos históricamente en este campo, por lo cual prioriza la relación de la Economía gig con el *precarizado* (*precariat*), un sujeto económico análogo al *proletariado* del siglo XIX, y la denominada *precarización de las condiciones laborales*, es decir: la pérdida, gradual o inmediata, de garantías que una sociedad considera mínimas para el bienestar del trabajador, la empresa y ella misma (Popan, 2021; Woodcock & Graham, 2020; Wisecrack, 2022).

La emergencia de estos agentes económicos muchas veces se ha considerado como un factor disruptivo que crea empleos inexistentes, pero diversas fuentes han demostrado que en el caso de la *Economía gig* y el *Blitzscaling*, lo que ocurre es que el autoempleo y la informalidad migran de un sector a otro, cuando tienen la posibilidad de ser aceptados en el nuevo sector (O’Reilly, 2019; Pasmore et al., 2019; Schwellnus et al., 2019; Zellweger & Zenger, 2021), algo preocupante debido a que este modelo no parece crear empleos regulados, aunque en algunos casos la dimensión de sus operaciones parece suficiente para sostener una actividad regulada (aunque como se verá más adelante estas dimensiones derivan de la *economía subsidiada millennial* que analiza Roose (2021))

Sin embargo, esta preocupación por la influencia de la Economía gig en el mercado laboral no se sustenta únicamente en las preocupaciones de los trabajadores (como lo señalan Benanav (2020), Popper (2020), Buchack (2021) y Menon (2022)); de hecho, a medida que se comprende mejor a la Economía gig se encuentra que esta consiguió una parte importante de su dominio social a despecho de su financiación (Wisecrack, 2022; Menon, 2022; Benanav, 2020 y Roose, 2021).

Por esta razón, la *Economía gig* representa un desafío económico y ha sido bautizada como *Economía millennial subsidiada* por Roose (2021), ya que los bienes y servicios son vendidos con pérdidas asumidas por los inversionistas, que buscan un objetivo de largo plazo que supliría las pérdidas inmediatas, este objetivo podría plantarse como: *conseguir rápidamente una demanda inelástica que haga posible aumentar los precios sin perder clientes, para poder aumentar los precios desde una posición hegemónica* (Menon, 2022; O'Reilly, 2019; Torres-Salazar et al., 2019).

Esto demuestra que las finanzas pueden ser movilizadas mediante promesas e ideales, algo que aparece claramente relacionado con un modelo de negocio específico: el *Blitzscaling* (*escalamiento relámpago*), que fue bautizado por Reid Hoffman y expuesto en el libro homónimo escrito en colaboración con Chris Yeh (Hoffman & Yeh, 2018). Este modelo intenta sistematizar, explicar y replicar las estrategias exitosas de PayPal, Amazon o LinkedIn, entre otras grandes empresas contemporáneas, Hoffman considera que:

“Blitzscaling es... la ciencia y el arte de construir rápidamente una empresa para servir a un mercado grande y generalmente global, con el objetivo de convertirse en el primero en moverse a escala. Esto es emprendimiento de alto impacto.

Este tipo de empresas siempre crean muchos de los empleos e industrias del futuro. Por ejemplo, Amazon” (Sullivan, 2016)

Es decir, este modelo *prioriza el crecimiento rápido sobre el crecimiento eficiente* (Kuratko, Holt, & Neubert, 2020), por lo cual requiere que los emprendimientos se lancen inmediatamente, a través de *Productos Mínimamente Viabes*:

“...the company will release a beta version of the product that demonstrates the basic value to users. This version of the product is known as a minimum viable product (MVP; Moogk, 2012). Keep in mind that blitzscaling is not appropriate for all industries as an MVP product may not be feasible in certain areas, including pharmaceuticals or hospitals. “(ibidem, p. 2)

Estos productos deben conseguir abrir mercado, a despecho de los errores o imperfecciones. Esta cita manifiesta un supuesto: *que ser una compañía pionera va de la mano con el éxito blitzscalar*; sin embargo, la evidencia demuestra que esta ventaja inicial requiere un proceso constante de innovación que permita confrontar las copias novedosas hechas por adversarios adyacentes (una compañía fuerte en un mercado similar al abierto por el emprendedor) (ver tutor2u, 2018; Corrêa Atadaine, 2021; o Roose, 2021).

En esta medida el *Blitzscaling* efectivo debería posibilitar, buscar y conseguir una ventaja económica sobre los competidores (presupuestos gigantescos en publicidad, precios muy bajos, servicios adicionales muy atractivos) y una presencia de marca sólida, que permita buscar estrategias sostenibles una vez se haya alcanzado una escala apropiada (Hoffman & Yeh, 2018; Kuratko, Holt, & Neubert, 2020, pp.. 4-5; tutor2u, 2018); sin embargo, los casos de Blitzscaling no pionero parecen más exitosos, como ocurrió con Amazon o Xbox, que sostuvieron muchas de

sus estrategias respaldadas por el negocio sostenible de su empresa matriz Microsoft (ver Menon, 2022; Maksimova, 2022; y Xbox, 2021).

Por lo anterior, la expansión de este modelo en cuanto estrategia predominante para el establecimiento de negocios permite explicar y comprender el explosivo *crecimiento de las valuaciones* de las *empresas gig* (por ejemplo, MasterCard y Kaiser Associates (2019)); para una perspectiva complementaria se pueden ver los informes elaborados por Schwellnus et al. (2019) o Frederick et al. (2019). Es importante resaltar que ha existido una relación entre la disminución del precio bajo el precio de costos y la inyección de capitales, como indica Roose:

“...subsidies allowed us to live Balenciaga lifestyles on Banana Republic budgets. Collectively, we took millions of cheap Uber and Lyft rides, shuttling ourselves around like bourgeois royalty while splitting the bill with those companies’ investors. We plunged MoviePass into bankruptcy by taking advantage of its \$9.95-a-month, all-you-can-watch movie ticket deal, and took so many subsidized spin classes that ClassPass was forced to cancel its \$99-a-month unlimited plan” (Roose, 2021, p. 2).

Y como lo explica Corrêa Atadaine, de manera teórica:

“...Analisando a teoria juntamente aos casos citados acima, as empresas precisam estar inseridas em um contexto tecnológico em que, preferivelmente, o ativo principal seja intangível ao invés de físico. Ainda, é necessária uma alta demanda pelo serviço ou produto oferecido e vantagens competitivas advindas daquele que domino o mercado consumidor. Dado o processo de expansão desordenada, a necessidade de liquidez é alta, fazendo-se fundamental o recebimento de grandes ou constantes aportes de capital. Sintetizando, a metodologia não se aplica corretamente à grande parte das empreitadas de criação e

aceleração de startups ou está sujeito a fatores que empreendedores e gestores têm pouco controle.” (Corrêa Atadaine, 2021, p. 25)

También debe indicarse que muchos de los informes acerca de la *Economía gig* y sus promesas comparan solamente sus *valuaciones*, las cuales dependen de proyecciones y supuestos, es posible hacer un ejercicio complementario que permita comparar los números fácticos con los supuestos y las proyecciones (para afinar las herramientas de proyección y predicción), algo mucho menos común que atrae menos atención de los medios de comunicación masiva (Buchak et al., 2020; Bughin et al., 2018), en concordancia con esto Menon nos recuerda la importancia de la inyección de capital para mantener a muchas de las principales empresas Gig estadounidenses:

“...A whole class of gig-economy companies — Uber, Lyft, DoorDash, Instacart, and the like — have gone through these gymnastics at tremendous scale, building massive operations on the back of money-losing ideas. At their most basic these companies, from taxi-cabs to food delivery, are comparable to my proverbial lemonade stand: a simple business that allows its operators to eke out a profit.”(Menon, 2022, p. 2)

Marco de referencia

A pesar del auge noticioso de la *Economía gig*, cuando se revisan los estados financieros de algunas *empresas gig* es posible encontrar que una parte importante de las proyecciones de valor (*valuaciones*) no refleja la situación financiera de las compañías (según Menon, 2022; Schwellnus et al, 2019) por ejemplo, los números rojos de Uber indican que, entre los años 2018 y el 2022, ha tenido pérdidas de alrededor de 20 mil millones de dólares en su funcionamiento (según Menon, 2022), algo comparable a los números rojos de algunas aplicaciones enormes, como ocurre con Twitter (antes y después de su compra por Elon Musk) o Uber, lo cual ha llegado a alarmar a algunas personas, que temen un tipo de burbuja parecida a las .com (Wisecrack, 2022; Café Kyoto, 2022; BadEmpanada, 2021) de la cual, supuestamente, surge el modelo de negocio blitzscalar.

Es importante no perder de vista que la *Economía gig* es un fenómeno que, necesariamente, trasciende lo meramente laboral (sociológico) y conlleva cambios financieros, ideológicos y técnicos, de tal manera que el presente documento considera apropiada su definición clásica:

“...the term has traditionally been used to refer to a broader range of activities that happen in both digitally mediated and non-mediated ways (such as bike messengers and cab drivers) ...” (Woodcock & Graham, 2020, p. 10).

Y se coincide con estos autores al considerar que un aspecto vertebral de la *Economía gig* es su relación con las plataformas (también Vallas & Schor, 2020), que posibilitan y administran la mayor parte de los cambios que se producen a nivel económico y social mediante políticas organizacionales. Por esta razón es importante comprender al fenómeno de la *Economía gig*, como lo decía Hoffman respecto al *Blitzscaling* (Sullivan, 2016), como *un fenómeno de una*

época altamente interconectada, que sólo resulta posible debido a los procesos de globalización y nuevas tecnologías conectadas a la web.

Además, es importante reconocer que:

“...it is hardly possible to separate economic aspects of life from its other values. Business deals with a whole man in a whole social structure, and all aspects of this situation are interrelated. It is agreed that the economic functions of business are primary and the non-economic are secondary, but the non-economic do exist...” (Davis, 1960, pp. 74–75)

Por este motivo, comprender a la *Economía gig* y el *Blitzscaling* como fenómenos complejos dentro de nuestra sociedad contemporánea, permite confrontar las dificultades derivadas de ellos como pueden ser la insostenibilidad de la economía millennial subsidiada, las dificultades derivadas de los *Productos Mínimamente Viables* y la formación de *Monopsonios* (*Monopsony*) (Tutor2u, 2018), es decir, mercados (laborales, o de otro tipo) con un único demandante, el cual puede colocar las reglas del mercado pues todos sus oferentes dependen de él para poder satisfacer sus necesidades.

Este último aspecto ha sido extensa y fuertemente criticado (BadEmpanada, 2021; Context, 2021; Woodcock & Graham, 2020; Café Kyoto, 2022; Schwellnus, Geva, Pak, & Veiel, 2019) pues tiene graves consecuencias inmediatas para la sociedad, por ejemplo, los trabajadores gig terminan trabajando muchas más horas que los trabajadores convencionales (información encontrada en MasterCard; Kaiser Associates, 2019 y Menon, 2022) además de encontrarse en una posición desventajosa para poder negociar sus condiciones laborales.

Adicionalmente, las plataformas digitales se encargan de establecer las normas funcionamiento de sus aplicaciones (calificación, requisitos, visibilidad) y los elementos

determinantes para que sus colaboradores sean contratados o solicitados (como lo demuestran Popper, 2020, y Context, 2021), lo cual ha posibilitado la emergencia de problemas y prácticas altamente negativas las cuales han sido señaladas como un retroceso para los derechos laborales, porque la relación entre plataformas y colaboradores aparenta no tener ningún tipo de subordinación, pero fácticamente subordina a los “colaboradores” a las decisiones unilaterales de la plataforma; sin tener mecanismos de negociación claros y legítimos.

De hecho, la recién superada pandemia por coronavirus permitió comprender el efecto que podían llegar a tener estas plataformas (Carrión, 2022, p. 197; Liem & Senior Editor, 2021), a largo plazo, en los modelos de negocio tradicional los cuales tuvieron que migrar para evitar su cierre (como lo plantea Popper, 2020, p. 1):

“...Even as apps like Grubhub, Uber Eats and DoorDash have cast themselves as economic saviors for restaurants in the pandemic, their fees have become an increasing source of difficulty for the establishments. From Chicago, Pittsburgh and Tampa, Fla., to Boise, Albuquerque and Richardson, Texas, restaurant owners have taken to social media to express their unhappiness. “

Sin embargo, muchas veces esta migración resulta infructuosa porque sus ganancias se vieron mermadas debido a las cuotas de las aplicaciones, cuotas que garantizan la presencia digital de los negocios, que resultaba fundamental para garantizar el funcionamiento de los negocios durante la pandemia (Popper, 2020; Liem & Senior Editor, 2021).

En la *Economía gig* es necesario reconocer que los prosumidores se vuelven fuertemente dependientes de la plataforma a la cual ingresan. Esto ocasiona diversos inconvenientes que Popper (2020) ha ejemplificado y analizado. El principal problema de las plataformas para los negocios es que la promesa de acercarlos a la clientela, muchas veces no se cumple, pues la

presencia de la marca (Brand) es ínfima. También hay tercerización involuntaria de la atención al cliente, la imposibilidad de crear una base de datos propia y la subordinación de la marca al nombre de la aplicación en la cual el negocio ofrece sus productos; todos los cuales son aspectos fundamentales para algunos tipos de negocio, para los restaurantes analizados por Popper todos estos factores eran vertebrales.

Antecedentes

Esta sección se encarga de establecer algunas investigaciones que permiten comprender el ámbito en que se mueven los objetos de investigación de la monografía, además hay referencias que inspiraron la elaboración de este trabajo, con el interés de potenciar sus intuiciones mediante la introducción de algunas herramientas cualitativas que posibiliten la elaboración de hipótesis con mejores fundamentos.

Carrión (2022) realiza una revisión sistemática de literatura relacionada con la economía colaborativa, un tipo específico de *Economía gig*. Después de realizar la introducción al tema el autor brinda un análisis cronológico de la literatura, gracias al cual realiza la revisión del surgimiento histórico del concepto *sharing Economy*, además de realizar el rastreo de sus traducciones (Carrión, 2022, pp. 186–194).

Carrión aclara que su labor requiere acumular información de diversas fuentes, entre las cuales un número importante de las mismas son fuentes divulgativas (Carrión, 2022, p. 186), pues este tema no ha sido ampliamente abordado por tantas fuentes académicas. También señala textos seminales, que terminaron dando forma al campo de la *sharing Economy* por sus relaciones conceptuales o lógicas, por ejemplo, este autor relaciona la economía colaborativa con los textos sobre consumo colaborativo y socialismo de infraestructura (Carrión, 2022, p. 190), mientras encuentra un uso inicial del término *sharing economy* en 2004.

Sin embargo, Carrión manifiesta que la idea de economía colaborativa o de consumo colaborativo pueden ser suficientemente generales para que su atribución conceptual sea errática, pues representan un tipo de práctica inherente a la actividad social (Carrión, 2022, p. 190). A pesar de esta aclaración el autor decide realizar un acotamiento del concepto y atribuye un uso similar al actual en un texto escrito por uno de los fundadores de la fundación P2P (Carrión,

2022, p. 190), de tal manera que el concepto de sharing Economy sería heredero de las posiciones políticas, económicas y filosóficas de finales del siglo pasado (la caída del socialismo soviético, el movimiento hacker y los inicios de internet), pero sería hijo del auge de internet y el posicionamiento de las primeras enormes multinacionales gig (Microsoft, Amazon, Google), supervivientes de la caída de las .com en 1999.

Es importante reconocer que Carrión busca problematizar el concepto a la luz de un escenario complejo en que este se desenvuelve, por ejemplo, al hablar acerca de su segunda tabla hace hincapié en la potencia de significado que deriva de cambiar colaboración, como sustantivo, respecto a colaborativa, como verbo (Carrión, 2022, pp. 190-191). Para el texto presente se han tenido en cuenta algunas de sus observaciones respecto al contexto derivado del auge de las plataformas, de la importancia de la Economía gig y las estrategias o modelos derivados de la forma en que se organiza este tipo de economía. De hecho, en el texto elaborado por Carrión existen comentarios valiosos para la comprensión de la Economía gig, debido a que su investigación necesariamente se cruza con esta revisión, además de haber hecho hincapié en la necesidad de traducir algunos términos y herramientas conceptuales para el público no anglófono, que fue uno de los principales motivos detrás del interés de la presente investigación.

Sin embargo, resulta desafortunado que la labor de Carrión se enfoque tanto en el contexto y tan poco en la literatura que analiza, razón por la cual en esta investigación se añade a la búsqueda de textos relevantes un tipo de sistematización textual, análisis de frecuencias, con la cual se busca establecer categorías y relaciones que permitan entender la Economía gig y el Blitzscaling en medio del marco conceptual más apropiado. También debe resaltarse que el trabajo de Carrión no menciona al Blitzscaling, aunque hace hincapié en la complejidad derivada de la Economía gig como un fenómeno complejo.

Por su parte, Corrêa Atadaine (2021) realiza una revisión de la teoría del Blitzscaling (escalamiento acelerado) en tanto modelo del desarrollo empresarial para, a su vez, comparar sus logros con el renombre que este ha conseguido recientemente. Para ello, Atadaine, utiliza la aplicación de los estudios de caso en contextos de la vida real (Yin, 2005 citado por (Corrêa Atadaine, 2021)) con tres casos específicos (que ejemplifican: fracaso, éxito e implementación): Jamie's Italian (Fracaso), Amazon (Éxito) e ISAAC (Implementación), los cuales le permiten señalar claramente las virtudes específicas de la estrategia Blitzscaling y sus debilidades. Adicionalmente, Corrêa sostiene que *aplicabilidad en contextos específicos, gestión de recursos financieros y tasa de éxitos empresariales* son tres pilares esenciales para la gestión empresarial (Corrêa Atadaine, 2021, p.8) los cuales usa para evaluar los ejemplos.

Corrêa demuestra que cumplir con los 4 requisitos mínimos para la aplicación del Blitzscaling (Corrêa Atadaine, 2021, p.23): 1. Nueva oportunidad de mercado; 2. ventaja competitiva para los pioneros; 3. ventajas en la curva de aprendizaje del negocio y 4. un contexto sin grandes competidores que pudieran amenazar el proyecto no garantiza el mantenimiento ni supervivencia de una compañía ante un escenario incierto o un peligro insospechado (como el aumento desmesurado de competidores en un mercado inicialmente poco explotado). Algo que la investigación de Maksimova (2022) permite comprender.

Este trabajo resulta muy importante como un antecedente latinoamericano, pero sus conclusiones no consiguen la profundidad de su fundamentación teórica y el análisis de los casos es superficial al compararlo con las discusiones propiciadas por estos modelos de crecimiento acelerado y la Gig Economy en otras geografías (como el ámbito angloparlante o la eurozona). Adicionalmente, categorizar a Amazon como un caso de Blitzscaling, aunque se ajusta a la literatura convencional, no parece apropiada desde una perspectiva crítica (ver Maksimova,

2022), pues Amazon tenía un negocio sostenible que le permitió abrir nuevos mercados con una marca conocida, dentro de un ámbito que ya controlaba (las ventas en línea).

Resulta remarcable que el trabajo de Corrêa Atadaine (2021) haga un control en tres categorías, mediante análisis de casos pues esta metodología es similar a la planteada por Kuratko et al. (2020). Es importante recalcar que la autora brasileña intenta profundizar mucho más en el modelo de negocio de las compañías que analiza, mientras que Kuratko et al. requieren exponer los puntos principales a destacar respecto a los seis casos que analizan.

En Maksimova (2022), se realiza una revisión crítica de la estrategia del Blitzscaling teniendo en cuenta la educación ortodoxa en administración y gestión empresarial, además de compararla con otras estrategias disponibles (Crecimiento clásico de start-ups, Crecimiento clásico de gran escala y escalamiento rápido) para el establecimiento, gestión y fortalecimiento de iniciativas empresariales (start-ups) (Maksimova, 2022, p. 37). El Blitzscaling es expuesto como un tipo de estrategia que sacrifica la eficiencia ante la velocidad de escalamiento, la tasa de crecimiento en el mercado debida a una mayor presencia de la marca.

A la luz de la comparación realizada entre estrategias de gestión empresarial, Maksimova, considera que Blitzscaling es una estrategia que requiere la aplicación de principios ambiguos o paradójicos (Maksimova, 2022, p. 38), traducidos para este texto como: 1. Mantenimiento del caos, 2. Mantenimiento de la mala gestión, 3. Lanzamiento de productos dudosos; adicionalmente, considera que su implementación, derivada de una alta dependencia de los inversores, conlleva una presión indebida en el mercado la cual termina alterando la competencia entre estrategias sostenibles y estrategias insostenibles, algo que consigue resaltar utilizando el ejemplo del mercado de los taxis (Maksimova, 2022, pp. 38-39) en el cual Lyft y Uber resultan compitiendo por un mercado de inmensas barreras de entrada, cuya oferta se

concentra en dos actores respaldados por las finanzas de sus inversores; gracias a este ejemplo la autora resalta que Blitzscaling tiene consecuencias indeseables para la sociedad (Maksimova, 2022, p. 39): 1. Indirectamente genera monopolios completamente deshonestos, 2. Algunas veces fuerza a las compañías a comprometer su ética o incluso actuar ilegalmente.

Para Maksimova es dudoso de utilizar algunas y exitosas empresas Gig como ejemplos de esta estrategia (por ejemplo, Google, Microsoft o Amazon) pues las acciones que ellas tomaron se explican mucho mejor desde la perspectiva de otras estrategias como el Crecimiento clásico de start-ups, el Crecimiento clásico de gran escala (Maksimova, 2022, p. 39): en las cuales se parte de lanzar productos innovadores y disruptivos, con estrategias planificadas y sostenibles.

Al comparar los resultados de Maksimova con los de Atadaine se evidencia que la autora rusa es mucho más incisiva y breve que su homóloga brasileña; sin embargo, ambas coinciden al dudar de la efectividad que tiene fundar una compañía en una estrategia cuyo fundamento es reemplazar la eficiencia con el crecimiento, además consideran que los resultados del Blitzscaling son de corto plazo y no permiten al administrador planear alternativas ante situaciones imprevistas, aunque es pertinente reconocer que la estrategia ha demostrado ser efectiva cuando es empleada por una compañía poderosa para abrirse paso en un mercado nuevo (Microsoft con Azure, Xbox y Xbox Pass; Amazon con su diversificación de mercado de libros a ventas de otros productos en línea).

El estudio de Kuratko et al. (2020) había sido mencionado anteriormente, pues en este los autores realizan un análisis profundo del concepto Blitzscaling, mostrando sus principios y las fases en que Hoffman & Yeh (2018) plantean que pueden ser clasificadas las empresas en concordancia con las metas que se han postulado y los recursos con los cuales cuentan, que

relacionaran con otras estrategias de crecimiento, mencionadas, pero no explicadas por otras fuentes. Además, utilizan 3 categorías para reseñar el establecimiento del Blitzscaling (Kuratko et al., 2020, p. 4): *Bueno, Malo y Feo*, estas categorías tienen asignados 2 de los 6 casos prácticos (Flexport, Home Chef, Jawbone, Better place, Theranos y Zenefits) que reseñan. Todos estos casos comparten haber utilizado esta estrategia y ser Unicornios, es decir sus ideas habían conseguido una financiación de por lo menos mil millones de dólares (*1 billion dollars*).

Las etapas del Blitzscaling dependen principalmente de su número de empleados y tienen tareas específicas (basado en Kuratko et al., 2020, p. 3): 1. Familia (1-9 empleados) en que inicia buscando capital y determinando el producto mínimo viable; 2. Tribu (10-100 empleados) en la cual continua y perfecciona las tareas anteriores además de realizar el lanzamiento y darle seguimiento; 3. Aldea (100-mil empleados) en la cual a partir del lanzamiento del producto y del modelo de negocio decide si continuará priorizando el escalamiento sobre la eficiencia, gracias a lo cual podría conseguir un dominio acelerado del mercado gracias a las subvenciones derivadas de los inversores; 5. las etapas de Ciudad (mil-10 mil empleados) y 6. Nación (más de 10 mil empleados), conllevan un modelo exitoso que debe velar por continuar desarrollando nuevos productos escalables mientras normaliza sus precios y costos para conseguir la sostenibilidad de la corporación.

Estos autores terminan su artículo con un listado de principios clave para un blitzscalamiento exitoso (Kuratko et al., 2020, pp. 8-9): 1. Expándase en ambientes que permitan Blitzscaling; 2. Consiga el suficiente financiamiento para afrontar errores, pero cuide el exceso de inversiones; 3. Establezca expectativas realistas y objetivos razonables; 4. Mantenga una cultura organizacional saludable; 5. Asegúrese que la organización puede soportar el escalamiento y 6. Comprenda las expectativas del consumidor.

Se considera que Kuratko et al. realizan un trabajo detallado al exponer el Blitzscaling; sin embargo, como ocurre con Corrêa la profundidad de sus críticas no hace justicia a su labor: en los expuestos los términos *Valor estimado/Valuación* son vertebrales, pues muchos de los tramites de este tipo de empresas se fundan en las predicciones y consideraciones de ciertos expertos, e indicadores. Esto conlleva que el público no siempre sepa qué estima ese Valor estimado o cómo se calcula, ni dispone de herramientas apropiadas para examinarlo, algo que volvió a evidenciar las fisuras de la Economía gig con la reciente caída de FTX, los NFTs y las revelaciones acerca de sus valuaciones insostenibles, además de sus similitudes de funcionamiento con algunos esquemas PONSI (Hellmore, 2022).

Por último, Vallas & Schor (2020) realizan una revisión de literatura que les permite clasificar los trabajos que las plataformas digitales posibilitan (Vallas & Schor, 2020, pp. 16.3-16.5) en: 1. Arquitectos y tecnólogos de las plataformas, 2. Consultores y freelancers (no dedicados) de las plataformas cuyas actividades se basan en la nube, 3. Trabajadores gig enlazados por plataformas con actividades fuera del mundo digital, 4. Trabajadores de microtareas específicas y rutinarias que se requieren para mejorar el funcionamiento de las plataformas y 5. Creadores de contenido e influenciadores, *que en su inmensa mayoría trabajan gratis en la creación de contenidos* (Vallas & Schor, 2020, p. 16.5).

La taxonomía precedente es seguida por una revisión crítica de las 4 metáforas académicas más usadas (Vallas & Schor, 2020, pp. 16.5-16.9) para referirse a la Economía gig y las plataformas digitales: 1. incubadora de emprendedores, 2. jaula digital, 3. aceleradora de precariedad y 4. la empresa camaleónica. Esta revisión les permite analizar los aciertos, faltas y falacias de cada metáfora conceptualizadora, que también posibilita proponer una definición compleja, matizada y específica de las plataformas digitales como *Potentados Permisivos*

(Vallas & Schor, 2020, pp. 16.9-16.13) lo que las relaciona y distingue de los mercados, las jerarquías o las redes, para poder reconocer sus peculiaridades específicamente en cuanto a selección, control y evaluación de los trabajadores, la cual se relaciona con la informalización laboral derivada del modelo de negocio de muchas compañías gig.

Se considera que Vallas y Schor realizan un trabajo que antecede el interés que tiene este artículo por categorizar la Economía gig, para comprender aquellas ideas que la componen según las fuentes académicas y divulgativas exploradas; desafortunadamente, el excelso trabajo de estos autores se reduce a las relaciones laborales y de mediación social de las plataformas, algo que minimiza su alcance al momento de percibir las relaciones recíprocas derivadas de los intercambios económicos de estas organizaciones, los cuales dependen de relaciones sociales pero no pueden reducirse a ellos, como lo plantea Davis:

"...the economic functions of business are primary and the non-economic are secondary, but the non-economic do exist..." (Davis, 1960, p. 75)

Para finalizar esta sección es importante indicar que se considera muy importante recuperar las recomendaciones críticas derivadas de estos antecedentes, principalmente de Maksimova y Vallas & Schor, que permiten realizar un trabajo de clasificación juicioso, aunque limiten sus preocupaciones al meramente económico, para la primera, o al ámbito sociológico.

También resulta importante reconocer que incluso dentro de la literatura acerca de Blitzscaling existen contradicciones clasificatorias, las cuales pueden derivarse de la naturaleza paradójica y abstracta de la estrategia propuesta por Hoffman y Yeh.

Metodología

Por el objeto de la investigación se decidió realizar una recolección de información cualitativa, inspirada en las investigaciones sobre *Teoría Fundamentada* (Strauss & Corbin, 2002; Nobel & Mitchell, 2016), la cual inició con una indagación general en las fuentes de conocimiento divulgativo, principalmente YouTube; después se acudió a las referencias citadas por estas fuentes para corroborar y aprehender los conceptos más técnicos, partiendo de una concepción postpositivista. Se realizó un conteo de frecuencias que permitiera establecer la frecuencia de uso absoluto de las palabras para cada tipo de referencia (Prensa, Artículos académicos, Videos, Reportes), las palabras más usadas fueron designadas a ciertas categorías (Economía, Ciencia de los negocios, Nuevas tecnologías, Sociedad) una vez fueron tabulados los resultados globales; sin embargo, fue necesario realizar un análisis adicional mediante MAXQDA, una vez se realizó la tabulación de los acumulados por tipo de referencia.

La información fue organizada en un espacio de trabajo de Notion, a medida que se consultó nuevas fuentes las búsquedas comenzaron a ser más acotadas. Para la búsqueda de fuentes se utilizaron YouTube, Google Scholar y Sage papers, en los cuales se introdujeron las palabras clave (Por ejemplo: “*Blitzscaling*”, “*Gig Economy*”, “*entrepreneurship*”, “*business administration*”) con los operadores <<“>> y <<“”>>.

Todas estas fuentes se encuentran recopiladas en la matriz anexa a este documento (Anexo1), aquellas referencias que estaban en inglés fueron traducidas con la función de Google traductor para PDFs y se solicitó a un hablante bilingüe que revisara la coherencia de estos documentos; los videos fueron analizados a partir de sus transcripciones automáticas, que se encuentran en los anexos (2-5).

Después de realizar la tabulación de los términos se hizo evidente la necesidad de confrontar el conteo de frecuencias inicial, mediado por las categorías de documentos, con un conteo general del conjunto de documentos, para esta labor se fue necesario acceder al programa de investigación cualitativa MAXQDA, versión 2020; este permitió generar las tablas 10 y 11 para corregir el sesgo derivado de la división en categorías.

Recopilación de la Información

Inicialmente se realizó una búsqueda con los términos: Digitalization, Marketing y Business Administration en Google y YouTube. Esta búsqueda llevó al video *the Gig Economy was always a scam* (Wisecrack, 2022), de este video se tomaron algunas referencias que luego fueron consultadas como Benanav (2020), Menon (2022), Popper (2020) y Roose (2021); una vez tenida cierta comprensión respecto al tema se encontró el video *Labour markets: What is Gig Economy* (tutor2u, 2018), que llevó a consultar el término *Blitzscaling*, por este motivo se llegó al texto *Blitzscaling: The good, the bad, and the ugly* (Kuratko, Holt, & Neubert, 2020) y gracias a este las declaraciones de Hoffman para Harvard Business Review (Sullivan, 2016).

Además del video de Wisecrack se utilizaron los videos *¿Querés ser tu PROPIO ESCLAVO? | GIG Economy* (Café Kyoto, 2022) y *The gig economy: when algorithms decide your pay* (Context, 2021) como fuentes en español que complementaron la información contenida en los primeros hallazgos. Estas fuentes remarcaban la relación entre Economía gig y capital de riesgo, por lo cual se buscaron referencias pertinentes como el texto open source *Financing Gig Economy*. Al iterar la búsqueda de los términos clave iniciales fue posible hallar los textos *The Gig Economy: A critical introduction* (Woodcock & Graham, 2020) y *Regulatory Entrepreneurship* (Pollman & Barry, 2017).

Una vez se consultaron las fuentes halladas se realizó una nueva búsqueda con las palabras clave: *Gig Economy*, *Blitzscaling*, *Marketing*, *Digitalization*, *Laboral Market*, *Entrepreneurs*, *Finances* y *Sustainability* con los operadores “&” (que tiende a acotar resultados) y comillas (“”), para especificar los términos que debían aparecer en la búsqueda.

Esta recolección de fuentes se centró en búsquedas mediante Google académico y la base de textos indexados de Elsevier, de Sage publications. En Google académico se utilizó la traducción de los términos clave para buscar textos en español, después se usaron los términos en inglés; mientras que en Elsevier se realizó la búsqueda con los términos en inglés.

Cada archivo o recurso multimedia que fue encontrado fue subido a Notion app, mediante la función de incrustamiento de recursos, allí se realizó un breve resumen de cada referencia una vez fue consultada y fue posicionada en concordancia con la relevancia que se le asignó debido a su abordaje de los temas, su claridad conceptual o su pertinencia al tratar específicamente un concepto u otro. Aquellas referencias que no eran de acceso libre pudieron ser consultadas gracias a la ayuda de un investigador de otra institución, quien realizó la descarga mediante las bases de datos a las cuales pudo acceder. Adicionalmente, se usó Mendeley para leer, anotar y gestionar la bibliografía.

A continuación, se realizó la recopilación de los datos en tablas por categorías de referencias (Divulgativas: Videos, Prensa; Académicas: Artículos de revistas, Reportes), en las cuales se anotó la frecuencia de las palabras más repetida para cada referencia, esta recopilación por categorías fue denominada clusterización.

Para realizar el conteo de frecuencia (de uso) de cada palabra principalmente se acudió a Countwordsfree (Text Tools, 2021), en el cual se establecieron los parámetros necesarios para que una palabra fuera considerada significativa, o no (principalmente se limitó el número

mínimo de caracteres de estas). Debido a que se incluyeron videos de YouTube fue necesario acudir a Online Video Transcript: Desgrabador (Anthiago, 2022), una herramienta web que posibilita la transcripción de los videos en texto sin formato. Este texto fue analizado con Countwordsfree para tener una frecuencia de palabras repetidas que permitiera recoger los videos con los textos académicos y divulgativos.

Sin embargo, la clusterización tuvo un efecto inadvertido que fue necesario corregir: una vez se genera la tabla 9, que compila los términos con mayor frecuencia de aparición, se hizo evidente que la clusterización había impedido reconocer la frecuencia total de los términos, en la totalidad de los textos, esto implicaba que al recoger la totalidad de las frecuencias aparecerían y desaparecerían términos cuya sumatoria intercategorial (entre diversas categorías) sería mayor a la intracategorial (dentro de la misma categoría).

Para solucionar este inconveniente se acudió al software de pago MAXQDA (2020) para análisis de datos cualitativos, en este programa es posible realizar conteos de frecuencia, mapas semánticos y nubes de palabras (ilustraciones 1 y 2). Sin embargo, el uso de MAXQDA fue restringido a la recopilación de los 15 términos más repetidos, mediante su conteo de frecuencia total (tabla 10; Figura 1) y su aparición en mayor cantidad de textos (tabla 11; Figura 2).

Es decir, existen dos posibles criterios para comprender la relevancia de los términos una vez se corrige el sesgo derivado de la clusterización aplicada al análisis: debido a la cantidad total de veces que aparece una palabra (frecuencia total), o debido a su mayor frecuencia de uso en la mayor cantidad de documentos (cantidad de documentos).

Para finalizar, se realiza la recopilación de todos los resultados en el anexo 1, del cual se extrae el resultado del total de frecuencias para todas las fuentes.

Desarrollo

Al realizar la recopilación de los datos en las tablas se hizo evidente que la distribución de los términos iba a estar relacionada con la extensión de las fuentes; sin embargo, los datos listados a continuación solo recogen los términos más usados por cada fuente, excluyendo términos de menor relevancia conceptual (conectores o palabras sin contexto).

Se realizó una revisión de 21 fuentes, divididas en *Artículos académicos*, *artículos periodísticos*, *videos divulgativos* y *reportes*. Las tablas de frecuencia se delimitaron a palabras con 5 caracteres o más y se seleccionaron máximo 10 términos relevantes para cada fuente (tablas impares 1- 7) y para cada tipo de fuente se consolidó el total de frecuencias (tablas pares 2-8). El conjunto de estos consolidados indica los principales términos usados por este tipo de fuente y están contenidos en la tabla 9; sin embargo, es importante recalcar que esta consolidación es distinta de comparar en paralelo los resultados de todas las fuentes, porque en la comparación de todas las fuentes es posible la aparición o desaparición de términos, debido a que la categorización impone límites que imposibilitan la acumulación de ciertos términos. Al final de esta sección se realiza una comparación entre los resultados por categorías y el resultado de una comparación general (para el cual resultó necesario traducir los recursos en español a inglés).

Estas tablas de frecuencia permiten reconocer términos relevantes para varios tipos de fuente y también posibilitan la consideración de sus diferencias.

Frecuencia de palabras en Artículos de prensa

Esta categoría de fuente está conformada por 5 artículos de prensa anglófona, del 2019 al 2022. Al consultar la tabla 1 se encuentra que *business*, *companies*, *delivery*, *investors* y *workers* son los términos de mayor frecuencia, en este caso los tres últimos términos se encuentran en 2 de las fuentes, mientras el primer término *business* aparece en todas las referencias.

Estos artículos principalmente analizaban las dinámicas propias de la Economía gig en las condiciones derivadas de la pandemia de COVID, en el contexto estadounidense. Y los textos de O'Reilly (2019) y Menon (2022) son fuentes muy importantes debido a la manera en que analizan los datos a los cuales consiguen acceder luego de, por lo menos, 10 años desde el establecimiento de las compañías gig modernas, cuya principal referencia es Uber.

Es importante reconocer que tanto la tabla 1 como la tabla 2 evidencian una perspectiva empresarial, más que sociológica, en las referencias; sin embargo, los términos *workers* y *delivery* podrían estar relacionados con el crecimiento que vivieron aplicaciones de entrega de alimentos de 2019 a 2021 (que curiosamente también lo vivieron otras industrias, como videojuegos y aplicaciones para videoconferencias).

También resulta muy importante señalar que Roose (2021) realiza un aporte significativo al plantear la idea de *Economía millennial subsidiada*, un concepto aclarador al momento de relacionar la Economía gig con el modelo Blitzscaling, Desafortunadamente, en las frecuencias no se encontró un uso extendido del término *Blitzscaling* y curiosamente tampoco aparece *Economy* como uno de los términos compartidos por las fuentes.

Tabla 1*Sistematización de divulgación: Prensa.*

Referencia	Término	Frecuencia
(Benanav, 2019)	Companies	13
	Economic	13
	Growth	11
	Workers	7
	Drivers	6
	Business	5
	Labour	5
	Rideshare	5
	Automation	4
	Companies	24
(Menon, 2022)	Delivery	14
	Business	10
	Investors	7
	Market	7
	Customers	6
	Economy	6
	Workers	6
	Businesses	5
	Lemonade	5
	companies	59
(O'reilly, 2019)	company	56
	blitzscaling	46
	business	42
	google	37
	market	35
	venture	25

Referencia	Término	Frecuencia
(Popper, 2020)	growth	23
	hoffman	22
	Restaurants	35
	restaurant	48
	delivery	18
	Grubhub	16
	caviar	9
	Percent	8
	Chicago	7
	Orders	7
	Company	6
	Companies	12
	Investors	7
	Scooter	6
Business	5	
(Roose, 2021)	Prices	5
	Profit	5
	Service	5
	Subsidies	5
	According	4

Nota: Recopilación de frecuencias para los artículos de prensa consultados. Elaboración propia

Tabla 2

Mayor frecuencia en fuentes divulgativas: prensa.

Término	Frecuencia
Business	5
Companies	4
Delivery	2
Investors	2
Workers	2

Nota: Recopilación de las palabras con mayor frecuencia para los artículos de prensa consultados, tabla clusterizada. Elaboración propia

Frecuencia de palabras en Vídeos

Para esta categoría de fuentes hubo 4 referencias, del 2018 al 2022, 3 de ellas anglófonas y la última hispanohablante. Con los resultado de frecuencia en la tabla 3 y la compilación de estos en la tabla 4.

En la tabla 4 se encuentra que los términos de mayor repetición son *workers*, *economy*, *people*, *employment* y *companies* (para los términos en español se utilizó la traducción al inglés más relevante, si la hay). En este caso, vuelven a encontrarse los términos *workers* y *companies*, aunque en estas referencias el primer término una mayor presencia entre las referencias: 5, mientras *companies* comparte frecuencia de uso con los otros 4 términos: *economy*, *people* y *employment*.

Esta inversión en la frecuencia de uso de ambos términos y las palabras de mayor aparición parecen indicar que estas referencias se dirigen a un público distinto al de la primera categoría. Aunque las referencias de esta categoría nuevamente hicieron un análisis crítico de la Economía gig, el foco de sus intereses era mucho más sociológico que financiero, o económico.

El énfasis de Context (2021) o Café Tokyo (2022) se encuentra en la posibilidad de ser empleado de una compañía gig, más que siendo inversor de estas o líder de una; no se encuentra un uso extendido del término Blitzscaling, aunque fue mencionado por Context (2021) y Tutor2u (2018) para relacionarlo con las estrategias específicas a partir de las cuales se constituyen estas organizaciones gig.

Es importante resaltar que el trabajo de Tutor2u y Wisecrack (2022) resulta muy enriquecedor, pues intentan analizar el fenómeno de la Economía gig desde una perspectiva compleja; de hecho, Tutor2u expone el concepto de *Monopsonio*, que resulta tan importante para comprender una de las principales críticas realizadas a la Economía gig y sus derivados: la

producción de mercados dominados por pocos agentes, en los cuales los prosumidores deben aceptar las decisiones tomadas por quienes dominan el mercado.

Finalmente, es importante indicar que los videos divulgativos facilitaron la búsqueda de bibliografía relevante debido a que muchas veces indicaban fuentes canónicas o fuentes que permitían rastrear las fuentes canónicas (por ejemplo, la entrevista de Hoffman con Harvard Business acerca del Blitzscaling).

Tabla 3*Sistematización de divulgación: Videos.*

Referencia	Término	Frecuencia
(Wisecrack, 2022)	Economy	25
	workers	24
	companies	14
	people	10
	contractors	7
	working	7
	employees	6
	employment	6
(Tutor2u, 2018)	economy	57
	people	32
	workers	25
	employment	18
	market	16
	business	12
	course	10
	worker	10
(Café Kyoto, 2022)	benefits	9
	trabajadores	27
	trabajo	18
	empresas	14
	Task	10
	freedom	9
	control	8
	domination	8
enterprise	7	

Referencia	Término	Frecuencia
(Context, 2021)	workers	25
	companies	9
	people	9
	economy	7
	platforms	6
	Service	6
	contractors	5

Nota: Recopilación de frecuencias para los videos divulgativos consultados. Elaboración propia

Tabla 4

Mayor frecuencia en fuentes divulgativas: videos.

Término	Frecuencia
workers	5
economy	3
people	3
employment	3
companies	3

Nota: Recopilación de frecuencias para los videos divulgativos consultados, tabla clusterizada.

Elaboración propia

Frecuencia de palabras en Artículos Académicos

Esta categoría está conformada por 9 referencias, del 2017 al 2022, dos de ellas en español, una en portugués y las restantes en inglés. Las tablas de frecuencia para cada referencia se encuentran en la tabla 5 y la compilación de los resultados en la tabla 6.

En la tabla 6 se encuentra que los términos de mayor frecuencia son *economy*, *platform*, *workers*, *digital* y *platforms*; debido a la cantidad de referencias la frecuencia de uso para los primeros términos es alta. Se vuelven a encontrar los términos *workers*, *economy* y *platform*. Resulta importante resaltar que la aparición de *Economy* y *platform* puede relacionarse con el tipo de recurso, ya que los productos académicos tienden a realizar trabajos de abstracción alimentados por literatura específica, de hecho, es importante resaltar que Nick Srnicek ha publicado un texto canónico llamado *Capitalismo de plataformas* (2018).

Es destacable que, si se eliminara el plural *platforms* el último término de mayor frecuencia de aparición sería *social*. En esta categoría nuevamente se encuentra que *Blitzscaling* no es un término de uso extendido entre las fuentes, adicionalmente resulta sorprendente que *workers* sea el tercer término en frecuencia de uso, pues la lectura de los textos había mostrado una extendida y marcada preocupación por los aspectos sociológicos de la Economía gig.

A su vez, resulta importante reconocer que el término *Digital* no había aparecido con anterioridad, aunque la mayor parte de los servicios ofrecidos por las compañías gig requiere la digitalización para poder acceder a ellos.

Tabla 5*Sistematización de referencias académicas: Artículos.*

Referencia	Palabras clave	Término	Frecuencia
		Sharing	327
		Platforms	319
		Platform	303
(Buchack, 2021)	Gig economy; consumer finance; household finance	Economy	278
		People	248
		Airbnb	200
		Social	159
		Workers	141
		Blitzscaling	100
		Growth	34
(Kuratko, Holt & Neubert, 2020)	Blitzscaling; Disruptive innovation; Scaling; Startup funding; Venture capital	Company	33
		Employees	30
		Flexport	30
		Funding	30
		Million	29
		Startups	28
		Billion	27
(Healy, Nicholson & Pekarek, 2017)	Gig economy; labour market regulation; future of work; precariat; unions	Economy	79
		Workers	77
		Employment	55
		Platform	45
		Relations	43
		Labour	38
		Companies	36
(Maksimova, 2022)	Blitzscaling, investment, doing	blitzscaling	18
		growth	17

Referencia	Palabras clave	Término	Frecuencia	
(Popan, 2021)	business, innovation	companies	15	
		strategy, problems of	market	13
	rapid growth	strategy	13	
		scaling	12	
	Platform economy; gig work; precarious work; digital revolution; sharing economy	business	business	10
			concept	8
		achieve	6	
		efficiency	6	
		Deliveroo	81	
		Riders	62	
		Workers	54	
		Economy	45	
		Whatsapp	36	
		couriers	Platform	32
(Vallas & Schor, 2020)	Platform economy; gig work; precarious work; digital revolution; sharing economy	Couriers	28	
		Digital	25	
	Consumo; Gig economy	Platforms	141	
		Platform	120	
		Workers	86	
		Economy	73	
		Digital	45	
		Control	37	
		Employment	31	
		Economic	29	
(Alonso, Fernández Rodríguez & Ibáñez Rojo, 2020)	Consumo; Gig economy	Consumo	116	
		Plataformas	40	
		Economía	34	
		Trabajo	31	
		Productos	29	

Referencia	Palabras clave	Término	Frecuencia
(Corrêa Atadaine, 2021)	Blitzscaling; startup; innovation; entrepreneurship	Social	27
		Economy	20
		Crisis	17
		Modelo	17
		blitzscaling	66
		mercado	50
		startups	46
		startup	42
		crescimento	41
		empresa	41
		empresas	38
		metodología	32
		economía	101
		bienestar	39
(Sánchez-Bayón, 2019)	Economía GIG; Sociología empresarial y laboral; Sociedad deshumanizada; Nueva economía; Economía	social	39
		globalización	35
		sánchez-bayón	31
		realidad	23
		consumo	22
		posglobalización	22
		riqueza	22
		crisis	21

Nota: Recopilación de frecuencias para los artículos académicos consultados. Elaboración propia

Tabla 6

Mayor frecuencia referencias académicas: artículos.

Término	Frecuencia
Economy	8
Platform	5
Workers	5
Platforms	4
Market	3

Nota: Recopilación de frecuencias para los artículos académicos consultados, tabla clusterizada.

Elaboración propia

Frecuencia de palabras en Reportes

Para esta categoría se tomaron 3 referencias, del 2018 al 2019. Todas las referencias estaban en inglés.

En esta categoría solo hubo un término cuya frecuencia fue mayor a la de los otros términos repetidos y fue *companies*: 2. Esto se puede explicar con la heterogeneidad de los reportes explorados, que son un tipo de fuente muy rica, pero específica, a diferencia de los artículos académicos estas fuentes tienden a ser mucho más concisas.

Es notable el reporte realizado por Schwellnus et al. (2019), pues su trabajo logra consolidar una parte importante de la información acerca de la Economía gig, además de entregar una cantidad inmensa de información y datos que permiten aclarar brechas o dudas derivadas de las fuentes divulgativas, un ejemplo es el de la creación de nuevos empleos o la mera movilización de empleos informales de un área económica a otra, lo cual implica que los países pobres al recibir la influencia de estas compañías no pueden esperar que las plataformas creen nuevos empleos y de esa manera ayuden a mitigar la miseria.

Tabla 7*Sistematización de referencias académicas: Reportes.*

Autor	Palabras clave	Término	Frecuencia
		Platforms	202
		Economy	163
		Workers	144
(Schwellnus, Geva, Pak et al, 2019)	Gig economy, public policy	Platform	143
		Employment	95
		Services	77
		Market	74
		Dependent	53
		Capital	41
		Median	39
		Venture	27
(Frederick, Sostheim, Stanfill et al, 2019)	Venture capital; analyst note	Blockchain	23
		Companies	19
		Investors	19
		Early-stage	16
		Valuations	16
		Digital	99
		Companies	39
		Business	22
		Industry	19
(Bughin, Catlin, Hirt et al, 2018)	(ninguna)	Strategy	18
		Incumbents	17
		Customers	16
		Models	15
		Competition	13

Autor	Palabras clave	Término	Frecuencia
		Growth	13

Nota: Recopilación de frecuencias para los reportes académicos consultados. Elaboración propia

Tabla 8

Mayor frecuencia referencias académicas: reportes.

Término	Frecuencia
Companies	2

Nota: Recopilación de frecuencias para los reportes académicos consultados, tabla clusterizada.

Elaboración propia

Frecuencias totales

Para finalizar el análisis de datos era necesario realizar la recopilación del total de los términos más usados en todas las categorías. En concordancia con la clusterización el primer resultado de la recopilación era la tabla 9; sin embargo, al recopilar las frecuencias por categoría se hizo evidente que era necesario aplicar otro tipo de análisis más robusto a la información para poder confirmar o desestimar lo sugerido por esa tabla.

Precisamente ese es el motivo por el cual se realizan las tablas 10 y 11. Como se mencionó anteriormente fue necesario utilizar un software de análisis de datos para poder recopilar esta información.

El primer resultado encontrado es que existen dos criterios posibles para organizar las frecuencias, uno más virtuoso que el otro: el primer criterio es una interpretación de frecuencias absolutas de las palabras, esto implica que, por ejemplo, si un texto de 90 páginas tiene 600 menciones a un término y cinco textos más, de 20 páginas, lo mencionan cada uno 20 veces el término resultaría entre los más usados, sin importar que se encuentre solamente en 6 de las 21 referencias exploradas, haciendo este criterio de ordenamiento muy sensible al sesgo inducido por el tamaño de los textos; la opción alternativa es ordenarlos en concordancia con el número total de documentos que los citan, esto implica que el filtro inicial para su clasificación fue ser usados ampliamente en la mayor cantidad de referencias revisadas, una vez cumplido este criterio aplicaba el ordenamiento por frecuencias absolutas.

De la tabla 9 es posible tomar los 15 términos más usados en la clusterización, los cuales constituyen la tabla 10: *Economy, Companies, Employment, Platform, Business, People, Digital, Growth, Investors, Market y Platforms.*

En la tabla 10 se encuentra que los términos relacionados con el ámbito de la economía están representados por 7 de 10 términos: *Economy, Companies, Employment, Business, Investor* y *Market*; también se encuentran 2 términos: *Platform* y *Digital* relacionados con las nuevas tecnologías. Finalmente, el término *People*, parece no estar relacionado específicamente con el ámbito económico y el término *Growth* está directamente relacionado con los estudios en negocios y administración empresarial (*Business* y *Management*, en la literatura anglófona).

En la tabla 11 los diez términos principales son: *Economy, workers, platforms, companies, market, business, employment, growth, digital* y *blitzscaling*. Esta tabla elimina la clusterización, pero mantiene el sesgo derivado del tamaño de los documentos; en esta medida, los términos pueden distribuirse de la siguiente manera, relacionadas con el ámbito de economía se encuentran los 5 términos: *Economy, workers, companies, market, business* y *employment*; los términos *growth* y *Blitzscaling*, se relacionarían con el ámbito de los estudios de negocios mientras que *platforms* y *digital*, son términos del ámbito de las nuevas tecnologías. Desaparece el término *people*, disminuye la representación del ámbito económico y se observan cambios en el orden de los términos, además se añade el término *Blitzscaling* y desaparecieron los términos *Market* e *Investor*.

Finalmente, en la tabla 12 los 10 términos de mayor frecuencia fueron: *companies, business, market, company, services, people, economy, growth, economic* y *capital*. Para esta tabla se controló el sesgo derivado del tamaño de los textos, resulta importante resaltar que existen algunas similitudes con la tabla 10, como la reaparición del término *people*, que puede ser considerado, parte del ámbito social; se encuentra que, nuevamente, la dimensión económica está representada con 8 términos relacionados *companies, business, market, company, services, economy* y *economic*; por último, los términos *growth* y *capital*, relacionados con los estudios

sobre negocios mantienen esa categoría, mientras que desaparece la relación con las Nuevas tecnologías.

Esta sección evidencia que resulta muy importante reconocer la influencia de la metodología en los resultados de la investigación. Un análisis clusterizado del total de las frecuencias habría concluido que los términos de mayor peso son *Economy, Companies, Employment, Platform, Business, People, Digital, Growth, Investors, Market* y *Platforms*. Sin embargo, toda la discusión sobre la clusterización y el sesgo derivado del tamaño de los textos le da ciertos matices, por este motivo se podría concluir que los términos de mayor uso en la literatura analizada fueron *companies, business, market, company, services, people, Economy, growth, economic* y *capital*.

En ambos listados *Companies* es uno de los términos más usado, también se repiten los términos *Business, Growth, Market, People* y *Economy*, resulta evidente el reordenamiento de los términos, por ejemplo, *Economy* pasa de ser el término más usado a ser el séptimo término más usado, una vez se eliminan la clusterización y el sesgo derivado del tamaño del texto, con *Business* se revierte el cambio, pasando de ser el quinto término más usado a ser el segundo término más usado.

Tabla 9

Términos de mayor frecuencia para todas las categorías.

Término	Frecuencia
Economy	9
Companies	8
Employment	5
Platform	5
Business	5
People	4
Digital	3
Growth	3
Investors	3
Market	3
Company	2
Contractors	2
Control	2
Customers	2
Delivery	2
Labour	2
Employees	2
Economic	2

Nota: Recopilación de frecuencias para todas las categorías, recopilación de resultados de las tablas clusterizadas. Elaboración propia

Tabla 10

Sistematización 10 términos de mayor frecuencia en la clusterización.

Término	Frecuencia
Economy	9
Companies	8
Employment	5
Platform	5
Business	5
People	4
Digital	3
Growth	3
Investors	3
Market	3

Nota: Recopilación de los 10 términos con mayores frecuencias para todas las categorías, a partir de los resultados de las tablas clusterizadas. Elaboración propia

Tabla 11

Sistematización 15 términos de mayor frecuencia, abstrayendo las categorías (frecuencia total).

Término	Frecuencia	% total	Documentos	Documentos %
economy	689	5,779231673	18	85,71428571
workers	512	4,294581446	14	66,66666667
platforms	444	3,724207348	13	61,9047619
companies	378	3,170608958	21	100
market	349	2,927361181	20	95,23809524
business	285	2,3905385	21	100
employment	264	2,214393558	12	57,14285714
growth	259	2,172454286	18	85,71428571
digital	248	2,080187888	16	76,19047619
blitzscaling	247	2,071800034	5	23,80952381
company	236	1,979533635	19	90,47619048
labor	222	1,862103674	15	71,42857143
economic	208	1,744673712	18	85,71428571
income	195	1,635631605	8	38,0952381
capital	186	1,560140916	18	85,71428571

Nota: Recopilación de frecuencias para todas las categorías, controlando la clusterización.

Elaboración propia

Tabla 12

Sistematización 15 términos de mayor frecuencia, abstrayendo las categorías (repetición en documentos).

Término	Frecuencia	% total	Documentos	Documentos %
companies	378	3,170608958	21	100
business	285	2,3905385	21	100
market	349	2,927361181	20	95,23809524
company	236	1,979533635	19	90,47619048
services	174	1,459486663	19	90,47619048
people	121	1,014930381	19	90,47619048
economy	689	5,779231673	18	85,71428571
growth	259	2,172454286	18	85,71428571
economic	208	1,744673712	18	85,71428571
capital	186	1,560140916	18	85,71428571
technology	113	0,947827546	18	85,71428571
service	83	0,696191914	18	85,71428571
future	69	0,578761953	18	85,71428571
change	62	0,520046972	18	85,71428571
offer	42	0,352289884	18	85,71428571

Nota: Recopilación de los 15 términos con mayores frecuencias para todas las categorías, controlando la clusterización. Elaboración propia

Figura 2

Nube de palabras por palabras más repetidas en mayor cantidad de referencias examinadas.



Nota: Nube de palabras realizada mediante MAXQDA 2020, para todos los textos consultados controlando la clusterización. Elaboración propia.

Conclusiones

Economía gig es un concepto fuertemente relacionado con las ciencias de la tecnología, pero en la investigación se encontró que una vez se controlan los efectos derivados de la *clusterización* y el tamaño de los textos, las referencias abordadas se mantienen sólidamente relacionadas con las ciencias económicas y de los negocios, mientras que los términos relacionados con la tecnología se convierten en un aspecto de menor frecuencia y uso, porque los términos canónicos están mejor establecidos.

En las tablas 9 y 11, se evidencia que el término *Blitzscaling* no es de uso generalizado entre las fuentes consultadas, aunque esto no implica que el concepto y el modelo a los cuales hace referencia sean ajenos para estos autores; porque el término *Growth* mantiene su relevancia en las referencias analizadas.

Los términos *Business*, *Growth*, *Market*, *People* y *Economy* son de uso generalizado en ambos listados, por lo cual se hace relevante reconocer que la literatura sobre innovación y administración de empresas al analizar la *Economía gig* y el *Blitzscaling* sigue usando categorías canónicas.

En esta medida resulta importante preguntarse si los textos que abordan estas temáticas están suficientemente informados sobre el tema, o más bien se está ante los mismos fenómenos económicos y estructurales, pero con nuevos términos que los hacen aparecer como “innovadores”.

Aunque el modelo *Blitzscaling*, no aparezca de uso frecuente en las fuentes revisadas reconocer que responde al tipo de incertidumbre que enfrentan las empresas en nuestra época y lo hacen una estrategia atractiva a corto plazo, como lo evidenció el auge de las crypto monedas y los NFTs, entre 2019 y 2020; y parece repetirse en las competiciones contemporáneas entre compañías de Inteligencia Artificial, es importante recordar que OpenAI combinó, exitosamente,

la investigación innovadora en Ciencias de la computación con el lanzamiento de modelos de Inteligencias Artificiales adoptados rápidamente (Dall-e, Dall-e 2, Gpt-2 o ChatGpt). Estos lanzamientos son muy similares a los Productos Mínimamente Viabiles (Corrêa Atadaine, 2021; Kuratko et al., 2020; Maksimova, 2022). De hecho, ya existen algunas voces discordantes ante los movimientos relacionados con GPT-4 y la adopción de estrategias similares al escalamiento relámpago (Christiano, 2018; Conover, 2023; Benglio et al. 2023).

Es decir, el *escalamiento relámpago (blitzscaling)* y la preocupación por el *crecimiento (growth)* sigue presente, incluso en ámbitos que no habían ocupado el foco atencional de la literatura en negocios, por esto resulta muy importante hacer caso de las investigaciones que intentan soslayar el brillo de las ganancias inmediatas, las cuales buscan entregar un panorama mucho más ajustado y preciso para tomar decisiones relevantes con una mayor cantidad de resultados previsibles.

Y por esta razón resulta muy importante el aporte realizado por (Márton, 2022), mediante la propuesta de una ecología digital, porque los cambios del siglo XXI han convertido la presencia digital y las prácticas en internet un aspecto vertebral de la constitución de una empresa (Bughin et al., 2018; Caputo et al., 2021).

En la revisión de la literatura se encontró que hay un maridaje entre *Economía gig*, *economía* y *Crecimiento*. Sin embargo, muchos autores centran sus preocupaciones en elementos comunes y plantean análisis que no tienden a indagar acerca de la formación de los emprendedores, o de los empresarios. Como se señaló anteriormente, las tablas de frecuencia no mostraron que el uso del término *Blitzscaling* se haya generalizado a lo largo de las investigaciones sobre *Economía gig*.

En esta medida, es importante reconocer que la *Economía gig*, además de ser un fenómeno económico permite explorar de manera explícita las relaciones directas entre decisiones empresariales y el tejido social, algo que parece confirmado por el uso extendido del término *people*, en las referencias abordadas, aunque resulta insuficiente para contrabalancear el peso de la mentalidad empresarial y economizada que se preocupa principalmente por *companies, growth, market o economy*. También debe resaltarse que ni siquiera la inclusión de referencias divulgativas consiguió incluir términos de otras esferas, aunque esta inclusión permitió complejizar la mirada del autor acerca de las ciencias empresariales y su relación con la sociedad.

Sin embargo, es importante resaltar que para la tabla 9 los términos *social, platform y people* resultaban novedosos respecto al ámbito restringido de la administración de empresas y permitirían acudir a la interrelación que tienen la administración de empresas y el mercadeo con la sociedad en general, de tal manera que sea posible evitar la aplicación de teorías de vanguardia que terminen destrozando vidas y negocios, de manera indiscriminada; sin embargo, una vez se controlaron ciertas variables se hizo evidente que el renovamiento de la literatura no está a la par de su canonicidad.

Es importante resaltar que existe un ámbito innovador, el relacionado con la reflexión sociológica (Báez Melián et al., 2023; Popan, 2021; Woodcock & Graham, 2020), que ha prestado atención a la *Economía gig* y parece estar determinando una parte importante de las reflexiones divulgativas acerca de ella y sus modelos de negocio derivados.

Adicionalmente, es necesario realizar una advertencia respecto a los resultados parciales: debido a que el parámetro de caracteres resulta necesario para evitar que algunos términos obstruyan el análisis es probable que términos específicos (como Uber) hayan quedado

relegados, Sin embargo, el texto presente expone explícitamente algunos términos relevantes con los cuales puede continuarse una investigación de métodos mixtos que intente abordar la complejidad de la Economía gig, más allá del mero ámbito económico-corporativo, aunque también existan consecuencias económicas como las 2 consecuencias citadas por Maksimova:

“...So, looking at the examples above, there are definitely 2 [sic] fundamental issues that really highlight the idea that blitzscaling is a rather contentious and controversial concept to use:

- 1) blitzscaling indirectly generates completely dishonest monopolies.
- 2) Sometimes blitzscaling forces companies to compromise ethics and even act illegally to achieve results.” (Maksimova, 2022, p. 39)

Sin embargo, resulta importante recordar que las consecuencias derivadas de las estrategias y modelos de negocio son trascendentales para el futuro de las compañías y del mercado, en general, por ello resulta relevante hablar acerca del *poder y la responsabilidad sociales* como aspectos definitorios de la administración de empresas:

“...But what are the consequences of responsibility avoidance? If power and responsibility are to be relatively equal, then the avoidance of social responsibility leads to gradual erosion of social power. ” (Davis, 1960, p. 73)

En esta medida resulta muy importante reconocer que el papel de las empresas y los empresarios en el cuerpo de una sociedad nunca puede reducirse a su dimensión económica, debido a su poder financiero y su influencia social (Han & Chen, 2018; Márton, 2022; Minevich, 2021); muy a pesar de lo que pudieran señalar algunos autores clásicos del debate sobre la

Responsabilidad Social, que tuvo lugar en Estados Unidos durante los años 50's; por esta razón resulta muy importante escuchar la recomendación de Davis, teniendo en cuenta que el poder y responsabilidad sociales pueden vitalizar o ahogar a una compañía, pues se trabaja con personas, no meramente con billeteras o cuentas de banco. Tal como las personas pueden esparcir una buena recomendación, también pueden actuar como propagadores del odio, la rabia o el resentimiento en contra de las compañías que no satisfacen algunos de sus intereses específicos.

Recomendaciones y sugerencias

Resulta muy importante resaltar que cualquier persona que esté interesada en consultar más información acerca de los modelos de crecimiento debería ponderar sus objetivos estratégicos y la cantidad de riesgo que desea asumir. Como puede retomarse a la luz de los antecedentes la estrategia del crecimiento relámpago implica una muy alta probabilidad de quemar dinero en una estructura inmensa difícilmente capitalizable.

Es necesario recordar que mantener una iniciativa empresarial únicamente con el subsidio de los inversores es una práctica arriesgada e irresponsable, en muchos casos, que desconoce el peso de las decisiones corporativas en la sociedad civil, ignorando la importancia de un pensamiento complejo y consciente de las implicaciones contextuales (ecosistémicas) de sus decisiones.

La importancia de tener un *Producto Mínimamente Viable* (PMV) (Corrêa Atadaine, 2021; Kuratko et al., 2020) para conseguir una labor exitosa, el cual sea adoptado rápidamente por sus usuarios mientras continúa en desarrollo implica que la industria Tech, por ahora, es un sector privilegiado para la generalización de estas estrategias económicas y empresariales. Las mismas ya han comenzado a aplicarse en la industria de los videojuegos y parece que son la estrategia dominante en el lanzamiento de aplicaciones, especialmente aquellas que dicen fundarse en la aplicación de las Inteligencias Artificiales, como ChatGPT. Por esta razón, una investigación de caso respecto a OpenAI puede resultar muy clarificadora para complementar los PMV con la creación de comunidades de prosumidores, los cuales se implican en la actividad por algún ideal común (en el caso de OpenAI su renombre investigativo en las ciencias computacionales y su profusa producción en ARXIV parecen haberle permitido capitalizar su renombre).

Además de la importancia de OpenAI como caso de estudio paradigmático de los *Productos Mínimamente Viables*, es relevante acudir a los casos de Twitter, Meta y Uber como casos relevantes de aparente fracaso blitzscalar. Mientras Xbox, Amazon web Services y Microsoft Azure deberían ser estudiados como casos paradigmáticos de éxito blitzscalar. Es importante resaltar que Microsoft ha aplicado exitosamente este modelo de negocio en al menos dos ocasiones (Xbox, 2018; Kuratko et al., 2020; Maksimova, 2022) y recientemente se ha encargado de realizar una inversión en OpenAI, para poder implementar la tecnología de GPT-4 en sus productos de Microsoft Office (lanzado como el proyecto Microsoft Copilot).

Es imposible dejar de insistir en la importancia de tomar decisiones empresariales contextualmente informadas, puesto que la creación de empleos y riquezas es una labor ardua, fácilmente afectada por las consecuencias inmediatas. Un ejemplo reciente de esto, que también debería ser estudiado, es el caso de quiebra del Silicon Valley Bank, cuyos principales clientes eran las start-up estadounidenses que tuvieron, durante casi 5 días, sus cuentas congeladas debido a una, presumible, situación de corralito bancario en la cual muchos clientes del banco decidieron sacar una inmensa cantidad de dinero por un pánico generalizado.

Para finalizar, el acercamiento a la metodología cualitativa fue sumamente enriquecedor, sin embargo, existen múltiples herramientas recientes que se encargan de facilitar el trabajo académico con las cuales no había tenido contacto suficiente luego de haber adelantado una parte importante de la investigación, algo que resulta evidente una vez hay cierta familiaridad con las mismas.

Un ejemplo muy importante es la metodología con la cual se buscaron las referencias, aunque las palabras clave y la bibliografía de estas eran muy importantes para poder obtener nuevas referencias, esto habría sido más rápido y eficiente con el uso temprano de

ResearchRabbit o LitMaps. Algo que también habría ayudado a realizar un manejo eficiente de los conceptos y el relacionamiento de estos.

Como se señaló en el cuerpo del texto la etapa de análisis de la información habría resultado optimizada usando desde el inicio un programa como MAXQDA, o similares, gracias al cual se habrían automatizado diversas funciones, como la recopilación de las frecuencias o de nubes de palabras, con las cuales se habría podido amenizar el trabajo.

También resulta importante señalar que la investigación sobre la *economía gig* está extendiéndose más allá de las ciencias empresariales, llegando a la sociología y la psicología (Báez Melián et al., 2023; Popan, 2021; Woodcock & Graham, 2020) pero muchos de los comentarios realizados al respecto se reducen a una de sus áreas de influencia, o terminan siendo notas marginales respecto a temas más importantes para esas disciplinas. Desafortunadamente continúa habiendo una brecha lingüística que no se resuelve únicamente con la enseñanza de segundas lenguas, algo que se intenta solventar con este breve análisis.

Referencias

- BadEmpanada. (22 de enero de 2021). The Gig Economy SUCKS - I Have the Scars to Prove It! *YouTube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=EYMXiPzjQ2M>
- Báez Melián, J. M., Bergua Amores, J. A., Casas Cortés, M., Gracia Bernal, A., & Moya Santander, L. (2023). De la precariedad económica a la vulnerabilidad existencial. Notas para una ampliación de paradigma. *Digithum*, 29, 1–11. <https://doi.org/10.7238/d.v0i29.394169>
- Benanav, A. (24 de agosto de 2020). Why Uber's business model is doomed. (G. N. Limited, Ed.) *The Guardian*. Recuperado el 19 de noviembre de 2022, de The Guardian: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/aug/24/gig-economy-uber-lyft-insecurity-crisis>
- Benglio, Y.; Russell, S.; Musk, E.; Wozniak, S.; Harari, Y. N.; Mostaque, E.; Yang, A.; Hopfield, J. J.; Pisano, V.; Leahy, C.; Tallinn, J.; Sharp, E.; Larsen, C.; Peters, C; Tegmark, M.; Aguirre, A.; O'Heigeartaigh, S.; Harris, T.; Bronson, R.; Allen, D.; Rotenberg, M.; Mialhe, N.; Soares, N.; Critch, A.; Nitzberg, M.; Zeng, Y.; Omohundro, S.; Chita-Tegmark, M.; Krakovna, V.; Javorsky, E.; Brakel, M. ... Pedreschi, D. (2023). Pause Giant AI Experiments_ An Open Letter. *Future of Life Institute*. Recuperado el 28 de marzo de 2023 de Future of Life <https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/>
- Buchack, G. (1 de marzo de 2021). Financing the Gig Economy. *SSRN Products and Services*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3766338>
- Bughin, J., Catlin, T., Hirt, M., & Willmott, P. (2018). *Why digital strategies fail*.
- Café Kyoto. (8 de junio de 2022). ¿Querés ser tu PROPIO ESCLAVO? | GIG Economy. *YouTube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ytGKWALZyv8&t=2s>
- Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., & Dabić, M. (2021). Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field. *Journal of Business Research*, 123, 489–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.053>
- Carrión, J. R. H. (2022). Deconstruyendo la “peer-to-peer sharing economy”: El desafío de la “economía colaborativa” a las cooperativas de plataforma en la era del pos-trabajo del siglo

XXI. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 105, 177–204.
<https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.105.17784>

Chaz, Austin; TEDx Talks. (18 de Noviembre de 2020). Wake Up to the Gig Economy. *YouTube*.
 Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=vdI9RoG2yTU>

Context. (28 de Enero de 2021). The gig economy: when algorithms decide your pay. *YouTube*.
 Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=7Yr3TIub-Qg&t=2s>

Conover, A (31 de marzo de 2023). AI is BS. *YouTube*. Obtenido de
https://www.youtube.com/watch?v=ro130m-f_yk&ab_channel=AdamConover

Corrêa Atadaine, C. Y. (2021). *Blitzscaling: uma análise de aplicabilidade e eficiência* [Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Ensino e pesquisa Insper como requisito básico para a conclusão do Curso de Ciências Econômicas., Insper - Instituto De Ensino E Pesquisa]. <https://repositorio.insper.edu.br/handle/11224/3169>

Christiano, P. (24 de febrero de 2018) Takeoff speeds. *The sideways view*. Recuperado el 28 de marzo de 2023 de The sideways view: <https://sideways-view.com/2018/02/24/takeoff-speeds/>

Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>

Frederick, A., Sostheim, J., Stanfill, C., & Apfel, H. (2019). *PitchBook 2019 Venture Capital Outlook*.

Han, D., & Chen, X. (2018). Free Cash Flow, Corporate Social Responsibility and Enterprise Value: An Empirical Analysis Based on Listed High-tech Enterprises. *Proceedings of the 2018 2nd International Conference on Management, Education and Social Science (ICMESS 2018)*.
<https://doi.org/10.2991/icmess-18.2018.353>

Han, B. (2021) *No-Cosas: Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.

Hellmore, E. (17 de Diciembre de 2022). Fraud, cons, and Ponzi schemes: did Sam Bankman-Fried use Madoff tactics? (G. N. Limited, Ed.) *The Guardian*. Recuperado el 01 de febrero 2023, de The Guardian: <https://www.theguardian.com/business/2022/dec/17/sam-bankman-fried-bernie-madoff-fraud-ftx>

Hoffman, R., & Yeh, C. (2018). *Blitzscaling: The Lightning-Fast Path to Building Massively Valuable Companies* (1st ed.). Currency

- Kuratko, D. F., Holt, H. L., & Neubert, E. (2020). Blitzscaling: The good, the bad, and the. *Business Horizons*, 63(1), 109-119. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.10.002>
- Liem, E., & Senior Editor, B. (2021). *Door Dash launches 3-tiered commission fee structure*. <https://www.restaurantdive.com/news/doordash-launches-3-tiered-commission-fee-structure/599088/>
- Maksimova, M. A. (2022). The fundamental problem of the concept of blitz-scaling as a modern business tool. In Ivanovskaya I.I. & Prevova M.V. (Eds.), *СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА И ПРАВО: ОПЫТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА* (1st ed., pp. 36–40). New Science. International Center for Scientific Partnership. <https://m.sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-579.pdf>
- Márton, A. (2022). Steps toward a digital ecology: ecological principles for the study of digital ecosystems. *Journal of Information Technology*, 37(3), 250–265. <https://doi.org/10.1177/02683962211043222>
- MasterCard; Kaiser Associates. (2019). *The Global Gig Economy: Capitalizing on a ~\$500B Opportunity*. Obtenido de <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2019/05/Gig-Economy-White-Paper-May-2019.pdf>
- Menon, K. (25 de mayo de 2022). Investors, customers, and workers are fed up with delivery apps. (I. INC, Ed.) *Business Insider*. Obtenido de <https://www.businessinsider.com/tech-stock-market-crash-recession-gig-delivery-apps-uber-instacart-2022-5>
- Minevich, M. (27 de enero de 2021). What Is the Social Responsibility of Big Tech. *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/markminevich/2021/01/27/what-is-the-social-responsibility-of-big-tech-an-american-lesson-from-2020/#:~:text=Create%20more%20social%20innovation%20funds&text=Big%20tech%20needs%20to%20make,social%20entrepreneurs%20across%20the%20nation>.
- Navas, M., & Hu, S. (2022). Serial Entrepreneurs Raise More Capital, but at What Cost. *Pitchbook*. Obtenido de <https://pitchbook.com/news/reports/q3-2022-pitchbook-analyst-note-serial-entrepreneurs-raise-more-capital-but-at-what-cost>
- Noble, H., & Mitchell, G. (2016). What is grounded theory? *Evidence-Based Nursing*, 19(2), 34–35. <https://doi.org/10.1136/eb-2016-102306>

- O'Reilly, T. (2019). The fundamental problem with Silicon Valley's favorite growth strategy. *Quartz*. <https://qz.com/1540608/the-problem-with-silicon-valleys-obsession-with-blitzscaling-growth>
- Pasmore, W., Winby, S., Mohrman, S. A., & Vanasse, R. (2019). Reflections: Sociotechnical Systems Design and Organization Change. *Journal of Change Management*, 19(2), 67–85. <https://doi.org/10.1080/14697017.2018.1553761>
- Pollman, E., & Barry, J. M. (6 de septiembre de 2017). Regulatory Entrepreneurship. *SSRN Products and Services*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2741987>
- Popan, C. (2021). Embodied Precariat and Digital Control in the “Gig Economy”: The Mobile Labor of Food Delivery Workers. *Journal of Urban Technology*. <https://doi.org/10.1080/10630732.2021.2001714>
- Popper, N. (9 de junio de 2020). As Diners Flock to Delivery Apps, Restaurants Fear for Their Future. (T. N. Company, Ed.) *The New York Times*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/2020/06/09/technology/delivery-apps-restaurants-fees-virus.html>
- Ravenelle, A. J. (2019). *Hustle and Gig: Struggling and Surviving in the Sharing Economy*. University of California Press.
- Roose, K. (8 de junio de 2021). Farewell, Millennial Lifestyle Subsidy. (T. N. Company, Ed.) *The New York Times*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/2021/06/08/technology/farewell-millennial-lifestyle-subsidy.html>
- Sánchez-Bayón, A. (2019). Transición a la Economía gig: Claves de sociología empresarial y laboral. *Encuentros Multidisciplinares*, 62, 1–19.
- Schwellnus, C., Geva, A., Pak, M., & Veiel, R. (2019). Gig economy platforms: Boon or Bane? *OECD Working Papers*. <https://doi.org/10.1787/18151973>
- Singh, N. (2022). *Blitzscaling: Why Does it Matter?* <https://www.jumpstartmag.com/blitzscaling-why-does-it-matte/>
- Srnicek, N., & Giacometti, A. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Standing, G. (2011). *The Precariat: The New Dangerous Class*. Bloomsbury Academics.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundada*. Editorial Universidad de Antioquia, Facultad de Enfermería de la Universidad de Antioquia.

- Sullivan, T. (- de abril de 2016). Escalamiento Relámpago (Blitzscaling). *Harvard Business Review*,
Obtenido de <https://hbr.org/2016/04/Blitzscaling?language=es>
- Torres-Salazar, P., Miranda Acosta, Y., Manga-García, L., Flórez-Mercado, X., Gómez-Hernández, M., Narváez Arrieta, A., Palma-Cuadrado, F. & Flórez-Donado, J. (2019). La competitividad y la sostenibilidad de las Scale-ups de Latinoamérica. *Espacios*, 40(28), 21–36.
- Tutor2u. (24 de enero de 2018). Labour Markets - What is the Gig Economy? *YouTube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ku6wceFy-BA&t=5s>
- Vallas, S., & Schor, J. B. (2020). What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy. *Annual Review of Sociology*, 46, 273-294. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857>
- Wisecrack. (8 de Agosto de 2022). The Gig Economy Was Always a Scam. *YouTube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=rXWuz4wjdZA>
- Woodcock, J., & Graham, M. (2020). *The Gig Economy: A critical introduction*. Polity.
- Xbox. (13 de Diciembre de 2021). Power On: The Story of Xbox. *YouTube*. Obtenido de https://www.youtube.com/playlist?list=PL0il2l-B_WwadxfTkK3-NLoYNcQEhdBGO
- Zellweger, T. M., & Zenger, T. R. (2021). Entrepreneurs as scientists: A pragmatist approach to producing value out of uncertainty. *Academy of Management Review*.
<https://doi.org/10.5465/amr.2020.0503>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de recursos

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia
(Alonso, Fernández Rodríguez & Ibáñez Rojo, 2020)	Artículo revista	Consumo; Gig economy	Consumo	116
			Plataformas	40
			Economía	34
			Trabajo	31
			Productos	29
			Social	27
			Economy	20
			Crisis	17
			Modelo	17
			Companies	13
			Economic	13
			Growth	11
			Workers	7
			Drivers	6
(Benav, 2019)	Artículo periodico	(ninguna)	Business	5
			Labour	5
			Rideshare	5
			Automation	4
			Sharing	327
			Platforms	319
			Platform	303
			Economy	278
			People	248
			Airbnb	200
(Buchack, 2021)	Artículo revista	Gig economy; consumer finance; household finance		

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia			
(Bughin, Catlin, Hirt et al, 2018)	Reporte	(ninguna)	Social	159			
			Workers	141			
			Digital	99			
			Companies	39			
			Business	22			
			Industry	19			
			Strategy	18			
			Incumbents	17			
			Customers	16			
			Models	15			
			Competition	13			
			Growth	13			
(Café Kyoto, 2022)	Video	(ninguna)	trabajadores	27			
			trabajo	18			
			empresas	14			
			Task	10			
			freedom	9			
			control	8			
			domination	8			
			enterprise	7			
			blitzscaling	66			
			mercado	50			
			(Corrêa Atadaine, 2021)	Artículo revista	Blitzscaling; startup; innovation; entrepreneurship	startups	46
						startup	42
crescimento	41						
empresa	41						
empresas	38						

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia
			metodología	32
			workers	25
			companies	9
			people	9
(Context, 2021)	Video	(ninguna)	economy	7
			platforms	6
			Service	6
			contractors	5
			Capital	41
			Median	39
(Frederick, Sostheim, Stanfill et al, 2019)	Reporte	Venture capital; analyst note	Venture	27
			Blockchain	23
			Companies	19
			Investors	19
			Early-stage	16
			Valuations	16
			Economy	79
			Workers	77
(Healy, Nicholson & Pekarek, 2017)	Artículo revista	Gig economy; labour market regulation; future of work; precariat; unions	Employment	55
			Platform	45
			Relations	43
			Labour	38
			Companies	36
(Kuratko, Holt & Neubert, 2020)	Artículo revista	Blitzscaling; disruptive innovation; scaling; startup	Blitzscaling	100
			Growth	34
			Company	33

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia
		funding; venture	Employees	30
		capital	Flexport	30
			Funding	30
			Million	29
			Startups	28
			Billion	27
			blitzscaling	18
			growth	17
			companies	15
		Blitzscaling,	market	13
		investment, doing	strategy	13
(Maksimova, 2022)	Artículo revista	business, innovation	scaling	12
		strategy, problems of	business	10
		rapid growth	concept	8
			achieve	6
			efficiency	6
			Companies	24
			Delivery	14
			Business	10
			Investors	7
			Market	7
(Menon, 2022)	Articulo periodico	(ninguna)	Customers	6
			Economy	6
			Workers	6
			Businesses	5
			Lemonade	5
(O'reilly, 2019)		(ninguna)	companies	59

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia
			company	56
			blitzscaling	46
			business	42
	Artículo		google	37
	periodico		market	35
			venture	25
			growth	23
			hoffman	22
			Deliveroo	81
			Riders	62
			Workers	54
		Gig economy;	Economy	45
(Popan, 2021)	Artículo	cycling; deliveroo;	Whatsapp	36
	revista	digital activism;	Platform	32
		bicycle couriers	Couriers	28
			Digital	25
			Digital	25
			Restaurants	35
			Restaurant	48
			Delivery	18
(Popper, 2020)	Articulo	(ninguna)	Grubhub	16
	periodico		Caviar	9
			Percent	8
			Orders	7
			Companies	12
			Investors	7
(Roose, 2021)	Articulo	(ninguna)	Scooter	6
	periodico		Business	5

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia
			Prices	5
			Profit	5
			Service	5
			Subsidies	5
			According	4
			economía	101
			bienestar	39
		Economía GIG;	social	39
		Sociología	globalización	35
(Sánchez-Bayón, 2019)	Artículo revista	empresarial y laboral; Sociedad	sánchez-bayón	31
		deshumanizada;	realidad	23
		Nueva economía;	consumo	22
		Economía	posglobalización	22
			riqueza	22
			crisis	21
			Platforms	202
			Economy	163
			Workers	144
(Schwellnus, Geva, Pak et al, 2019)	Reporte	Gig economy, public policy	Platform	143
			Employment	95
			Services	77
			Market	74
			Dependent	53
(Wisecrack, 2022)	Video	(ninguna)	Economy	25
			workers	24
			companies	14

Referencia	Tipo de recurso	Palabras clave	Término	Frecuencia
			people	10
			contractors	7
			working	7
			employees	6
			employment	6
			economy	57
			people	32
			workers	25
			employment	18
(Tutor2u, 2018)	Video	(ninguna)	market	16
			business	12
			course	10
			worker	10
			benefits	9
			Platforms	141
			Platform	120
		Platform economy;	Workers	86
(Vallas & Schor, 2020)	Articulo revista	gig work; precarious work; digital revolution; sharing economy	Economy	73
			Digital	45
			Control	37
			Employment	31
			Economic	29

Nota: Matriz clusterizada de todos los textos, sin controlar la clusterización por categorías.

Elaboración propia

Anexo 2

Traducción de video ¿Quieres ser tu PROPIO ESCLAVO? | GIG Economy al inglés para la comparación general (generada automáticamente)

Transcript:

(00:00) Have you ever heard of the economy guide? This term was born sometime in the last decade to group all those new forms of on-demand work that could not fit into any other previous contracting model but that they had in common to a company that assigns different types of short-term tasks to independent contractors but where the workers do not have any permanent employment contract and therefore do not have any of the benefits granted by law.

(00:30) makes a minimum wage for a guaranteed day medical coverage paid vacation leave etc. to figure out the reason behind this you don't have to be an economist this type of work allows companies to employ labor only when there are tasks to assign to independent contractors considerably reducing costs for the company in exchange for precarious working conditions for workers since technically, they are not company workers in many countries these labor models of

(01:01) platform recently reached services such as passenger transport or food shipments like or fast but in the US it is estimated that within the next five years 50 percent of the workforce will be exercised under these conditions obviously this ignited several alarms the advance of the league economies can also mean more than 100 years of setback in terms of labor rights legislation under a rhetoric of entrepreneurial spirit freedom and flexibility today we are going to talk about a problem that does not

(01:34) it will be addressed urgently in the correct way it will end up subjecting us to a model of labor exploitation at times we had the illusion of having left behind welcome once

again this is coffee desk [Music] to talk about the origins of the economy here it would be necessary to inquire into the progressive development of platform economies in all their extension but that would be foreign to most of us since much of this occurred within the borders of the USA and would only arrive in places such as in Latin America some time

(02:24) then in the form of corporate giants with a functional model and has already developed in their country of origin so I would like to start with an example that I know in many countries served as the spearhead of many other applications that followed We all now know its landing, an American company that offers mobility services and promises its drivers a flexible job in which they can work where they want when they want and set their own hours, but unlike what a

(02:53) traditional work in the field of transportation this has nothing to do with the employer-employee relationship of a lifetime since they argue that their drivers can decide minute by minute whether to sell their labor which allows them a Greater flexibility to schedule other activities around your work. In fact, you constantly see that you deny being a transport company, referring to your fleet of contractors as driver partners or clients of your application, something that is even understandable since even the drivers themselves.

(03:24) they have significant or direct contact with the representatives of the company, this added to the rhetorical pirouettes that the marketing department does makes this type of companies on demand appear as an industrial model where the worker is considerably more autonomous and are less subject to relations of domination typical of the traditional work of capitalism. The first problem is that this type of discourse is born as a way of legitimizing domination and justifying the position of power of the

(03:54) companies, although there are aspects of this type of work models that do offer a certain degree of autonomy and flexibility in contrast to lifelong jobs, believing that for this reason these companies do not exercise significant levels of control over their workers is already being delusional about this freedom that companies like uber talk about, like practically any notion of freedom, always has to be understood in relation to the system in which it is integrated, in this case through the soft forms of control that

(04:24) companies exercise to control the schedules and shifts of their workers but what do I mean by soft forms of control in models that operate through different software in which workers log in to be assigned tasks a space where and following the rhetoric of these companies, the user can manage their work with complete freedom, but you are far from being that way. These tasks are assigned by algorithms that assume the role of managers, taking part in decision-making, information, and evaluation.

(04:55) about workers in a completely automated way a very clear example of this is the algorithmic system of dynamic prices that uber has, we should not consider them simply as market devices that throw a price based on supply and demand, but rather as a fundamental part of the technical control systems that shape the mechanisms through which workers' choices are restricted. What I am saying is that in many cases it is direct control, uncontrolled power, the

(05:28) asymmetries in the knowledge or computing capacity of these applications can exceed standard relationships between employee and employer, only that in these we are going to earn an annual salary, they subsist thanks to the conflict caused between the desire for freedom of workers and a digital system designed to manage a flexible workforce that in theory should be free but in practice is far from being the case talking about platform economies today without mentioning domination

(06:03) algorithmic would be practically impossible and by this, I mean any individual who is subject to a dominant power where their operations are partly or wholly determined directly by an algorithm without any kind of human management involved. interpret or indicate what has to be done let's understand it as follows: an interpersonal relationship of domination between a worker and his boss is made up of a set of rules and social and legal norms that help.

(06:33) reinforcing and reproducing this power relationship between the dominator and the dominated this is what allows those at the top to manage work ensuring that workers fulfill their specific tasks both managers and owners now when we talk about algorithmic domination this is done through automated interpersonal systems that dominate the subjects, we are literally changing the alopecic shirt and tie for an automaton that subjects people to uncontrolled power the

(07:03) Operations are determined directly by an algorithm, speaking of the abolition of this structural power relationship that already exists between workers and their bosses, as stated in these Greek companies, but rather that it continues to exist, are the ones that we can now point out. to no one like who exercises that domination, it continues to be a capitalist form of work because that decision-making over the workers remains ultimately in the hands of the company recognized and protected by property relations and the framework.

(07:34) legal that maintains and enforces them these companies can only exist if the state endorses them or turns a blind eye because the vulnerability of workers to the bosses rests almost entirely on the capacity of these companies technology to take advantage of some legal loopholes in national labor laws which allowed them to deny contractors labor rights that they could access through traditional and blank work and even some

(08:03) as simple as being able to claim unfair treatment let's remember what I said a few minutes ago it is expected that by 2027 50 percent of the American workforce will be under the king of the economy and I say this because in Regarding the reduction of costs, these companies produce a completely unfair competition scenario in their favor, which makes the economies gradually break their competitors to end up transforming from being the exception to becoming the rule, but ask yourself completely

(08:33) sincerity because a large part of the workers on these platforms tend to be migrants or who are part of marginalized groups with less access to safer workplaces, and algorithmic tools help increase the uncontrolled power of bosses over Its workers are the ones who decide what tasks are going to be done, who is going to do them and how they are going to be done, and if in the end the person who did that did it as it had to be done and from there, that performance is rewarded, sanctioned or punished. despite

(09:05) that theoretically this work was being done with total freedom by the worker and as long as it is worked under this escape model when I talk about uncontrolled power I mean all those places where the exercise of power by the bosses For example, it is not enough to infer in the workers due to a physiological limitation in all those processes that we carry out to fulfill our work tasks, but as in normal conditions there is usually only one manager assigned to supervise a

(09:41) A significantly larger group of workers have a certain margin of freedom of action in how we manage ourselves so that we can fulfill these tasks. Well, as we said before, the fact that there is no manager in its traditional conception does not mean that this type of platform is not supervising. the workers in fact do it and the control they exercise is even more severe than many flesh and blood managers and for me the clearest example of these control mechanisms over uncontrolled power is that of the

(10:06) dynamic pricing systems that I mentioned before and incentive schemes, many of these companies use a system where the price for the service is modified by algorithms in real time without the worker having the ability to challenge or control if this really is as it claims to be right now dynamic pricing is a key part of this soft control system as it prevents workers from leaving the platform at specific times and working for

(10:33) periods determined in this way these companies can regulate the number of workers available in the face of fluctuations in consumer demand for them whose business is to collect commissions for each of the services provided by having a flexible workforce It is very convenient since you are paying for specific trips or deliveries and not for the downtime that the worker really invested to be available when the application needs it and in this same way the algorithmic management

(11:01) Dynamic rate can also be customized to specifically suit the behavior of a particular worker who continually have to be estimating a reward that at the end of the day might not get this forces workers and against how they are advertised to participate in decision-making processes not on whether a particular deal is worth it, but based on how these can affect their future offers in the same way it happens with the

(11:31) limited logins or that there is a maximum number and it is usually quite limited of offers that one can reject, it is also worth clarifying that this dynamic price is not based on responding to a real demand from an existing market but rather rather primitive and they are wrong many of the times that you could create and this in the same area but under different industrial models, algorithmic domination simply does not happen, it is essential for the functioning of the economy and it is the one that restricts the basic freedom of

(12:04) the workers to decide what tasks for whom and how we are going to carry them out because despite the fact that these companies promote themselves by telling their workers that they have this status of autonomous and independent contractors, the workers of the economy continue to be subject to the unchecked power of consumers and bosses in terms of how they are evaluated reward or punish dynamic pricing is not only a way to manage labor supply but also establish regimes tied to whims

(12:34) arbitrary behavior of customers in ways that one cannot control at the mercy of random people who can ask you anything and if you refuse it can cost you a bad grade that will put you out of work without any right to reply is not simply It's not a customer experience ratings system, but a true disciplinary process under the ever-present supervision of an algorithm that rewards and punishes workers to regulate their behavior without anyone actually demanding it from them.

(13:06) even if this is a means for someone to accept a task against their will the advancement of the economy here I think should concern all of us and I'm very serious it may not have reached many of our jobs yet and we erroneously believe that this is not transferable to other items that go beyond transportation, parcel delivery, food and others, but this is not the case, there are platforms for whatever you can think of, many of which you have not yet heard of because they are considered illegal in many countries there are cases

(13:41) where, thanks to these platforms, many jobs historically relegated to the informal sector were able to organize themselves better, professionalizing workers and helping them to get paid even better for the same tasks that they are already doing, but we should never celebrate the precariousness of spaces work where it took decades of struggle to achieve the working

conditions they have today, we cannot ignore the advance of algorithms on many aspects of our lives and the grim possibility of

(14:08) That this leads to a deepening of Taylorist and digital capitalism where it is necessary to use every hour of our day to alleviate the fact that this passage of dependent employees, independent artists only benefits those who they profit thanks to our work the economy here does nothing but violate our labor rights pushing us into precariousness and a state of permanent insecurity and we have to understand it as what really is the prelude to a new model

(14:41) of exploitation that is going to further deepen relations of domination over workers adorned with a lot of false paraphernalia of entrepreneurship , freedom and being your own boss, we need to be aware that when we use these applications it is to eat, buy traveling or having fun, we are not only promoting precariousness, pushing sectors to have to see rise or die, but we also endorse this new form of algorithmic governance, it can be done differently and it is necessary that we do so

(15:12) different because it is going to cost us dearly because the more, we allow these digital platforms and algorithms to advance in our workplaces and social lives, the more we are going to have to question how we are limiting [Music] [Music] [Music]