**Paper - ¿Un “Uber” para casi todo? (la “involución” disruptiva)**

****

**- Inconvenientes, alertas y sospechas sobre Uber (u otros servicios“asociativos”)**

****

(Lista de “reclamaciones”: sin establecer un orden de importancia o cronológico)

Antes, señalemos las “ventajas” del servicio Uber, AirBnB… (o aplicaciones similares): es cómodo, práctico, barato, eficaz, aprovecha recursos subutilizados, defiende los principios de la libre competencia… (según sus usuarios).Son tecnologías “disruptivas”: cuya aplicación rompe con la que existía hasta el momento. Es el sueño de los ecologistas, los consumidores moderados y la gente de pocos recursos.

Y ahora, veamos las desventajas de la “uberización” de la economía, la “servitización” de la economía, la economíageek, la economía “compartida”, la economía “persona a persona” (peer to peer o P2P), la economía “colaborativa”, la economía “bajo demanda”, la economía “de acceso”…(en mi -humilde- opinión, y dejando claro que no soy “usuario” de estas modalidades de demanda).

1 - ¿La economía colaborativa es una “nueva economía” o una economía del “trueque” (medieval) y/o una economía de la “miseria” (consecuencia de la crisis del 2008)?

2 - Monetizaciónde la onda tecnológica (iPhones, apps…)

3 - Aprovechamiento de la nomofobia (moda, frivolidad, estupidez…)

4 - Competencia desleal (sector regulado vs. sector no regulado)

5 -Alta valoración incierta (burbuja especulativa)

6 - Sector no controlado (problemas de confianza, seguridad, calidad…)

7 - Suplen “asalariados” con “asociados” (inestabilidad, privatización…)

8 - Precarización del empleo, degradación del servicio, pérdida de ingresos fiscales, desatención de los mercados poco rentables, persecución descarnada del lucro, competencia desleal…

9 - Refugio temporal de usuarios (demanda) y proveedores (oferta), por falta de oportunidades (ingresos) en la economía real (productiva)

10 - Internet es el nuevo “Gran Hermano” (usuarios y proveedores geolocalizados, espiados, manipulados, sin intimidad, cautivos de algoritmos peligrosos…)

11 - Falsificación del sentido de la economía colaborativa, codicia insaciable, enriquecimiento desmedido

12 - No pueden convivir (competir) en igualdad de condiciones un sector regulado (taxis, hoteles…) con otro desregulado (Uber, AirBnB…), uno que paga impuestos (taxis, hoteles…) con otro que no paga impuestos (Uber, AirBnB)

13 - La economía compartida genera pocos empleos

14 - No se mejora el sistema económico (modelo) sustituyendo “monopolios” por “oligopolios” (con vocación de monopolios futuros)

15 - ¿Será la “economía colaborativa” una evolución o una involución del capitalismo?

16 -No se crean nuevos sectores económicos (servicios, productos), sino que se absorben sectores ya existentes (competencia desleal: rapaces “ladrones de nidos”)

17 - La revolución digital nos obliga a vivir como nuestros tatarabuelos: en un mundo sin trabajo

18 -A los prestadores del servicio (oferta) ¿les alcanza lo que ganan para vivir? ¿cuentan con suficiente protección social en su empleo temporario o a destajo?

19 - ¿Quién es el “propietario” de los datos personales y del acceso a ellos (información personal, localización en tiempo real, y pagos móviles)?

20 - Son empresas que se sitúan en el limbo legal y perjudican al sector regulado

21 - Hay “aplicaciones” que resultan un escenario ideal para estafas y actividades ilegales de todo tipo (incidentes masivos de fraude y robo de datos)

22 - “Engorda” la economía sumergida

23 - Lo que nos obliga a “confiar” y “compartir” es la crisis económica que se vive desde el año 2008

24 - No hay lugar para “personas anónimas” en el futuro de la economía compartida

25 - El 42% de los propietarios que utilizan AirBnB emplean lo que ganan en cubrir gastos

26 - Gente interconectada (smartphones) que necesita dinero

27 - Una economía de “bolos” (gig economy); una constelación de “minitrabajos” para ir tirando

28 - Transfiere gran parte del riesgo a los trabajadores, con toda la inestabilidad económica que ello implica (“on-demand job”)

29 - La “uberización” de la economía en cinco claves: 1) transformación digital, 2) valores muy reducidos, 3) personalización, 4) rapidez, 5) productos de bolsillo

30 Los cuatro riesgos principales de la “ubereconomía”: 1) el tecnológico, 2) la ejecución de la idea, 3) la regulación, 4) el mercado al que se enfrentan

**- Echando la vista atrás (todo este “tinglado” -o gran parte-, ya estaba inventado)**

****

Siempre digo que ser “viejo” (como es mi caso) es “lamentable”, pero que ser viejo y “boludo” (en argentino) o “gilipollas” (en español) es “patético” (espero y deseo que no me pongan en ese “casillero”). Y de ser así, con un clic piadoso ahórrenme el bochorno.

Pero la única “ventaja” (si se puede llamar así), de haber vivido muchos años (tengo 72), son los recuerdos, la memoria, la experiencia acumulada, la historia vivida.

Del baúl de los recuerdos (y con la ayuda de “San Google”), voy a sacar algunos relatos (del día a día) para demostrar que muchos de los “servicios” ofrecidos por estos “listillos” tecnológicos ya existían desde hace muchos años y siempre han sido a consecuencia de la pobreza, la miseria y la desesperación de la gente humilde.

Un viaje al fondo de la “pantomima”

- Película The Apartment (Año1960)

Director: Billy Wilder - Reparto: Jack Lemmon, Shirley MacLaine, Fred MacMurray…

Género: Comedia dramática

Sinopsis: C.C. Baxter (Jack Lemmon) es un modesto pero ambicioso empleado de una compañía de seguros de Manhattan. Está soltero y vive solo en un discreto apartamento que presta ocasionalmente a sus superiores para sus citas amorosas. Tiene la esperanza de que estos favores le sirvan para mejorar su posición en la empresa. Pero la situación cambia cuando se enamora de una ascensorista (Shirley MacLaine) que resulta ser la amante de uno de los jefes que usan su apartamento (Fred MacMurray).

Premios1960: 5 Oscars incluyendo mejor película, director y guión original. 3 Globos de Oro, incluyendo Mejor película - Premios BAFTA: Mejor película, actor extranjero y actriz extranjera - Sindicato de Directores (DGA): Mejor director - Sindicato de Guionistas (WGA): Mejor guión comedia - Festival de Venecia: Mejor actriz (Shirley MacLaine).

Podríamos decir que Baxter (Jack Lemmon) ha sido un pionero de AirBnB.

- El “patrón” de la vereda (acera) (Año 1950)

Cuando era pequeño (en la falaz, fugaz, y entonces rica, Argentina), solíamos asumir el rol de patrón de la “vereda” (“acera”, en español). Definíamos un área, que en general coincidía con el frente de nuestra casa y todo aquel amigo (compañero de juegos) que quería pasar por ella, debía pagar algún tributo. En general, ese canon consistía en dejarnos jugar el próximo partido de fútbol en el puesto que eligiéramos, o darnos una “figurita” (cromo) que no tuviéramos en nuestra colección, o unos dulces, u otra cosa. En la mayoría de los casos los demás niños “respetábamos” la vereda de cada uno y aceptábamos el pago por el peaje correspondiente.

Una forma de “privatización” (imaginaria) de un bien público, sin oficio pero con beneficio. Cobrar por nada y con la “conformidad” de los niños del barrio.

- Las sobras de comida en Río de Janeiro (Año 1979)

De regreso de nuestro primer viaje a Europa (un circuito de 60 días), en la época del “deme dos” de los argentinos, subvencionados por el dólar barato del gobierno del “proceso” (gran artífice de la “deuda externa y eterna”), culminamos el recorrido, tomando el sol en las playas de Río de Janeiro (primera visita a Brasil).

Al anochecer salimos a cenar en uno de los restaurantes de Copacabana. Nos sentamos en la terraza y luego que nos sirvieron la comida, observamos a unos niños que “revoloteaban” por los alrededores y eran espantados (una y otra vez) por los camareros.

Esos chicos estaban esperando que algún comensal dejara algunas sobras en la bandeja (patatas fritas, ensalada, farofa, picaña, lombinho de porco, feijão-preto…), y antes que los camareros las retiraran pedían permiso a los clientes para llevarse los restos.

Cuando entendimos el “juego” y comprobamos la desesperación de los críos por hacerse de una ración, nuestro apetito se esfumo y nuestra velada se arruinó.

Antes de marcharnos, mi esposa me hizo prometer que nunca más volveríamos a Brasil para ser cómplices (por acción u omisión) de la miseria y el hambre infantil.

Los “meninos da rua” podrían calificarse de grandes “asociacionistas” yeficaces, “aprovechadores recursos subutilizados”. O sea.

-La “distribuidora” de Avon toca a su puerta

Avon Products, Inc., conocida popularmente como Avon, es una empresa estadounidense de cosméticos, perfumes, juguetes, joyería de fantasía y productos para el hogar. Fue fundada en Nueva York en el año 1886 por David H. McConnell. La marca está presente en más de 135 países del mundo y cuenta con 6 millones de distribuidoras a nivel global.

De Avon a Mary Kay: así funcionan las empresas de venta directa

¿Cómo funciona este método? Se trata de un sistema construido en torno a una red de comerciales que venden los productos de una empresa directamente a los consumidores. Básicamente, las empresas venden su mercancía al por mayor a los vendedores y después estos la revenden a un coste superior a sus clientes. Todos los beneficios que obtienen se derivan de la venta de los productos.

“A priori”, este modelo de negocio suele ser presentado como una gran oportunidad de obtener dinero a corto plazo, a lo que hay que sumar que las compañías suelen dulcificar las condiciones de ingreso al subrayar la oportunidad de negocio, la flexibilidad de horarios y la posibilidad de contar con asesoramiento profesional. Un aparente negocio perfecto que arrasa entre aquellas personas que buscan unos ingresos extra.

¿Cómo se puede ingresar en su red? “Tras firmar un acuerdo con la empresa, las consultoras deben comprar un lote de productos valorado en 25 o 100 euros”, explican desde Mary Kay. “Además de los productos, se les proporciona material escrito con consejos de venta”.

En su página web, Avon explica que sus vendedoras pueden beneficiarse de comisiones que se mueven en una horquilla que va desde el 25% hasta el 42%, además de recibir otros incentivos como “bonos, vacaciones pagadas o regalos de empresas”. Aunque la empresa indica que no hay que pagar nada por entrar, desde su web señalan que al inscribirte puedes hacerte con un “kit de bienvenida por 12 euros” que incluye muestras de productos. Respecto al tiempo de permanencia, ambas empresas señalan que no hay penalizaciones si se decide abandonar la compañía.

¿Se puede perder dinero? Definitivamente, sí. Como en cualquier negocio, cuando los comerciales adquieren los productos que van a distribuir, nadie les puede asegurar que los vayan a vender -de hacerlo, las empresas incurrirían en un delito de publicidad ilícita-, por lo que podría darse el supuesto de que el comercial no recuperase ni siquiera la inversión inicial.

Respecto a este supuesto, desde Mary Kay señalan que en ningún caso se hacen promesas de ingresos a sus comerciales. “Cada consultora controla cuánto dinero gana”, señalan. Además, la empresa garantiza una recompra del 90% si la consultora no vendiese todos los productos adquiridos.

¿Empresas de venta directa o sistema piramidal?

Dado que las empresas de venta directa y los sistemas piramidales guardan cierto parecido, es posible confundir ambos modelos empresariales. La venta piramidal es un sistema empresarial según el cual los trabajadores -en este caso, vendedores o comerciales- pagan una cuota de admisión y se les ofrece una comisión por los productos que vendan y por los nuevos trabajadores que logren atraer. Fuentes jurídicas sostienen que es ahí, en el lucro obtenido por captar nuevos vendedores, “donde reside la ilegalidad de este método”.

“Las empresas piramidales son opacas. La finalidad oculta es ganar dinero a través del reclutamiento de nuevos agentes y no de la venta de productos”, explican esas mismas fuentes. “Muchas veces se confunden. Los comerciales de las empresas de venta directa solo generan beneficios a través de la venta de productos”.

Al igual que muchas otras personas, María (nombre figurado) vio en la venta directa una oportunidad de obtener unos ingresos extra. “Me inscribí en una empresa de venta directa”, explica esta joven que prefiere no revelar para qué compañía trabajó. “No es una estafa. Sí se puede ganar dinero, pero es complicado”.

María explica que el sistema de comisiones por la venta de productos le reportaba un beneficio que, a su juicio, era pequeño. “Un 15% aproximadamente”, señala. Ella, como muchas personas, compaginaba esta actividad con sus estudios universitarios. Según datos de la Asociación de Empresas de Venta Directa (AVD), el 89% de este tipo de comerciales lo hace a tiempo parcial, frente a un 11% que se dedica a ello de forma exclusiva.

En España hay un total de 164.212 personas que trabajan como comerciales, según datos de la AVD. De ellas, el 68% son mujeres. Aunque la edad media de las vendedoras está estimada en torno a los 43-44 años, el informe señala el progresivo aumento de nuevos perfiles más jóvenes y con una mayor formación.

La AVD explica que, dada la elevada tasa de paro juvenil del país, muchos jóvenes han encontrado en este modelo de negocio una forma de emprender y de labrarse un futuro.

Queda por saber: ¿el ejército de vendedores está o no en relación de dependencia con la empresa? ¿quién paga (o debería pagar) las cargas sociales? ¿cómo declaran los beneficios obtenidos, si están dadas de alta en la Seguridad Social o si cuentan con un contrato laboral?

¿Alguna semejanza con Uber (y sus “autónomos”), o AirBnb (y sus “cama caliente”)?

- Los remises en Buenos Aires (desde los años 90)

Crisis urbana y transporte alternativo: la opción remise. En el ámbito metropolitano de Buenos Aires, así como en otras ciudades del país y de América Latina, se ha verificado en los últimos años una notable captación de viajes urbanos por modos alternativos al sistema ortodoxo de transporte público. Dos versiones los tipifican: los charters (servicios contratados, prestados por ómnibus de diverso tamaño, vans o combis), y los remises.

El remise (automóvil de alquiler, con chofer y sin taxímetro), existe en el esquema circulatorio urbano nacional desde hace décadas, pero su uso se veía restringido a viajes de lujo, ocasionales y especiales, en tanto que hoy se utiliza preferentemente para la realización de desplazamientos ocasionales cortos, y menos frecuentemente de media distancia, en reemplazo del automóvil particular y el taxímetro. En los últimos años se advierte asimismo la proliferación de su uso también en sustitución del transporte masivo, al que supera en comodidad y rapidez, cuando no en precio, ya que -como el taxi- se abona por viaje, independientemente del número de pasajeros. Llamativamente, su demanda resulta ser independiente, tanto del grado de accesibilidad, como del nivel socioeconómico de los usuarios. El surgimiento explosivo de prestadores, entre los que se registra importante proporción de ilegales, se dio fundamentalmente durante los '90, abonada por el incremento de la desocupación, el simultáneo auge del cuentapropismo y la génesis de nuevas demanda de viajes, surgidos de la combinación entre deterioro de la accesibilidad mediante transporte masivo y aumento de la inseguridad urbana. A ello debemos sumar un esquema de control altamente permeable a conductas corruptas, cuya investigación y erradicación se impone a priori de cualquier intervención en pos de depurar el servicio de prestadores al margen de leyes y normativas.

Según lo anterior se podría sostener que los “remises” han sido los precursores de Uber.

- Los paseadores de perros en Buenos Aires

Pasear perros para ganarse la vida es más que simplemente jalar una correa o hacer algo de ejercicio. Tendrás que ser un amante de los perros que esté en sintonía con las formas caninas y estar listo para dirigir un negocio. No obstante, puede ser un trabajo gratificante para una persona dedicada que sea bien organizada, profesional, humana y orientada a los clientes peludos. Aquí te presentamos algunas sugerencias sobre cómo empezar tu carrera profesional como paseador de perros.

Pensando en los pros y los contras de este curioso oficio.

Ventajas: Trabajas al aire libre - Estás en contacto con los animalillos - Los perros te quieren más a ti que a sus dueños - Haces ejercicio. Porque estirar de la correa de 10 perros no es una minucia y menos aún si son perros de presa - Puedes ligar con otras paseadoras de perros.

Desventajas: Tienes que lidiar con las peleas entre “machitos” - La gente te mira raro - Cuando llueve es un engorro - Si te pones malo, los intestinos de los pobres perros lo sufren - ¡Y lo peor! Ahora vivimos en una sociedad que quiere tener sus calles limpias, así que tienes que limpiar las caquitas de una docena de perros a diario. Y por lo que vimos… no suelen ser caniches.

Y todo esto antes que surgieran las “apps”. ¿Fueron los argentinos unos precursores del “minijob” (toma nota Merkel) y del “asociacionismo” (confiar y compartir), o solo unos “sobrevivientes” desesperados (devastados -y desquiciados- por la crisis)?

- Los “delivery” de cualquier cosa en Buenos Aires

Uno de los barrios con más deliverys, en el mundo, es Palermo. No creo que haya una ciudad con tanto delivery y con tanta variedad como Buenos Aires. Porque pedir un pizza, bueno en cualquier lado, pero allí se puede comer desde las variedades más típicas hasta las más alocadas o excéntricas que se puedan imaginar. Por ejemplo, si quieres“empanada tucumana”, hay delivery en Palermo. Sí, tampoco es nada raro o del otro mundo. Qué hay de “cocina mexicana”. Tampoco. Ahora, de “comida marroquí”. Sí, ahí ya estamos entrando en las extravagancias o de “comida afrodisíaca” para tener una velada más que inolvidable. Y sí, todo es está nada más y nada menos de delivery en Palermo. Lo que a uno se le ocurra está en Palermo. De delivery y de diseño, es un barrio muy chic, también uno de los más chic del país. Ojo, no de dinero, excéntrico. Bah, de todo. Está lleno de gente joven, de estudiantes, pero también de familias. Pero al estar lleno de gente joven entonces los deliverys en Palermo salen como el agua. O como una minuta. Entonces si se les antoja una pizza a la napolitana con papas fritas, bueno en Palermo les llega en quince minutos. Y a no creerse que sea caro el delivery, por el contrario, hay tanta variedad que se puede encontrar de todo. Incluso hay unas milanesas que vienen en caja de pizza, son milanesas a la napolitana gigantes que sirven para cuatro personas y nadie se quedará con hambre, incluso los del buen comer. Y si no son de buen apetito entonces lo más probable es que sobre y que quede para los días próximos.

¿Es el “delivey” cool, fashion o consecuencia de la miseria y la competencia salvaje?

- El “trueque” en Argentina ¿Estrategia eficiente en tiempos de crisis?

Durante la desastrosa crisis económica que sufrió la Argentina, millones buscaron una salida en los clubes de trueque. A pesar del considerable éxito que tuvo este sistema hubo también varios problemas que al fin y al cabo lo llevaron al fracaso.

La actividad en el edificio de la CTA en Belgrano, barrio de Buenos Aires, se parece a un mercadillo común y corriente. En pequeñas mesas se ofrecen libros, alimentos, zapatillas o productos cosméticos. Lo que es distinto en esta feria, es que los productos no se pagan con pesos argentinos, sino con tiquets de trueque, los llamados “créditos”. El sistema de trueque es muy fácil. Sus miembros producen y consumen a la vez y por eso se llaman prosumidores. Cada persona tiene que ofrecer productos o servicios en los clubes de trueque para obtener créditos con los cuales puede ir a trocar los productos de otros prosumidores. Los nuevos miembros reciben 50 créditos para poder empezar. Por lo tanto, el nombre trueque no es tan correcto porque el sistema dispone de una moneda propia y por eso se trata de un sistema mercantil.

Hasta el estallido del sistema de trueque a finales del 2002 se pudo conseguir casi todo en los clubes de trueque que por tanto fue una estrategia de supervivencia real y necesaria para mucha gente que no tenía algo muy importante: plata.

Experimentos como el trueque argentino con moneda propia ya existían y existen en todo el mundo. Sobre todo en tiempos de crisis tenían sus auges y lograron respetables éxitos. Ya durante la crisis económica mundial en los años 30 la municipalidad del pequeño lugar austriaco Woergl introdujo una moneda local con la cual la alta tasa de desempleo se pudo reducir un 25% en menos de un año. En Alemania, durante los primeros años después de la Segunda Guerra Mundial se fundaron varios clubes de trueque sobre todo en el sur del país. Ellos practicaron el trueque directo o también a través de tiquets y contribuyeron a mejorar la situación de la población participante. Sin embargo, el trueque argentino es hasta ahora el fenómeno más grande a nivel mundial.

En este desastre de la crisis económica el sistema de trueque vivió un crecimiento explosivo y resultó cada vez más importante para millones de argentinos excluidos, desempleados y con necesidades elementales insatisfechas. Creció la cantidad de nodos y de personas involucradas. Este crecimiento inmenso se explica principalmente por la falta de liquidez en la economía regular.

¿Hasta qué punto pudo ser el trueque una alternativa para los excluidos de la economía formal? ¿Cuáles fueron los problemas que tuvo esta economía paralela y que la llevaron al fracaso justamente en el peor momento de crisis?

Ya saben, Argentina (y su involución permanente), líder de la economía “compartida”.

- Los “coleros” en Buenos Aires(Argentina y el corralito verde)

Se trataba de gente de bajos recursos que se ganaba $ 100 por día por prestar su documento para hacer la operación. Varias financieras tenían un ejército de 1.000 coleros dedicados a la compra de billetes.

Pero ahora el negocio cambió por completo. Los financistas reclutan a un máximo de 100 coleros sofisticados, que llegan a ellos a través de referidos. Se trata de gente de clase media que trabaja en relación de dependencia en comercios, tiendas o supermercados y que ganan alrededor de $ 4.000 por mes en blanco.

Con la ayuda de contadores especializados en este metier, les arman un monotributo y distintos certificados de ingresos para que la AFIP les aumente el límite y les permita comprar la mayor cantidad de dólares posibles.

Y en caso de no recibir la autorización para la cantidad de billetes que ellos planean, se van hasta la agencia correspondiente del organismo recaudador para presentar todos los papeles y que así los habiliten por una cifra superior.

El financista que pone la plata comparte su ganancia en 50% con el colero de cuello blanco, que se gana $ 3.000 mensuales, con lo cual obtiene casi un salario más gracias a esta changa, que sólo realiza una vez al mes.

Como la brecha entre el dólar oficial y el blue es grande, el negocio vale la pena. Es que compran el billete en Banco Nación, que suele tener la mejor cotización, a $ 4,33 y los venden en el mercado negro a $ 4,85.

Por otra parte, estos financistas también compran los dólares de las personas que tenían en una caja de ahorro o en un plazo fijo en el banco y ahora los venden para, con esos pesos, hacer un plazo fijo en moneda nacional a una tasa mucho más competitiva, ya que no hay una gran expectativa de devaluación.El otro punto de abastecimiento de dólares son los mandos medios o empresarios que pueden justificar la compra de dólares pero que no necesitan tenerlos, entonces lo hacen solamente para venderlos luego en el mercado negro.

Este mismo mecanismo se da en todas las provincias, con la particularidad de que fuera de Buenos Aires el blue trepa a $ 4,95.En Salta, por ejemplo, usan a la gran población boliviana que vive en la provincia para que vayan a comprar dólares, ya que el límite para ellos, al ser extranjeros, es por un monto mayor. Incluso, el negocio es más rentable cuando los dólares se trasladan hasta la frontera con Bolivia, donde se pagan $ 5,10.

Y podríamos seguir: los arbolitos (cambistas ambulantes), los cartoneros (recuperadores de residuos), las medicinas en raciones (dosis unitarias), las tarjetas para trucar el acceso al fútbol por la televisión de pago, los trapitos (que limpian parabrisas en los semáforos), los cuidadores de automóviles (en el aparcamiento callejero), los vendedores de clínex (en los semáforos), los actores callejeros (en las aceras, metro, tren, bus, semáforos), los demás coleros (gente que alquila su tiempo para hacer cola por otros -espectáculos, oficinas públicas, tramites varios-)… Un surrealismo patético.

Lamentablemente los argentinos cayeron en una trampa económica que parece no tener fin… y de allí esa “siniestra” y “desesperada” (¿perversa?) creatividad miserable.

Ahora ustedes (pacientes lectores), pueden calificarlos de “disruptivos”, “asociativos”, “confiar y compartir”, “economía de bolos”, “minitrabajos” para ir tirando, “emprendedores”, “autónomos”… (¿víctimas o verdugos?).

Luego llegó:

* La economía “low cost” (Ryanair, Easyjet, Airlingus…)
* El comercio “on line” (Amazon, Alibaba…)
* La economía de la estupidez (redes sociales: Facebook, Youtube, Snapchat…)

Y al final, nos “invadieron” las “apps” (con Pokemon Go y el circo de tres pistas).

Entonces como diría Mafalda: fue “el acabose del terminose”.

Nunca hubo empresas menos obstaculizadas por su conciencia (y mira que ha llovido…), porque tienen muchas: la de anteayer, la de ayer, la de hoy, la de mañana, la de pasado mañana…

Epítomes de la “depravación empresarial”, siempre llevan “la miel en los labios y la navaja en la cintura”.

“Un trabajo bien hecho, las cosas son así”… Admirados al contemplar el lugar de los hechos, desvalijado metódica y esmeradamente por estos ladrones (depredadores). No hay que realizar ningún esfuerzo intelectual o sentir responsabilidad moral, donde no hay que preguntarse a quién o en nombre de quién (reclutas apasionados) “tragarse” todo este engaño.Una vez dentro, ya no se dispone (dispondrá) de la libertad para preguntarse cómo, por qué, y para qué estaba uno allí en realidad. Hay que seguir adelante (?) con la cabeza bien alta. Qué importan unas víctimas de más o de menos…

El “asociacionismo” es un “estado de felicidad”. No cabe la menor duda.

¿Quién puede negar que la felicidad consista en todo esto? ¿Quién puede negar que en el carácter del ser humano haya algo que prácticamente está pidiendo esto a gritos, algo a lo que en la vida diaria, apacible y civil rara vez se hace justicia?

Una masa de clase inferior, irreflexiva y despreocupada. Que es de lo que se trata.

**- La danza de los enanos (y los “pendejos” multimillonarios)**



El fundador de Uber, Travis Kalanick

Del listado (anterior) de Inconvenientes, alertas y sospechas sobre Uber (u otros servicios “asociativos”), voy a comentar los más significativos (solo diez sobre treinta).

1 - Competencia desleal (sector regulado vs. sector no regulado)

Resulta imposible que compitan en igualdad de condiciones un sector regulado (taxis, hoteles, pisos en alquiler…), con otro desregulado (Uber, Cabify, AirBnB…).

Empresas que se sitúan en un “limbo legal” y perjudican al sector regulado. Eso no es “igualar el terreno” (la tierra es plana -sic-), es una malversación de la libertad de empresa. Es una hipocresía y un cinismo. Unos liberales que resultan ser liberticidas.

2 - No pueden competir (convivir) un sector que paga impuestos (taxis, hoteles…), con otro que no paga impuestos (Uber, AirBnB).

Además del perjuicio fiscal(recaudatorio) general, la carga impositiva de unos y la evasión fiscal de los otros, produce una distorsión en la relación costo/beneficio insalvable para los oferentes regulados que pagan impuestos.

Una economía sumergida (desregulada y evasora) que compite con una economía real (regulada y fiscalizada), es a toda vista injusta, desleal, distorsionante y delictiva.

3 - Precarización del empleo, degradación del servicio, desatención de los mercados poco rentables…

Una prestación realizada por agentes transitorios, precarios y sin vinculación legal con la empresa promotora puede llevar a una degradación del servicio, problemas de seguridad, continuidad de la oferta, desatención de clientes o áreas específicas.

4 - Refugio temporal de usuarios (demanda) y proveedores (oferta), por falta de oportunidades (ingresos) en la economía real (productiva)

Es muy posible que el usuario de Uber o AirBnB, esté buscando hacer una economía de gasto de transporte o alquiler temporal a consecuencia de la crisis económica actual. Ahorrar unos pocos dólares o euros, para “intentar seguir viviendo por encima de sus posibilidades”. Una ficción económica que hace ricos a pocos y empobrece a muchos.

También los proveedores, en muchos casos resultan ser unas víctimas de la crisis que intentan conseguir unos ingresos extras con los que “seguir empujando la soga”.

En definitiva “dos borrachos” que se sostienen mutuamente para no caerse. Víctimas de la crisis que se dejan cautivar por unas serpientes encantadoras de hombres (Uber, AirBnB…). Tontos útiles, que se sienten “menos pobres” por un día.

5 - Internet es el nuevo “Gran Hermano” (usuarios y proveedores geolocalizados, espiados, manipulados, sin intimidad, cautivos de algoritmos peligrosos…)

Información personal, localización en tiempo real, pagos móviles… ¿quién es el “propietario” de los datos personales y el acceso a ellos?

No hay lugar para “personas anónimas” en el futuro de la economía compartida.

Hay aplicaciones que resultan un escenario ideal para estafas y actividades ilegales de todo tipo.Se han registrado con mayor frecuencia de la razonable (deseada) incidentes masivos de fraude y robo de datos.

6 - Falsificación del sentido de la economía colaborativa, codicia insaciable, lucro desmedido

Aprovechando la transformación digital y ofreciendo servicios (productos) de valores muy reducidos, que se pueden personalizar, que pueden ser provistos rápidamente, que pueden considerarse productos de bolsillo, estos “despabilados” (listillos) de Silicon Valley inventan, un día sí y otro también, unos “gadgets” con los que seguir “arreando a la manada” (sic).

Gente interconectada (smartphones) que quiere ser “cool”, estar a la moda, ir por delante, descubrir cosas nuevas, “mear más lejos que nadie”… y otros, también interconectados que necesitan hacer dinero y que están dispuestos a hacer de choferes de los “cool” o alquilarles la cama a los “modernos”, para que “los meen en la cabeza y les digan que es lluvia”.

Esto no es “economía colaborativa”. Esto es una burda “falsificación” del asociacionismo y la economía compartida, que está haciendo ricos (muy ricos) a unos pocos (muy pocos), exprimiendorecursos subutilizados, y haciendo vivir a muchos (demasiados) como en la edad media.

7 - No se crean nuevos sectores económicos (servicios, productos), sino que se absorben sectores ya existentes (competencia desleal: rapaces “ladrones de nidos”)

Economía bajo demanda, economía de acceso, economía persona a persona… la economía compartida genera pocos empleos, transfiere gran parte del riesgo a los trabajadores, con toda la inestabilidad económica que ello implica.

No se resuelve el sistema (modelo) económico sustituyendo los “monopolios” por “oligopolios” (con vocación de monopolios futuros).

8 - La revolución digital nos obliga a vivir como nuestros tatarabuelos: en un mundo sin trabajo

Business as usual: los tontos y los malvados, los empobrecidos y los aprovechados, las ovejas y los lobos… este presente oscuro solo se atenúa ante la perspectiva de un futuro negro. Pobreza, melancolía, libertades restringidas, y la promesa de que no es posible nada mejor.

Una espera paralizada a que ocurra lo inevitable, mientras se alberga no obstante, hasta el último momento, la esperanza de poder evitarlo.

9 - Una economía de “bolos” (gig economy); una constelación de “minitrabajos” para ir tirando

Uberización: la antítesis de una economía inteligente.

¿Cómo es posible que todo sea tan distinto de la economía de nuestros padres? ¿Tal vez sea precisamente porque todos estamos seguros de que no puede ser de otro modo? ¿Y confiamos (nos resignamos) tanto en ello, que no nos proponemos hace nada para evitar que, en el peor (mejor) de los casos ocurra lo contrario?

10 - Transfiere gran parte del riesgo a los trabajadores, con toda la inestabilidad económica que ello implica (“on-demand job”)

¿Quién pone el vehículo? ¿Quién pone la vivienda? ¿Quién asume la responsabilidad legal y fiscal?... el propietario del vehículo o la vivienda (un siervo de la gleba).

¿Quién se queda con más del 15% del precio del servicio, sin propiedad de ningún bien, sin responsabilidad legal o fiscal? ¿Quién es el “comisionista” de la servidumbre? ¿Quién levantara vuelo abandonando el “nido robado” en busca de nuevas presas?... las “apps”, los “facilitadores”, los “desarrolladores”, los “unicornios”, los “Hamelin”.

Entonces, no solo quedarán tendidos en la playa los restos del naufragio de los “proveedores” del servicio (tiempo, dinero e ilusiones perdidas), sino también los “inversores” que habrán comprado acciones de las “startup” (unicornios), y verán esfumado su dinero en la “nube de pedo”, creada por estos “funambulistas”, “trileros”, “listillos”, “aprovechados”, y “gorrones” de ocasión.

¿En qué consiste la auténtica realidad? ¿Quién está haciendo el ridículo en verdad?

¿Contra quién va dirigida la irónica situación?

**¿Es Uber un modelo económico de posverdad?**

Hechos realizados a “trancas y barrancas”, sin posibilidad de avanzar, miseria diaria asfixiante y tormentosa (sin fuerzas para eso).

Con nostalgia (¿lo contrario de la experiencia?), a falta de algún éxito, debemos aceptar (comprender) que con tener razón no basta. En este juego de triunfar y sobrevivir, quienes pierden son los que caminan en línea recta.

Nunca deben olvidarlo (más que una advertencia, es una percepción), siendo “uberadictos” se acepta participar en el juego (al menos como material útil para los “ubericidas”). Un Uber para casi todo: el “absolutismo” de mercado considerado como una virtud.

**- ¿Qué se puede hacer ante el fenómeno de la “uberización? (prohibir o liberalizar)**

[](http://estaticos.expansion.com/assets/multimedia/imagenes/2017/04/06/14915044429072.jpg)

Por mucho que me pese, debo aceptar, que en el mundo interconectado de hoy, la “disrupción” parece inevitable. La pregunta es si vamos a crear economías marginalizadas, descontentas y dependientes, o si seremos capaces de crear poderosos motores de crecimiento y dinamismo, que alcancen a la mayor parte de la población.

Pero con tanto en juego y tan limitados medios para cambiar las políticas, ¿qué más se puede hacer?

¿Falta voluntad política para regular el transporte privado?

¿Falta voluntad política para regular el alquiler vacacional?

¿No hay diferencia entre impredecibilidad e incoherencia?

¿Es posible compaginar el interés general y el empresarial, en la economía compartida?

Da la impresión de que la política económica no se hace evaluando cuidadosamente una situación, estimando varias opciones, valorando los costes y beneficios, y eligiendo un camino. En lugar de eso, parece una sucesión de reflejos que responden de forma instintiva a la crisis del día.

O “todos dentro” (regulados, controlados y fiscalizados) o “todos fuera” (desregulados, liberalizados, privatizados y desgravados). Ustedes (consumidores, empresarios contribuyentes, autoridades políticas) eligen. Lo que no se puede, es negar la evidencia.

## ¿Cómo funciona el modelo?

El consumo de colaboración permite que los dueños de artículos que no usan los pongan en renta a aquellos que lo necesitan por un tiempo limitado, desde un automóvil hasta una casa o bicicleta. Esta clase de servicios  se conocen también como Peer to Peer (P2P), que traduce “de igual a igual”.  Empresas de este perfil facilitan reviews y comentarios que permiten que ambas partes involucradas tengan suficiente confianza en el otro para generar la transacción.

En términos sencillos, la también conocida como economía colaborativa, es un mecanismo que responde a la necesidad del consumidor de encontrar un mecanismo por fuera del tradicional empresa-cliente. Esto nos permite definir la economía compartida como la base más primitiva del comercio, basada en la relación persona a persona, que surge ante la necesidad de los humanos de tener acceso a bienes que no estaban a su alcance ofreciendo a cambio aquellos a los que sí.



El día de la “víctima”

Los profesionales del taxi claman en las calles contra Uber. Son las víctimas más visibles de la nueva economía. Y hay más…

Los empresarios de la hotelería y el turismo reclaman al sector público por el intrusismo de los propietarios de viviendas que ofrecen habitaciones a través de AirBnB.

Sin embargo, las ventajas para ciertos consumidores (de menores recursos o innovadores) de este fenómeno son, aparentemente, claras.

¿Quiénes son “los disruptores”? ¿Están haciendo lo que deberían hacer?

En la era del “big data” y los “algoritmos”, las empresas de “aplicaciones” (desarrolladoras) deben asumir la responsabilidad legal por los incumplimientos en que incurren los proveedores del servicio (registro, fiscalidad, seguridad…), en todos sus niveles. Para lograr el permiso de operación en un determinado país (región o ciudad) Uber, AirBnB (o similares) deben “comprometerse” ante las autoridades, y “garantizar” el cumplimiento de todas las obligaciones operativas, legales y fiscales de sus agentes.

Debe ser el “portal” que ofrece el servicio (transporte, alojamiento…) el que asuma las sanciones en caso de incumplimiento. Para ellos se deben constituir los avales y garantías correspondientes por unidad operativa dada de alta.

Asimismo, las empresas de “aplicaciones” deberán tributar en el país por el monto de la operación (facturación) realizada en el mismo, independientemente del lugar de radicación de la sede principal de la firma. Tampoco se aceptarán facturaciones cruzadas, o de servicios internos, por encima de los habituales en el sector.

Para que la “competitividad” quede restablecida, al sector regulado (taxis, hoteles, viviendas turísticas…) se le permitirá operar en las mismas condiciones que al sector no regulado. Se “desregularán” todas las actividades expuestas a la economía compartida.

A los propietarios del servicio reglamentado que hayan pagado un canon, matrícula, patente, permiso o autorización, se les devolverá el importe de la misma o se deducirá de la siguiente declaración de la renta.

Así se podrá sostener -sin hipocresía- que ha quedado “aplanado” el mercado y la competencia sedesarrollará en plena igualdad de oportunidades.

A partir de ello, que “cada santo aguante su vela”.

Con Uber o sin Uber, con AirBnB o sin AirBnb, “a quien Dios se la dé, que San Pedro se la bendiga”.Todos contra todos, y que gane “el más mejor”. O sea.

No creo que los “liberales” puedan estar disgustados con esta propuesta. Más libertad de mercado, imposible. Aunque tampoco creo que Uber y a AirBnB (o similares) estén por la labor. Sospecho que cuando tengan que asumir la responsabilidad legal, fiscal y de calidad del servicio, vuelen del nido (“robado”), buscando otros “business as usual”.

Mucho me temo que estos “peer to peer” salgan por piernas, en cuanto tengan que asumir los costos y costas del “invento”. Lo único que quedará del “asociacionismo” y la “uberización” será el “P2” (una nube de “pedos”, en toda regla).

Aunque ni siquiera el éxito y el dinero parecen satisfacer a ciertos “unicornios” de Silicon Valley, navegar por las turbias aguas de Wall Street y sobrevivir al intento no siempre es fácil. El estrés y las largas horas de trabajo a que se ven sometidos terminan por pasar factura. Algunos, cuando parece que van a tocar la cima, quedan condenados a una caída sin red.La línea entre la realidad y la ilusión es muy fina, y la mente puede jugar con uno mismo, distorsionando la realidad.

Su propia ambición termina por convertirse en su peor enemigo. Muchos “unicornios” que aparentanser un león rugiente, muy probablemente se tengan que reducir a un ratón crujiente. El asunto es que no crujan a los “inversores” (la manada) antes que se termine el cuento, o bien dejen crujidos a los “autónomos” (gran parte de la manada) sin piedad.

**- Y al final, todos calvos (la nube de pedo se disipa y solo queda el último “memo”)**



Más de 60 millones de personas han usado AirBnB desde su fundación en 2008. En la actualidad este servicio cuenta con más de 2 millones de propiedades en alquiler en cerca de 34.000 ciudades, a lo largo de 191 países.

*“¿Te imaginas alquilarle tu apartamento a alguien que dice estar de vacaciones y descubrir que en realidad lo ocupa para otro fin? La policía de Reino Unido ha advertido a los propietarios que alquilan sus inmuebles a corto plazo que estos son cada vez más usados para la prostitución”...*Cómo mi apartamento alquilado en Airbnb se convirtió en un burdel temporal (BBCMundo - **9/4/17**)

Colin (no es su verdadero nombre) contactó a la BBC cuando descubrió que el apartamento que alquilaba en Airbnb había sido transformado en un burdel temporal.

Aquí cuenta su historia.

Después de su testimonio, Charlotte -una trabajadora sexual que alquila apartamentos vacacionales a corto plazo en una parte diferente del país- explica por qué usa esta modalidad para ofrecer sus servicios.

Testimonio de Colin

Siento que fui engañado. Siento que fui estafado y forzado a hacer algo que normalmente no habría hecho.

Viví en el apartamento que alquilé en Airbnb por seis años, luego me mudé, y ahora cuento mi experiencia.

Pueden entrar cuatro personas en el lugar, así que (US$105 por noche) es un precio bastante bueno comparado con una tarifa de hotel.

Dos mujeres lo reservaron a través del sitio web de Airbnb. Me enviaron un mensaje y dijeron que querían pagar en efectivo, lo que me pareció un poco sospechoso, y rechacé esa opción.

No solo va contra las reglas, sino que como hubiera sido una reserva pactada fuera del sitio web. Si algo salía mal, no hubiera estado cubierta por ninguna de las garantías.

Hubiera sido lo mismo que alquilarle tu propiedad a alguien que ves en la calle.

Así que cuando llegaron al apartamento, tuve sospechas, pero no pensé mucho en ellas.

(El día en que debían irse) me enviaron un mensaje en el que decían “Hemos tenido una noche pesada, ¿podemos salir un par de horas más tarde?”.

El nombre de una de ellas estaba allí. Era un nombre bastante inusual, así que pensé: “Bueno, busquémoslo en Google”.

Cuando puse ese nombre en Google, más el nombre de la huésped titular, había una foto de las dos juntas, y ahí fue que descubrí que eran “damas de compañía” de alto perfil.

Mirando sus anuncios, vi que sus tarifas eran alrededor de US$1.600 por noche. Así que si tuvieron clientes las dos noches que reservaron mi departamento, habrían recibido US$3.200 cada una, US$6.400 en total.

La sensación que tuve fue parecida a la que experimenté hace un par de años cuando tuve que correr a casa desde el trabajo porque pensé que había dejado un secador sobre una hornilla.

Sentía como si el lugar estaba en llamas.

Cuando entré al departamento, olía a vino y perfume.

Encontré condones usados debajo de la cama, y la papelera estaba llena de pañuelos y preservativos masculinos. Básicamente recogí todo eso con mis manos.

Había probablemente alrededor de siete u ocho botellas de vino. Habían tomado una cantidad considerable de Prosecco y Pinot Grigio.

Puede parecer extraño que lo diga, pero una de las cosas que realmente me sorprendió fue que si querían seguir haciendo esto, ¿qué tan fácil hubiera sido para ellas limpiar sus propias huellas? Muy fácil.

De esa manera, hubieran podido incluso repetir la reserva. Así que en realidad me sorprendió que fueran tan malas en borrar rastros.

Cero tolerancia

Llamé a la policía y les dije todo. Les di toda la información posible, porque básicamente quería asegurarme de que no había roto la ley al alquilarles el lugar a ellas.

La policía guardó toda la información y mis datos de contacto. Pero no me volvió a llamar.

Pregunté por el caso y le hice seguimiento. Pero me dijeron “es posible que no vuelvas a saber de nosotros, pero hemos tomado (tu caso) como información de inteligencia”.

Por lo que sé, no volveré a oír nada de la policía. Me siento un poco decepcionado.

No sólo me siento mal por mí mismo, sino también por otras personas que pueden alquilar de buena fe sus propiedades, y potencialmente estar cometiendo un crimen.

Ahora quiero venderlo (el apartamento). Quiero deshacerme de él, honestamente. Realmente, me gustó mucho vivir ahí. Me encanta el lugar, pero por desgracia no vale la pena en absoluto.

Como respuesta a este caso Airbnb dijo que tiene “cero tolerancia para este tipo de comportamiento” y que están “investigando con urgencia” el tema.

“Más de 160 millones de personas han usado Airbnb y las malas experiencias son extremadamente raras”, agregó.

Testimonio de Charlotte

Cuando salgo de gira, alquilo apartamentos vacacionales o me hospedo en hoteles.

Hago dos o tres días aquí y allá. Siempre vuelvo a Devon, en el sur de Reino Unido, una vez al mes. He armado una buena base de clientes en Kent, también en el sur, y estoy empezando a expandirme en el oeste de Londres.

Hay todo tipo de aplicaciones que uno puede usar. Son muy fáciles de encontrar.

Al final del día, si alquilas un apartamento a corto plazo o cualquier cosa como esa, y dejas la propiedad en las mismas condiciones en las que la encontraste, no veo cuál es el problema.

Cuando vivía en Exeter, en el sur de Reino Unido, tenía mi propio apartamento para trabajar. Tenía mi propia rutina para evaluar a los clientes.

Tenía una pantalla en el sistema del timbre, así que podía ver quién estaba tocando, para garantizar mi propia seguridad.

Pero cuando hice un documental con (el actor) Rupert Everett en 2014 mi vecino de al lado lo vio, puso una queja contra mí y fui desalojada de mi casa familiar.

Los costos iniciales para conseguir una casa desde la cual trabajar son enormes. Se debe pagar un mes de alquiler y un mes adelantado y el depósito de seguridad, y a veces no es financieramente viable.

Así que los apartamentos vacacionales y hoteles son probablemente la única solución, pero lo malo de eso es que no te dan ese elemento de seguridad de poder entender la zona local. No sabes quién podría ser peligroso cuando no se tiene experiencia en un lugar.

Nunca iríade gira por mi cuenta a un lugar en el que nunca he estado antes. De ninguna manera. Debido a que no hay ninguna agencia de seguridad o sindicato por ahí al que le pueda decir dónde estoy o lo que estoy haciendo.

Así que si voy a probar un nuevo vecindario, entonces por supuesto que voy a querer a otra trabajadora allí conmigo. Pero lo desafortunado es, que es romper la ley -dos trabajadoras sexuales trabajando juntas.

Hasta que despenalicemos el trabajo sexual, las trabajadoras sexuales nunca estarán seguras al no poder trabajar en parejas.



La jefa de Política Global y Comunicaciones de la compañía, Rachel Whetstone, ha presentado su renuncia. Su salida se suma a la lista de hechos desafortunados de los últimos meses (denuncias de acosos, campañas de boicot y juicios).

*“Uber pasa por un mal momento. Denuncias de acoso sexual, campañas en redes que claman su cierre con la etiqueta #DeleteUber (#eliminauber) y renuncias. Varias renuncias. Esta vez (y en medio de esta crisis) ha sido la jefa de Política Global y Comunicaciones de la compañía, Rachel Whetstone, la que ha colgado los guantes”...*Crónica de una crisis: cómo Uber pasó de ser una startup exitosa al caos (Vozpópuli - **12/4/17**)

La salida de Whetstone fue confirmada por el CEO de Uber, Travis Kalanick, y es la segunda que golpea en menos de un mes a la compañía que nació como startup. Hasta ahora, se desconocen las razones: Kalanick no ha dado detalles, solo ha asegurado que la decisión fue de Whetstone y que ella continuará como asesora externa de la empresa.

Las teorías, sin embargo, abundan. ¿Por qué ha renunciado una de las mujeres ejecutivas más veteranas de Uber? Los últimos meses no han sido fáciles para la imagen de la compañía y, por ende, tampoco lo han sido para Whetstone. En orden cronológico, sería algo así: protestas, denuncias de sexismo y de acoso sexual y renuncias.

Crónica de una crisis

2017 no ha empezado bien para la empresa. El pasado enero se hizo viral una campaña en la que los usuarios de redes sociales pedían a los clientes “borrar” Uber (#DeleteUber). El movimiento surgió después de que la compañía elevara los precios durante las protestas en el aeropuerto John F. Kennedy de Nueva York contra el veto migratorio del presidente Donald Trump.

Uber NYC ✔ @Uber\_NYC

Surge pricing has been turned off at #JFK Airport. This may result in longer wait times. Please be patient.

13:36 - 28 Jan 2017

506 Retweets 1.145 me gusta

Tras las reacciones, Kalanick intentó limar asperezas y dijo que la compañía compensaría a los conductores que tuvieron pérdidas al no poder trabajar por el veto. El ejecutivo (quien era parte del equipo económico asesor de Trump) aseguró que “presionaría” al presidente estadounidense para “defender lo que es correcto”.

Los problemas no eran solo en suelo americano. Uber tenía -y tiene- frentes abiertos en todo el mundo. Colombia, España, Francia y Portugal son algunos de los países en los que se han realizado protestas contra la compañía. Ya en octubre de 2016 una ola de protestas contra vehículos de Uber generó la llamada #taxiapocalipse en Portugal, donde la situación se descontroló y la policía tardó en restablecer el orden.

En España, por su parte, se han generado manifestaciones contra la compañía en Madrid y en Barcelona. Incluso el secretario de sociedad civil de Podemos, Rafael Mayoral, propuso el pasado junio excluir a Uber de la economía española por “poner en riesgo a un sector laboral como el del taxi y atentar contra el sistema fiscal”. Y ya en 2014 el juzgado de lo Mercantil de Madrid había ordenado el cierre de la web de uberPOP y la compañía habría suspendido temporalmente su servicio mientras apelaba a la sentencia judicial.

Ahora, Uber se enfrenta a un juicio en la sede del Tribunal de Justicia de la Unión Europea y se espera que la resolución -que tenía fecha de lectura para este 6 de abril y ha sido aplazada- marque un antes y un después en la economía colaborativa de la región.

Sexismo y denuncias

Los males se han ido sumando a lo largo del año. En febrero, Susan Fowler, una ingeniera de la empresa, hizo alegaciones públicas de sexismo y acoso sexual en Uber. La mujer dijo que la compañía se negó a hacer algo más que dirigir una advertencia a su superior después de que ella y otra compañera de trabajo se quejaran de acoso sexual. Ante el revuelo que causaron las acusaciones, Uber contrató los servicios del ex fiscal general (y uno de los abogados más conocidos de Estados Unidos) Eric Holder para que iniciara una investigación que, se espera, dé resultados este abril.

Y aunque febrero es el mes más corto del año, bastó para que se sumara otra polémica. Para entonces, se hizo público un vídeo en el que se ve a Kalanick (CEO de la compañía) discutir con un conductor de Uber. El altercado llevó al consejero delegado a disculparse y a admitir que necesitaba “cambiar y crecer como líder”. El pasado 2 de abril, The New York Timespublicó un reportaje en el que se explica cómo Uber ha desarrollado un sistema para que los conductores trabajen más -en horas y lugares que son menos lucrativos para ellos.

Además del caso de acoso sexual, Uber también lidia con una demanda de Waymo, la filial de Alphabet que hace vehículos sin conductor. Se acusa a la compañía de Kalanick de robar secretos comerciales.

A la serie de problemas externos, se suman los internos: las renuncias. El que era presidente de Uber y número dos de la empresa, Jeff Jones, anunció su salida el pasado 20 de marzo tras seis meses en el cargo. Los motivos, en aquella ocasión, sí se hicieron públicos.

“Las creencias y el enfoque de liderazgo que han guiado mi carrera son inconsistentes con lo que vi y experimenté en Uber”, dijo Jones a Recode. Tras su comunicado, la compañía confirmó la salida, agradeció a Jones por sus servicios y le deseó “lo mejor”. El golpe de Jones fue de los más fuertes, pero no fue el único. También han dejado el barco el vicepresidente de mapas de negocios, Brian McClendon; y el de crecimiento y producto, Ed Baker.

El último memo de Uber

Recode ha publicado el contenido del memo del CEO de Uber, Travis Kalanick, tras la salida de la jefa de Política Global y Comunicaciones, Rachel Whetstone.

Equipo: Quiero comunicarles que Rachel Whetstone, quien dirige Política Global y Comunicaciones a nivel mundial, ha decidido dejar Uber.

Desde que se unió a la compañía en 2015, Rachel nos ha maravillado con su habilidad para hacer su trabajo. Ella es una fuerza de la naturaleza, un talento extraordinario y una increíble directora técnica que ha construido una organización de primera clase. Es importante destacar que Rachel estaba muy por delante del juego cuando se trataba de mucho de los cambios que necesitábamos hacer como compañía para asegurar nuestro éxito futuro -desde promover el trabajo en equipo transversal hasta mejorar la diversidad y la inclusión. Su compromiso con la excelencia en todos los sentidos es inspirador y estoy deseando tenerla como consejera en los próximos años, con muchas más largas caminatas por el Skyline Trail.

Rachel está pasando las riendas a su mano derecha de muchos años, Jill Hazelbaker, nuestra recientemente nombrada Vicepresidenta Senior de Política Global y Comunicaciones. Para aquellos de ustedes que no han conocido a Jill, sus antecedentes son en política y tras una profunda experiencia en política, comunicaciones y tecnología. Ella es una gran “team-player” y excelente en el establecimiento de prioridades. La función de políticas y comunicaciones es increíblemente estratégica en Uber y no podría estar más emocionado en asociarme con Jill para ayudar a escribir el próximo capítulo. Travis

La respuesta de Whetstone: “Estoy increíblemente orgullosa del equipo que hemos construido -y que al igual que cuando salí de Google, una mujer fuerte y brillante tomará mi lugar-. Me uní a Uber porque me encanta el producto -y ese amor es hoy tan fuerte como lo fue cuando reservé mi primer paseo hace seis años”, ha dicho Whetstone a través del equipo de comunicaciones de Uber.

**- Anexo (I) - Bajemos al quiosco (qué dice la prensa sobre la economía compartida)**

****

- Un Uber para casi todo: ¿es imparable el fenómeno de la “uberización” de la economía? (BBCMundo - **20/11/15**)

(Por Max Seitz)

Si quiere viajar de un punto a otro de la ciudad, abre la aplicación de Uber en su teléfono inteligente e indica el sitio en el que se encuentra y su destino.

En la pantalla puede ver el precio del viaje y los autos privados que circulan cerca. Escoge el que quiera (el más próximo o el que tiene mejor rating) yen pocos minutos llega el vehículo.

Al final del trayecto no necesita pagar en efectivo, porque la aplicación ya está vinculada a su tarjeta de débito o crédito. Y si quiere dividir la cuenta entre varias personas, lo puede hacer sin problema.

A fin de cuentas, se ha evitado la espera de que pasara un taxi por allí o tener que llamar a una compañía de transporte. Además, el precio está claro de antemano y no tiene que llevar billetes en su bolsillo.

“La gente usa Uber porque es más barato y directo, y lo entiendo”, comenta un taxista de Miami, Estados Unidos, que lleva a pasajeros al aeropuerto.

“Pero lo que no saben los clientes es que esos autos no están asegurados como los nuestros, así que si ocurre un accidente pueden estar en problemas. Y los conductores de Uber no ganan mucho; yo lo hice un tiempo y tuve que dejarlo”.

A pesar de las críticas, Dale, un conductor que trabaja con Uber en Londres, Reino Unido, tiene claro que los usuarios quieren una forma más directa y barata de obtener servicios.

“Para mí, este tipo de aplicaciones facilita la vida a la gente y por eso son tan populares”, dijo.

Gracias a la tecnología

**Ése es precisamente el espíritu de una tendencia que avanza a pasos agigantados a nivel global: la de los servicios que acercan a proveedores/vendedores con clientes, evitando intermediarios, simplificando procesos y reduciendo costos.**

La tecnología es clave para esta relación negocio-consumidor sea más inmediata: basta una aplicación o un sitio de internet para vincular a las partes. Y desde luego, también el “oro del siglo XXI”: los datos en tiempo real.

“La infraestructura digital y la inmensa cantidad de información han acentuado el cambio hacia una economía cada vez más orientada al cliente, al estilo Uber”, explica Andy Neely, investigador especializado en servicios de la Universidad de Cambridge, en Reino Unido.

“Ya no alcanza con sólo suministrar un producto o un servicio al consumidor. La gratificación del cliente, en forma de comodidad y eficiencia, se ha convertido en un elemento clave”.

**Algunos denominan a este nuevo fenómeno “economía compartida”. Otros “economíageek”. Y otros, “uberización” de la economía o simplemente “uber-economía”.**

El crecimiento de Uber es, de por sí, indicador del abrumador avance de esta tendencia. La app fue lanzada en mayo de 2010 en San Francisco y hoy, apenas cinco años después, funciona en unas 350 ciudades de más de 60 países. En 2014 hizo posibles 140 millones de viajes en todo el mundo.

Y los mercados están sumamente excitados con este tipo de empresas: Uber ha sido valuada en la friolera deUS$ 50.000 millones, lo que la convierte en la start-up de tecnología más cotizada de EEUU.

Como contracara, los taxistas tradicionales han protestado contra la aplicación en varios países -incluso en América Latina- por considerar la competencia desleal. Y en Alemania la prohibieron.

Apartamentos, restaurantes, aviones...

Otro sistema de “economía compartida” como Uber es el cada vez más popular Airbnb: los individuos colocan sus propiedades en una lista en internet para que otros las alquilen de forma temporal, sin intermediarios.

En este caso, los que se han sentido perjudicados y han protestado son los hoteleros. Pero la “uberización” no se detiene en este sector de la economía.

Cómo Airbnb y Uber son una amenaza para el mercado

En Canadá, por ejemplo, ya hay una app para pagar cuentas de restaurantes que, siguiendo el modelo de desembolsos de Uber, permite dividir el importe entre varios usando celulares. Y en Francia se está popularizando una aplicación que reúne a comensales con chefs privados.

Quienes viven en Australia ahora cuentan con un servicio de limpieza doméstica que, por medio de la geolocalización, permite encontrar a trabajadores disponibles en la zona del usuario. Y en EEUU está creciendo una app para reservar vuelos en jets privados con un dispositivo móvil.

Aprovechar recursos desaprovechados

Hasta la medicina muestra síntomas de este giro hacia los servicios “a demanda” (on demand). Por ejemplo, un sitio web llamado Pager permite solicitar la visita de un médico a domicilio y concretarla en un plazo de dos horas, sin tener que desplazarse a un centro de salud.

El doctor Abraham Rahm, que se ha unido a la nueva compañía estadounidense, explica que el sistema aprovecha el tiempo libre que les queda a los médicos en medio de la lista de citas que tienen pautadas en hospitales o consultorios.

“Los economistas han hablado durante décadas de la idea de redistribuir los recursos no utilizados en la economía y ahora está ocurriendo, y a una escala masiva”, asegura el experto en negocios Nick Waddell, autor del blog tecnológico Cantech Letter.

¿Una nueva era con límites?

Los expertos creen que, potencialmente, la “uberización” puede causar disrupción en todas y cada una de las industrias existentes.

**Y sostienen que es la siguiente etapa en una transformación que ya ocurre desde hace décadas, la llamada “servitización”: el paso de una economía industrial a una mayoritariamente de servicios.**

“El sector de las prestaciones ya predomina en muchos países occidentales”, dice Andy Neely, de la Universidad de Cambridge. “Pero la nueva fase consiste en repensar todo para aprovechar mejor los recursos, compartirlos y lograr una experiencia más confortable y placentera para los consumidores”.

Está claro que Uber y otros negocios similares son muy convenientes para muchos en todo el mundo, salvo para los sectores tradicionales que se han visto amenazados por su popularidad.

Sueldos y protección laboral

Con todo, expertos advierten que la “uberización” de la economía plantea una serie de interrogantes que, de no resolverse, podrían frenar su avance aparentemente imparable.

Para empezar, los trabajadores. ¿Les alcanza lo que ganan para vivir? ¿Cuentan con suficiente protección en su empleo temporario o a destajo? Uber asegura que sus conductores ganan en promedio US$ 19,04 la hora, después de haber pagado la comisión correspondiente a la compañía. Esto puede ser mucho o poco, dependiendo dela frecuencia con la que se realicen viajes y el costo de vida de país donde uno resida.

De hecho, varios sondeos en distintas partes del mundo sugieren que los trabajadores de Uber utilizan la aplicación como una forma de generar ingresos mientras encuentran un empleo estable o como manera de complementar otras actividades.

La protección de los empleados es otra cuestión irresuelta. Algunas compañías de seguros limitan el alcance de su cobertura cuando se trata de vehículos que trabajan para Uber. Y esto es algo que no sólo afecta a conductor, sino también al pasajero: es probable que al viajar en esos autos uno no esté asegurado al nivel que lo estaría, por ejemplo, en un taxi.

Eric Brousseau, profesor de economía de la Universidad París-Dauphine, afirma que la “economía compartida” aún está en pañales y poco regulada.

Y cree que, a la larga, será alcanzada por las regulaciones, lo que restará flexibilidad en términos laborales. Esto puede ser bueno o malo, según quien lo mire, el empleado o el cliente.

Datos y... ¿burbuja financiera?

Y otro asunto sensible es el de los datos. La combinación de información personal, localización en tiempo real y pagos móviles ha sido crucial para la “uber-economía”, pero también entraña muchos riesgos.

“El tema más espinoso es dela propiedad de los datos personales y el acceso a ellos”, advierte Andy Neely, de la Universidad de Cambridge.

“Cada vez hay más redes y dispositivos interconectados y nuestra información fluye entre ellos. La compañía de celulares sabe dónde estoy; las apps y las páginas web tienen los datos de mi perfil y de mi tarjeta de crédito, que fluyen de un punto a otro”, dice.

“El peligro de que la información privada sea mal usada se multiplica, lo que obliga a repensar cómo se regulan y protegen los datos en la nueva economía”.

Finalmente, el riesgo financiero de la “uber-economía”. Como empresa Uber aún deben demostrar, con su modelo de negocios, si realmente vale la millonada que los mercados le pusieron como precio. Por ahora Uber genera ganancias anuales calculadas en “apenas” unos US$ 200 millones.

Algunos analistas financieros se preguntan si estamos ante una nueva burbuja financiera que, en caso de estallar, podría arrastrar no sólo a la aplicación de transporte de pasajeros, sino también a sus numerosos imitadores en todo el planeta.

Y recuerdan el caso de Groupon, la compañía estadounidense especializada en la oferta de vales de descuento en línea. En 2010 la firma que prometía mucho -según los mercados- fue valuada en US$1.350 millones. Pero en los años subsiguientes no dio más que pérdidas.

La “uberización” tiene riesgos que podría frenarla, sí. Pero por ahora su viaje parece imparable.

- Uber ya casi vale tanto como Morgan Stanley (Expansión - **3/12/15**)

La start-up más valorada del mundo está a punto de cerrar su mayor ronda de financiación. De confirmarse, su valor llegaría a los 62.500 millones de dólares. Hace apenas un año, el importe no alcanzaba los 20.000 millones.

Uber, acorralada por las leyes, no es bienvenida en las calles de ciudades de todo el mundo. Pero en Wall Street sucede algo muy diferente: ignorando cualquier polémica, la firma, dedicada al transporte de viajeros, está a punto de alcanzar una valoración de 62.500 millones de dólares (57.360 millones de dólares), lo que le confirmará como la start-up más valorada del mundo. Hace apenas un año, el valor se estimaba en menos de 20.000 millones.

Para hacerse una idea de ese importe, si Uber cotizara en el mercado, su capitalización quedaría ya cerca de la de empresas muy potentes, como Morgan Stanley, American Express, los laboratorios Abbott, la tabaquera Reynolds, Pirceline o ConocoPhillips. Su tamaño incluso superaría al de un titán como BlackRock y al de compañías como Ford, Time Warner o General Motors. Comparada con firmas del Ibex 35, Uber sería la tercera mayor empresa del selectivo español por valor de mercado, por detrás de Inditex y Banco Santander.

El salto en su valoración será posible una vez que la firma cumpla sus planes de lograr otros 2.100 millones en una nueva ronda de financiación (la más grande hasta ahora), según revela The New York Times y según se da por seguro en Wall Street. Un impulso que demuestra la estrategia de expansión de la compañía, que ya ha cerrado acuerdos con Tiger Global Management y con T. Rowe Price y que cuenta con inversores como Microsoft.

- Subirse a la ola digital (Project Syndicate - **15/1/16**)

Nueva York.-El cambio tecnológico siempre ha sido un desafío para las empresas. Pero como vimos una vez más en 2015, nunca fue tan rápido o en semejante escala como en la actualidad. La innovación que hoy atraviesa casi todos los sectores (desde la industria pesada hasta los servicios) está transformando el paisaje competitivo, y las beneficiadas son las empresas más avanzadas, no las más grandes o establecidas.

Las empresas tradicionales corren riesgo cierto de verse desplazadas. La permanencia media de una empresa en el índice S&P 500 cayó de 90 años en 1935 a menos de 18 en la actualidad.Nuevos jugadores disruptivos como Uber, que alteró por completo la industria del taxi, son duros competidores que a menudo capturan cuota de mercado trasladando más excedente a los consumidores. Esto es parte de una tendencia general de intensificación de la competencia que, según una investigación reciente del McKinsey Global Institute, en menos de una década puede reducir el total mundial de ganancias netas de las empresas desde el actual 10% del PIB global hasta su nivel de 1980 cercano al 7,9%.

El efecto de la tecnología sobre la competencia emana sobre todo del poder de las plataformas digitales y los efectos de red. Las nuevas plataformas digitales reducen casi a cero el costo marginal (el costo de producir una unidad adicional de un bien o servicio). Por ejemplo, el costo de sumar un usuario a Google Maps es insignificante, porque el servicio se basa en datos de localización por GPS que ya están guardados en el teléfono del usuario. Esto permite a Google escalar con una rapidez increíble y luego aprovechar esta escala (y la conveniencia de contar con una plataforma unificada) para moverse a sectores adyacentes, como la música (Google Play), el dinero electrónico (Google Wallet) y el procesamiento de texto (Google Docs). De este modo, las empresas tecnológicas pueden en poco tiempo desafiar a empresas establecidas en industrias aparentemente no relacionadas.

Las tecnológicas no son las únicas que están innovando. Un puñado de empresas líderes en casi todas las industrias, están implementando la tecnología digital en formas cada vez más sofisticadas, con inmensos beneficios. Por ejemplo, el uso de sensores para el seguimiento del ganado tiene profundas consecuencias para la industria alimentaria.

Pero los sectores que más progresan son los más avanzados en materia digital. En los últimos 20 años, sus márgenes de ganancias crecieron dos o tres veces más rápido, en promedio, que en el resto de la economía. Y dentro de este sector más tecnologizado, hay una brecha creciente entre los líderes y el resto del pelotón. Por ejemplo, las ofertas de servicios minoristas de los bancos multinacionales con uso avanzado de tecnología digital superan con creces a las de las cajas de ahorro locales.

Al transformar los modelos y procesos de negocio, la tecnología también cambia la forma en que trabajan los empleados. Una investigación reciente de McKinsey determinó que usando tecnologías ya probadas se podría automatizar hasta un 45% de las tareas por las que hoy se les paga a personas. Solo en Estados Unidos, esto equivale cada año a unos dos billones de dólares en salarios.

Pero los posibles beneficios empresariales de esta transformación no se agotan en el ahorro de costos, ya que además, los trabajadores ganan tiempo para realizar tareas más valiosas que demanden pensamiento crítico y creatividad. Los asesores financieros pueden dedicar menos tiempo a analizar resúmenes y más a elaborar soluciones a la medida de las necesidades de los clientes. O por poner otro caso, los decoradores de interiores pueden dedicarse menos a tomar medidas y más a idear conceptos de diseño, reunirse con los clientes o conseguir materiales.

La tecnología también permite a las empresas repensar sus ideas convencionales sobre la estructura y gobernanza de las organizaciones. Las nuevas tecnologías de uso compartido de la información permiten mayor transparencia y vuelven a las organizaciones más eficientes y, en muchos casos, menos jerárquicas.

Por ejemplo, los directores ejecutivos de Apple, Inditex (una multinacional de la indumentaria) y Zappos (una gran tienda minorista online) adoptaron un modelo de control en el que la cantidad de empleados que responden directamente a cada jefe es muy mayor a la recomendación tradicional (que sean entre cuatro y ocho). La fábrica de electrodomésticos china Haier reorganizó su fuerza laboral de 80 000 personas en 2000 unidades independientes, cada una de ellas responsable de administrar sus ganancias y pérdidas. Desde entonces, su capitalización de mercado se disparó, llegando a triplicarse entre 2011 y 2014.

Además, la digitalización permite a las empresas operar como “plataformas” (en vez de “estructuras”) y hacer más uso de recursos externos. La aseguradora Allstate usó la plataforma de crowdsourcing Kaggle para invitar a programadores a crear un nuevo algoritmo de evaluación de lesiones en accidentes de tránsito; el algoritmo “ganador” resultó un 271% más exacto que el modelo ya existente.

La empresa china DJI se convirtió en la principal fabricante de drones del mundo cuando decidió concentrarse en la tecnología básica de sus productos y entregar gratis kits de desarrollo en Internet para que otros puedan crear aplicaciones. Esta idea permitió a los drones de DJI venir equipados con funciones atractivas mucho antes que los productos de competidores que dependen del desarrollo interno de aplicaciones.

En toda la economía puede verse a la tecnología impulsar otras innovaciones semejantes en los modos de pensamiento y los modelos de negocio, reflejadas en cambios a los procesos de planificación empresariales. Algunas empezaron a crear planes de negocios separados con previsiones a dos meses y a 20 años, y se han vuelto más agresivas en la reasignación de recursos y el uso de nuevas técnicas analíticas para identificar, atraer, formar y conservar talentos.

La innovación tecnológica permite (de hecho, exige) a las empresas aumentar su agilidad y con ella su competitividad. Por eso los directores ejecutivos deberían ponerse como prioridad principal para 2016 digitalizar los componentes esenciales de sus empresas y repensar el diseño organizacional y los procesos de gobernanza. Subirse a esta “ola digital”, cada vez más veloz y más grande, es el único modo de no quedarse atrás.

(Dominic Barton is the global managing director of McKinsey & Company)

- ¡Hurra por la nueva economía!(Expansión - **18/2/16**)

(Por Miguel Ors Villarejo)

Cuenta la leyenda que Uber viene de París. En 2008, durante una desapacible noche de invierno, Travis Kalanick y su amigo Garrett Camp no encontraban un taxi libre y decidieron crear una aplicación para el entonces recién nacido iPhone. La premisa era simple: apretabas un botón y venía un coche. Como si fueras un millonario.

Aunque Kalanick y Camp eran apenas unos treintañeros, ya tenían experiencia empresarial. Acababan de vender sus startups a sendas multinacionales por importantes sumas y habían acudido a LeWeb, un congreso de internet que se celebra en Francia, en busca de nuevos proyectos. La app para taxis fue uno más de los muchos que barajaron. Kalanick, de hecho, no le dio mayor importancia, pero a Camp lo obsesionaba la idea de hacer del móvil el mando a distancia de la vida. Apretabas un botón y venía un coche. O la comida. O la compra.

Internet y el smartphone han fulminado lo que los economistas llaman costes de transacción, que son los asociados con un intercambio. Antes, cuando necesitábamos un taladro, debíamos encontrar tiendas que los vendieran, desplazarnos hasta ellas, comparar precios... Mientras, decenas de taladros languidecían en las cajas de herramientas de nuestros vecinos. El Gobierno británico calcula que los usamos una media de 13 minutos a lo largo de su vida útil, antes de que desaparezcan en algún punto indeterminado de la familia política.

Salvo los bricoleros más fetichistas, los humanos no ansiamos ser los orgullosos propietarios de un martillo-percutor de 15 julios, con elegante maletín de transporte y juego completo de brocas. Nos bastaría con que nos lo dejaran un fin de semana a cambio de un módico alquiler. Pero acabábamos pagando lo que nos pedía el ferretero de la esquina porque casar la oferta y la demanda era un lío.

Ya no lo es. Plataformas como Uber, SnapGoods o Task Rabbit permiten que miles de personas ofrezcan sus coches, sus taladros o sus servicios como montadores de muebles de Ikea. “Se trata de una revolución similar a la neolítica o la industrial”, dicen en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). La distinción entre proletario y capitalista se está diluyendo. Cualquier consumidor puede convertirse en empresario y poner en valor activos imposibles de monetizar hasta ahora. Se puede sacar un dinerillo cuidando un perro cuyo dueño está de viaje, alquilando unos metros del jardín como plaza de aparcamiento o acogiendo a unos turistas de paso por el país.

Así empezaron Brian Chesky y Joe Gebbia. Bueno, su historia es aún más cutre. Estos dos licenciados en diseño se habían mudado a San Francisco y, para redondear sus ingresos, tiraron unas colchonetas en su apartamento y las ofrecieron en una web que bautizaron como Airbedandbreakfast por el tipo de producto que comercializaban: cama (de aire) y desayuno, como los famosos B&B estadounidenses.

Les fue bastante bien, así que ampliaron el negocio. “No pretendíamos participar en el nacimiento de una nueva economía”, declararía Chesky años después en Forbes. “Queríamos resolver un problema y, cuando lo logramos, descubrimos que mucha otra gente quería lo mismo”.

Inicialmente pensaron en centrarse en aquellas ciudades cuya capacidad hotelera se veía desbordada por la celebración de algún gran evento. Ficharon a otro compañero de habitación, Nathan Blecharczyk, cambiaron el nombre de la web por el más manejable Airbnb y en 2008 se dedicaron a atender las convenciones republicana y demócrata. Los amigos les decían: “Estáis locos”, pero se metieron en una aceleradora de Silicon Valley y hoy gestionan 1,5 millones de habitaciones en 34.000 ciudades de 192 países.

La pregunta clave de la nueva economía

En principio, este consumo colaborativo es ventajoso para todas las partes involucradas. Los propietarios aprovechan un patrimonio infrautilizado (el piso, el coche, el taladro) y los clientes pagan menos de lo que les cobrarían los proveedores convencionales. La sociedad en su conjunto se beneficia, además, de un uso más eficiente de los recursos. Por ejemplo, al mejorar la ocupación de los vehículos, Blablacar reduce el consumo de energía, la congestión y la emisión de gases de invernadero. En una reciente nota de prensa, la compañía aseguraba que “solo en España, en los últimos 12 meses, (sus) usuarios han ahorrado 90.000 toneladas (...) de CO2”. Para absorber una barbaridad semejante, se habrían necesitado “16.000 hectáreas de bosque”.

PwC calcula en su informe The Sharing Economy que la facturación conjunta de los principales sectores de esta pujante economía supera los 13.500 millones de euros y podría alcanzar para 2025 los 300.000 millones: más o menos el PIB de Dinamarca. Según la consultora, es “una oportunidad demasiado grande para ignorarla”, y varias multinacionales están subiéndose a la ola. Avis ha invertido 450 millones de euros en Zipcar, una web que pone a disposición de sus socios una flota de 9.000 coches; General Electric ha metido 26 millones en Quirky, una comunidad de inventores, y aquí en España la cadena Room Mate ha lanzado la plataforma de apartamentos turísticos BeMate. “El juego está cambiando”, dice su presidente, Kike Sarasola, “y yo quiero evolucionar con él”.

No es lo que opinan, sin embargo, la mayoría de los operadores establecidos, que han optado por la confrontación. Consideran que esos miles de millones de los que habla PwC no han surgido de la nada, sino que se los están quitando a ellos. Y esta es la gran pregunta que los académicos intentan responder: ¿está generándose riqueza nueva o asistimos sencillamente a la sustitución de unos actores por otros?

La respuesta es posiblemente las dos cosas.

Las quejas contra Uber

“Uber puede dar un servicio más barato porque sus conductores no pagan la licencia preceptiva”, sostiene Jesús Fernández, vicepresidente de la Federación Profesional del Taxi de Madrid. “Eso es ilegal, y no lo digo yo, lo dicen los tribunales”.

Fernández se refiere al Juzgado de lo Mercantil número 2 de Madrid, que en 2014 bloqueó las actividades de Uber en todo el territorio nacional por un presunto delito de competencia desleal. Es la misma crítica que desde el Grupo Barceló hacen a plataformas como Airbnb. “El negocio hotelero está sujeto a enormes controles”, dice el director comercial de la cadena, Álvaro Pacheco. “Debes cumplir una normativa de seguridad, garantizar el acceso a los clientes con discapacidades, liquidar el impuesto de sociedades, el IVA, la ecotasa... Y resulta que ahora el dueño de cualquier apartamento puede alquilarlo sin estar sujeto a ningún condicionante. La deslealtad es clara”.

La regulación no es, además, ningún capricho. “La licencia garantiza derechos laborales”, dice Fernández. “Si el taxi desaparece, muchos podrán trabajar para Uber, pero sin contrato ni cobertura”.

Los conductores de Uber no son asalariados, sino socios, y desde la izquierda el secretario de Relaciones con la Sociedad Civil de Podemos, Rafael Mayoral, ha alertado de que, bajo “el paraguas de la economía colaborativa”, se está produciendo la incursión de transnacionales que “pueden precarizar y amenazar a un sector (como el taxi) que da empleo a unas 100.000 personas”.

Pero no se trata únicamente de salvaguardar derechos corporativos. La calidad del servicio está en peligro. “En Barceló pensamos que el crecimiento turístico debe ser sostenible”, dice Pacheco, “y hemos sido consecuentes con ello. Desde hace 25 años no hemos construido nada nuevo en Baleares. Creíamos que la estrategia era orientarse hacia la excelencia, no inundar las playas de gente que no gasta nada en la economía local y no aporta ingresos a las arcas públicas”.

“Cuando subes a un taxi”, abunda Fernández, “lo haces a un vehículo asegurado, cuyo conductor está identificado. Y si se produce cualquier percance, llamas a la policía y le dices: el señor tal, con licencia equis, ha hecho esto, y en dos minutos te facilitan sus datos. Uber no sabía ni a quién tenía trabajando para ella en Madrid”.

“Yo entiendo la indignación de los taxistas”, dice Pacheco. “Me parece injusto que cualquiera pueda llevar pasajeros. Ahora estamos en una fase inicial, que es muy bonita: abro la app y pido un coche. Pero ¿qué pasará cuando empiecen los problemas? ¿Queremos acabar como en México? A lo mejor el conductor que eliges te lleva y a lo mejor te da una paliza”.

Fernández señala finalmente que los partidarios de la desregulación olvidan que el transporte de personas es un servicio universal. “A un pueblo de Teruel nunca va a ir Uber, porque no es rentable, pero también allí necesitan taxis, que a menudo hacen de ambulancia y de todo”. Y se pregunta: “Economía colaborativa es que tengo tres taladros y dejo uno, pero ¿qué tiene de colaborativo que te multipliquen por 10 la tarifa (como hizo Uber durante unas inundaciones en Toronto o durante una evacuación por un tiroteo en Sydney)? Ahí hay un salto a otra cosa”.

Precarización del empleo, degradación de los destinos turísticos, pérdida de ingresos fiscales, inseguridad, desatención de los mercados poco rentables, persecución descarnada del lucro, competencia desleal... Es una importante relación de agravios. Veámoslos uno por uno.

“Todos compartimos la poderosa intuición de que la naturaleza del trabajo ha cambiado fundamentalmente, contribuyendo a deteriorar las condiciones laborales”, asegura la catedrática de Berkeley Annette Bernhardt. “Pero al menos en la contabilidad nacional (de Estados Unidos) es difícil encontrar evidencia de un claro y sólido cambio hacia modalidades de empleo precario”.

A pesar de la alarma de la izquierda, la proporción de ciudadanos autoempleados se mantiene prácticamente estable desde el año 2000. “Estados Unidos tiene sin duda importantes desafíos en materia de empleo, como la creciente desigualdad salarial o el estancamiento de la clase media, pero estos problemas no parecen relacionados con la explosión de la economía colaborativa”, escriben Alan Krueger y Jonathan Hall en “Un análisis del mercado laboral de los conductores-socios de Uber en Estados Unidos”.

Este artículo ha sido acogido con cierto escepticismo, porque Hall es jefe de Investigación de Uber, pero Krueger es catedrático de Princeton y ha sido presidente del Consejo de Asesores Económicos de Obama y, en cualquier caso, nadie ha rebatido ni los datos que aporta ni sus conclusiones.

La primera de ellas es el crecimiento explosivo de conductores. UberX, uno de los servicios de la compañía, se lanzó en 2012 y, dos años después, había registrados más de 160.000. ¿Se refugiaron ahí debido a la falta de oportunidades de una economía aún convaleciente? No parece. Apenas el 20% estaba parado. El resto tenía un trabajo a tiempo completo (53%) o parcial (27%). Los motivos más alegados cuando se les preguntaba por qué se habían incorporado a la firma eran (1) “ganar más dinero”, (2) “ser mi propio jefe”, (3) “conciliar la vida familiar y laboral” y (4) “estabilizar los ingresos, porque las otras fuentes de remuneración son impredecibles”.

En cuanto a las condiciones, ganaban más que los taxistas (19,19 dólares por hora frente a 12,9), lo que les permitía pasar menos tiempo al volante. Krueger y Hall creen que los costes más competitivos de Uber han “impulsado la demanda de carreras, lo que a su vez ha aumentado la oferta de empleo” y “las remuneraciones”. Lejos de sentirse explotados, los conductores de Uber se muestran “muy contentos de disponer de esta nueva opción”.

“¿De verdad hay demasiados turistas en algunas ciudades?”, me pregunta el experto de la CNMC cuando le traslado la queja de los hoteleros. Y se responde a sí mismo: “Pues se les grava con un impuesto pigouviano”. El tecnicismo deriva del británico Arthur Pigou, que fue el primer economista que propuso emplear los tributos no para recaudar, sino para desincentivar actividades con externalidades negativas, como la contaminación, el tráfico o la afluencia masiva de visitantes. “Que cualquiera que vaya a Barcelona pague 100 o 10 euros”, continúa, “pero no restrinjamos la competencia obligando a levantar exclusivamente hoteles de cinco estrellas. ¿Y si no hay demanda luego? ¿Qué hacemos? ¿Se los cedemos al sector público para que los mantenga con cargo al contribuyente?”.

“Lo que hay que hacer es oír al cliente”, dice Sarasola. “Al que busca spa hay que darle spa, pero ahora a mucha gente le gusta viajar en familia. ¿Por qué vamos a obligarla a reservar cuatro habitaciones de hotel?”.

“Si lo que se pretende es dar el mejor servicio”, dice el experto de la CNMC, “internet brinda un abanico enorme de posibilidades. Desde áticos con vistas a Central Park por 5.000 euros la noche, hasta un sofá de 10 euros. A veces buscas un alojamiento lujoso y a veces un rincón donde echar una cabezada antes del siguiente avión. No le puedes decir a una persona lo que quiere cuando puede elegir por sí misma”.

¿Y los impuestos? ¿Y la seguridad? “El fraude fiscal es mucho más complicado cuando todo está digitalizado”, responde rápidamente. “¿Y quién está más controlado: el señor que firma un papelito en recepción o el que ha contratado la habitación en una web que tiene todos tus datos y registra cada movimiento de tu tarjeta de crédito?”.

Internet es el nuevo Gran Hermano. Para lo malo y para lo bueno. Alberto Benbunan, cofundador de la startup Mobile Dreams Factory y profesor de IE Business School, me explica que “Cabify (la versión española de Uber) está teniendo un éxito espectacular en México, en parte porque es más barata que los taxis, pero sobre todo porque es muchísimo más segura. Estás localizado en todo momento”.

La acusación de que Uber no sabía quién trabajaba para ella en Madrid quizás tuvo sentido hace dos años, pero no ahora. Un portavoz de la compañía enumera los requisitos que deben cumplir sus conductores. “A todos se les exige un certificado de antecedentes penales, el modelo 036 (que acredita que estás dado de alta en Hacienda), la licencia de autónomos y el justificante de encontrarse al día en el pago de las cuotas, un coche con menos de cuatro años y con el seguro en vigor”...

“Los taxistas”, dice el experto de la CNMC, “sostienen que la licencia permite obtener los datos en caso de incidencia, pero ¿los datos de quién? El conductor es a menudo un asalariado, no el titular de la licencia. ¿Y qué inspira más tranquilidad? ¿Eso o subirte con un señor que otros clientes han valorado, que te ha dado su móvil y cuyos movimientos están permanentemente vigilados?”.

Como escribía el profesor del Centro de Estudios Monetarios y Financieros en el blog Nada Es Gratis, “tomar un taxi ya no es lo que era”. Durante décadas, su profesión estuvo profusamente reglamentada, y con razón. El mundo estaba lleno de peatones que buscaban transporte, pero ¿cómo localizar a un conductor dispuesto a transportarte? ¿Y qué garantías existían de que la persona que eligieras conociese su oficio y no se aprovechara de que estabas en una estación, cargado de bultos y niños, para cobrarte lo que le viniera en gana?

Para resolver estos inconvenientes se estableció un sistema de habilitación administrativa y tarifas oficiales que ha funcionado razonablemente, pero que no carece de inconvenientes. “A los requisitos iniciales se han ido sumando otros”, dicen en la CNMC. "Los vehículos tienen que ser de tal clase, la ITV debe pasarse cada seis meses, hay que suscribir un seguro de 50 millones de euros... La justificación es ofrecer la máxima calidad, pero el resultado práctico es que el servicio se encarece y se dificulta la entrada de competidores”.

La principal barrera sigue siendo, de todos modos, la licencia. “En Madrid no se concede ninguna nueva desde 1980, a pesar de que la población ha aumentado y es más rica y, por tanto, más proclive a viajar en taxi”. Pero incluso cuando su concesión se flexibiliza, sigue teniendo muchos inconvenientes. En Irlanda desregularon el sector en 2000 e inicialmente les fue muy bien, porque miles de conductores se incorporaron al mercado para atender las pujantes necesidades de una economía que crecía a ritmo de burbuja. Pero cuando el ciclo se dio la vuelta, la sobreoferta de licencias no se redujo, porque ¿adónde iban a irse sus titulares ahora que no había trabajo en ningún lado?

Todos estos problemas los ha resuelto internet. Las nuevas aplicaciones permiten localizar instantáneamente el coche disponible más próximo, sin que haya que pintarlo de amarillo ni ponerle una bombillita de colores en el techo. Y los comentarios de los usuarios proporcionan una información mucho más abundante y práctica (es limpio, conduce con suavidad, habla poco) que un frío número administrativo.

En cuanto al ajuste de la oferta y la demanda, Uber ha diseñado un algoritmo que eleva las tarifas en las horas punta, lo que incentiva la entrada de nuevos oferentes y reduce el plazo de espera. Fue este mecanismo el que causó el encarecimiento escandaloso de su servicio durante las inundaciones de Toronto y el tiroteo de Sydney. La compañía se ha comprometido a moderar la respuesta de los precios en situaciones de emergencia, pero se trata de una medida llena de sentido económico.

¿Y no se encubre una codicia insaciable detrás de esta vocación de servicio? ¿No desvirtúa el ánimo de lucro la esencia de la economía colaborativa? ¿No estamos dando un salto a otra cosa, como decía el vicepresidente de la Federación Profesional del Taxi?

En este país aún hay que pedir perdón por ganar dinero, pero “los economistas”, señala el experto de la CNMC, "lo vemos como otro modo de obtener utilidad. ¿Por qué va a ser transacción colaborativa cuando no hay dinero? Si alguien me pasea al perro, ¿qué más da que lo haga a cambio de que le monte la librería de Ikea o de que le dé 10 euros? Económicamente es irrelevante”.

La batalla legal contra Uber

“Cuando las low cost irrumpieron en el transporte aéreo, las compañías de bandera reaccionaron igual que lo están haciendo ahora los hoteleros y los taxistas”, dice el catedrático de Esade Josep Valls. “Se reían. Ahora ya no se ríen. Han aprendido de ellas, y lo mismo deberían estar haciendo los hoteleros y los taxistas”.

Es verdad que de momento se han anotado alguna victoria ante los tribunales. Si la ley exige una licencia para transportar viajeros y Uber carece de ella, es comprensible que los jueces le impidan operar. Pero también es cierto que el Juzgado de lo Mercantil número 3 de Barcelona ha elevado una consulta al Tribunal de Justicia de la Unión Europea para clarificar la actividad de la plataforma en el marco de las directivas comunitarias. La ley se puede cambiar, además, y los taxistas no las tienen todas consigo. “Aunque este tema está parado en España, estamos viendo que en otros países miran para otro lado”, se lamentaba hace un mes en Radio Nacional el presidente de la Confederación Española del Taxi, Gabriel Moragues. Esta división “va a generar un conflicto que se va a resolver a nivel europeo y no queremos que se resuelva con un sí”.

La comisaria para la Agenda Digital, Neelie Kroes, ya ha advertido que Uber no es “el enemigo” de los taxistas, y se ha mostrado contraria a la prohibición.

“Si no hay razones económicas por las que una actividad no deba desarrollarse”, se plantean en la CNMC, “¿por qué restringes la libertad individual del empresario y el consumidor para encontrarse en el mercado y estar mejor que antes? ¿Para defender los intereses de un colectivo? ¿Qué debe hacer una Administración? ¿Regular a favor de un grupo específico o del interés general?”.

El ministro británico de Empresas, Matthew Hancock, ha proclamado que, con independencia de lo que hagan los demás, ellos piensan ser “el centro y el hogar de estas nuevas startups” y España corre el riesgo de llegar tarde también a esta revolución y perder la riqueza que entraña, que, como dicen en la CNMC, “es el fondo del asunto”.

“La nueva economía no solo proporciona sustitutos imperfectos de productos ya existentes”, escriben los investigadores de la Universidad de Boston Georgios Zervas y Davide Proserpio. Aunque la implantación de Airbnb ha reducido entre un 8% y un 10% la facturación de los establecimientos tradicionales de Houston, también ha aflorado una demanda que no existía. “La oferta de alojamientos baratos puede impulsar los viajes y el gasto total en turismo y (...) convertirse en generadora neta de empleo”.

“Vamos a buscar soluciones como se han buscado en otros ámbitos”, dice Valls. El servicio universal en el transporte de personas se puede garantizar sin renunciar a la competencia, obligando a los operadores a costear la presencia de vehículos allí donde no resulte rentable. Es lo que se ha hecho en telefonía.

Más espinosa es la cuestión de las licencias. Algunos taxistas han pagado cientos de miles de euros y exigen que la Administración los compense, pero Llobet cree que “es difícil argumentar que (...) alguna vez estuvo asociada a la promesa (...) de que su actividad se mantendría en las mismas condiciones de manera indefinida”.

“Es un problema social que habrá que atender”, dice Valls, “pero sin sacrificar la oportunidad que suponen las nuevas tecnologías y sin volvernos locos, porque la misma lógica justificaría que siguiéramos manteniendo a los cocheros del siglo XIX”.

- Prohibir servicios como Uber empobrece en 1.000 euros a cada español (Libertad Digital - **18/2/16**)

(Por Civismo)

Informe elaborado por Diego Zuluaga, Jefe de Investigación de EPICENTER y colaborador de Civismo, y distribuido en España por el think tank Civismo.

La economía colaborativa se basa en una reducción de los costes de transacción que habilita nuevas fórmulas de intercambio entre los agentes económicos. Las empresas de este sector facilitan un uso más eficiente de los recursos, beneficiando a los consumidores con servicios más asequibles.

La economía colaborativa puede mejorar el bienestar de los ciudadanos de la UE en 572.000 millones de euros, lo que se traduce en una inyección de más de 1.000 euros por ciudadano, alrededor de 2.750 euros por familia. Cerca de la mitad del consumo habitual de los hogares puede estar sujeta a modelos de negocio de la economía colaborativa: transporte, hoteles, servicios, etc.

Si bien estos negocios deben estar sujetos a alguna fórmula de regulación, no se puede obviar la necesidad de adaptar las normas laborales y fiscales a las circunstancias que introduce este nuevo sector.

Los países miembros de la UE han tomado enfoques distintos a la hora de regular la economía colaborativa. Un ejemplo paradigmático es el de Uber, que hoy está presente en 52 ciudades de 22 países europeos. La Justicia francesa ha restringido su uso, perjudicando a los más de 20.000 conductores que prestaban este servicio. Muchos de los afectados provenían de minorías o de colectivos que sufren altos índices de exclusión laboral, por lo que la prohibición ha sido especialmente regresiva desde el punto de vista social.

Cada vez hay más voces en Bruselas que piden un enfoque común a nivel europeo, pero las disparidades entre los socios europeos hacen que dicho planteamiento se antoje poco adecuado. Conviene recordar que, según el Índice de Libertad Económica en el Mundo, el mercado laboral de Reino Unido ocupa el puesto 17 de la tabla frente al 118 en el que figura España. Las diferencias en materia de flexibilidad deben salvarse con inteligencia. Por tanto, la UE debería limitar su intervención en este campo y centrarse en frenar aquellas regulaciones nacionales o locales que contravienen la competencia y la libre circulación de bienes y servicios.

Las normas emitidas desde Bruselas no pueden limitar las opciones disponibles para los consumidores y los proveedores que quieren participar en la economía colaborativa. De hecho, si se aprobase un enfoque común europeo, debería perseguir la liberalización de las regulaciones existentes y la abolición de aquellas reglas que se han quedado obsoletas por el avance de estas fórmulas innovadoras de negocio. Toda normativa comunitaria que pudiera lanzarse en este campo debería abstenerse de perjudicar el alto grado de flexibilidad laboral y empresarial que requieren estas nuevas actividades.

(Civismo es el think tank liberal de referencia en España)

- La economía compartida atrae a muchos, pero genera pocos empleos de tiempo completo (The Wall Street Journal - **28/2/16**)

(Por Eric Morath)

La cantidad de estadounidenses que obtienen ingresos gracias a plataformas digitales como Uber y Airbnb está creciendo rápidamente, pero esos ingresos suelen más bien complementar un trabajo de tiempo completo que reemplazarlo.

A septiembre de 2015, aproximadamente 1% de los adultos estadounidenses tenían algún ingreso relacionado con el creciente número de empresas de la llamada economía compartida, según un estudio de las transacciones bancarias del Instituto JPMorgan Chase, publicado recientemente. La participación se ha disparado desde octubre de 2012, cuando sólo 0,1% de los adultos recibieron ingresos a través de dichas plataformas.

La fuerza laboral de trabajo compartido, estimada en 2,5 millones de personas, es más o menos equivalente a los maestros y otros trabajadores de escuelas públicas en EEUU. Pero el estudio revela que las personas que conducen autos para Lyft o venden artesanías en eBay tienen por lo general otras fuentes de ingresos.

El ingreso mensual promedio de una persona a través de una de esas plataformas fue US$533, lo que representa un tercio de sus ingresos totales. La proporción de participantes activos que obtienen 50% o más de su ingreso mensual de esta forma ha caído desde mediados de 2014, mientras que el número total de personas que hacen algún dinero aumentó.

“El nivel de crecimiento es extraordinario...pero estas plataformas no están reemplazando a los trabajos tradicionales”, dijo Diana Farrell, directora ejecutiva del Instituto, el brazo de investigación del gigante bancario. “Parece que están diciendo: ‘Sólo estoy dispuesto a hacer hasta cierto punto, pero no quiero poner mi otro trabajo en peligro’”.

El estudio de JPMorgan abre una ventana inusual a una parte poco investigada del mercado laboral. El gobierno no hace un seguimiento específico de los participantes en la economía compartida, aunque el gobierno Obama ha dicho recientemente que mediría el número de trabajadores eventuales por primera vez desde 2005.

El Instituto usó una muestra anónima de los 28 millones de clientes de JPMorgan para determinar cuántos de ellos recibieron pagos de al menos una de 30 plataformas en línea. El estudio encontró que 4,2% de los adultos obtuvo ingresos de la economía compartida en algún momento durante el período de tres años analizado. Pero el conductor Uber, aparentemente la cara del sector, no era el participante más común.

Más del 60% de los trabajadores analizados utiliza su propio capital -incluyendo el alquiler de propiedades o la venta de bienes- para hacer dinero a través de plataformas en línea. Los que venden su trabajo o servicios representaron menos del 40% del total, pero están creciendo más rápidamente que el primer grupo.

Ab Emam, un trabajador de tecnología de 37 años, comenzó a alquilar la cabaña de vacaciones de su familia en las montañas Blue Ridge de Virginia el pasado verano a través de Airbnb; desde entonces, la propiedad ha sido rentada 30 veces. La cabaña no es una gran máquina de hacer dinero, dijo Emam, pero los ingresos que percibe por su alquiler le permitieron reemplazar los pisos de madera y pagar por el mantenimiento y la limpieza, lo que hace que sea más agradable cuando la usa con su familia.

“Es un gran modelo”, dijo.“Airbnb te permite vetar al potencial inquilino, así que estamos más cómodos, y nuestros clientes disfrutan de una casa que de otro modo estaría vacía”.

El estudio encontró que sólo 19% del total de encuestados obtuvo la mayoría de sus ingresos mensuales de las plataformas en línea. Para los trabajadores activos, la tasa es más alta, 33%, pero ha caído del más de 40% que alcanzó en la mitad de 2014.

Esta tendencia sugiere que a pesar de la difusión de las aplicaciones de teléfonos inteligentes y sitios web que hacen posible esta fuente de ingresos, los trabajadores “no están profundizando su dependencia” de ellas, señala Farell. El ligero descenso en el número quienes obtienen la mayor parte de sus ingresos en la economía compartida podría indicar que cada vez más trabajadores están encontrando empleos tradicionales en un mercado laboral fortalecido.

El estudio encontró que las plataformas en línea proporcionan típicamente un modesto aumento de ingresos. Quienes rentan o venden bienes ganan aproximadamente 7% más durante los meses en que participaron en esta economía. Para los trabajadores, las ganancias ayudaron a compensar una disminución de otras fuentes de ingresos.

Este hallazgo sugiere que la economía compartida podría ser más beneficiosa para los trabajadores con ingresos irregulares. JP Morgan encontró que 70% de los estadounidenses de entre 18 y 24 años y 74% de los que ganan el 20% más bajo de ingresos experimentaron un cambio mensual promedio en sus ingresos superior al 30%.

Esas grandes oscilaciones pueden hacer que sea difícil mantenerse al día con las facturas o el alquiler, y pueden obligarlos a tomar costosos préstamos o atrasarse en sus pagos.

Las plataformas en línea tienen “la capacidad para hacer frente a un problema muy real”, dijo Farrell.“Esto abre la posibilidad de mejorar los ingresos...y es una maravillosa manera de hacer un puente entre empleos tradicionales”.

- Proyecto Cero, el sistema que provocará que el capitalismo colapse (El Confidencial - **29/2/16**)

El ensayo del periodista británico ha generado gran polémica por sus discutidas tesis. Un ejemplo: el 47% del empleo desaparecerá, pero eso nos vendrá muy bien

**“Postcapitalismo” (Paidós), el libro que acaba de editar en España Paul Mason**, el responsable de economía de Channel 4 News, se ha convertido en el ensayo de moda en el Reino Unido, hasta el punto que “The Guardian” ha llegado a afirmar que Mason es un digno sucesor de Marx. El texto contiene profundos análisis económicos, pero también una lectura sobre los tiempos que vienen desde una perspectiva que los activistas de la nueva izquierda, esa que ha nacido de las casas okupadas, de Toni Negri y del entorno colaborativo, acogen con entusiasmo.

En el texto, Mason recoge ideas de Adam Smith y de Marx y muestra el mismo entusiasmo que Silicon Valley respecto de la tecnología, ya que está convencido de que las posibilidades de la automatización nos llevarán a una sociedad mejor, muy alejada del neoliberalismo reinante. Insiste además en que el capitalismo colapsará y abrirá las puertas a un mundo poscapitalista mucho más adecuado a las necesidades del ser humano actual.

La transición de un modelo a otro tiene nombre, “Proyecto Cero”, y consiste en lograr los siguientes objetivos: un sistema energético de cero emisiones de carbono, la producción de máquinas, productos y servicios con costes marginales cero y la reducción del tiempo de trabajo necesario hasta aproximarlo también a cero. Y cuenta con una advertencia: ya no que nuestros roles como consumidores, amantes o comunicadores son tan importantes para nosotros como el papel que desempeñamos en nuestro trabajo, este proyecto no puede basarse puramente en la justicia económica y social. El Confidencial conversó con él en Madrid sobre lo que nos espera.

PREGUNTA.- ¿Cree que el capitalismo va a colapsar, como pensaba el marxismo?

RESPUESTA.-Sí, pero no de una manera marxista, o al menos no a la manera del Marx de “El Capital”, sino del de “Fragments on machines”, en el que describía la emergencia de una inteligencia social, el “general intellect”. Cuando Marx llevó a cabo este experimento en su pensamiento, planteaba un colapso del capitalismo totalmente distinto del señalado en “El Capital”. Esa forma de abordar el asunto no fue descubierta por mí, sino por Toni Negri, él señaló qué aspecto tendría ahora ese “general intellect” y su relación con las redes de información.

P.- Los comunistas del siglo XX veían bien el capitalismo oligopolístico, porque entendían que les favorecía: pensaban que una vez concentrada la propiedad en pocas personas, sólo tendrían que hacer que cambiase de manos para realizar el paso de un sistema a otro. En su caso, también coincide con la tendencia de tu época, el predominio de la tecnología y de la automatización, porque piensa que puede ser muy útil para generar otro sistema político.

R.-Lo que causó el colapso de la izquierda después del 89 no fue la caída del comunismo soviético, sino la desaparición de la ruta monopolística en el capitalismo. Estábamos de pronto en una sociedad altamente mercantilizada, nos levantábamos todas las mañanas y teníamos que reinventarnos como empresarios individuales. En ese contexto, la nacionalización no tiene mucho sentido. ¿Cómo vas a nacionalizar Spotify? La raíz del cambio tiene que ser hoy tecnológica, granular, que permita la diversidad a pequeña escala, lo cual significa que la gente interactuará de una manera altamente compleja.

Esto no ha sido entendido del todo: mis ideas se han recibido de una manera muy entusiasta, pero he de pasarme mucho tiempo explicando que esto no es una forma de socialismo bajo el logo de Twitter, sino una manera radicalmente diferente de enfocarlo.Yo quiero que la sociedad se automatice rápidamente porque el neoliberalismo está creando miles de trabajos que no necesitamos. Cuando era joven, el lavado de coches lo realizaba una máquina, y ahora lo hacen cinco inmigrantes con bayetas. Eso es regresivo.Necesitamos que esos trabajos estén automatizados, pero esas personas necesitan una forma de ganarse la vida.

P.-El famoso informe de Oxford que afirma que desaparecerá el 47% de los empleos en un futuro cercano se ha hecho muy popular. Usted no lo ve como algo negativo, al contrario que gran parte de la población.

R.-Desde que estaba escribiendo el libro hasta que fue publicado, en Finlandia han realizado un experimento con la aplicación de la renta básica, también han puesto en marcha un programa similar en Utrecht, en Canadá lo ha planteado Trudeau, Suecia ha recortado la jornada laboral a seis horas, e incluso hay voces muy autorizadas en la derecha de Silicon Valley que abogan por ella. Una renta básica no lo soluciona todo, pero puede ser un subsidio único para encarar la automatización, para lo que será necesario recaudar más impuestos. Será el impuesto que pagamos para permitir que la gente viva. Por supuesto esto no les impedirá trabajar, sino que provocará que tomen decisiones más inteligentes y más importantes sobre su empleo.

Si no tomamos agresivamente el control del mercado laboral, la mayoría de la sociedad desarrollada va a empezar a ver una pelea muy fea por el trabajo, también dentro de las posiciones creativas. De hecho, ya estamos viviendo estas luchas encarnizadas: en Gran Bretaña, el sector periodístico ha pasado en una generación de estar ocupado por personas inteligentes de clase trabajadora a ser copada por los hijos de la élite.

P.-Su propuesta para la transición de un modelo a otro lleva el nombre de Proyecto Cero.

R.-Sí, pero más tomarlo al pie de la letra, tiene que entenderse que ha de ser realizado por la gente. Que haya cero emisiones de carbón, el mínimo trabajo posible y producir cosas de manera muy barata o incluso gratuita, es algo muy sencillo de hacer y difícil de conseguir. Tenemos que empezar con las instituciones y la primera que necesitamos es una que pueda hacer predicciones de la realidad de manera muy precisa y a la que podamos hacer preguntas razonables. La NASA tiene modelos muy detallados de clima, de cada kilómetro de la superficie de la tierra, pero es un modelo muy de apretar el botón del control. Lo que necesitamos no es tan complejo como el problema del clima. Hay superordenadores a los que podríamos pedir previsiones que nos dijeran, por ejemplo, qué pasaría si implantásemos una renta básica de siete mil libras al año, o cuestiones similares, lo cual nos permitiría tener predicciones bastante ajustadas que nos permitirían tomar las mejores decisiones. Estamos en una era en la que los ordenadores pueden calcular a tiempo real cosas que en otros tiempos parecerían extraordinarias.Pero, más allá de las propuestas concretas, estamos hablando de un proceso en el que las propuestas emergerán de un ejercicio participativo, democrático y en red.

P.-Atribuye en el nuevo modelo un papel secundario al estado, al contrario que el socialismo.

R.-Esta transición no puede ser llevada a cabo por el estado, sino que debe venir de abajo, pero hay ciertas cosas que aún tiene sentido que éste haga. A mi abuela le dieron una casa gratis, el coste de la energía era bajo, como el del agua y el del sistema sanitario, pero la comida era cara, las herramientas eran caras, y los elementos típicos de consumo, como la televisión, también lo eran. Si el precio de vivir disminuye porque el estado proporciona vivienda, agua, transporte y educación casi gratis, el resto de bienes se pueden conseguir muy baratos a través de los mecanismos colaborativos mucho más que los de mercado.Así podríamos hacer la transición hacia una economía de estado y postcapitalismo.

P.- ¿Se puede construir un sistema mixto, todavía capitalista, desvinculado del dinero, como propone?

R.-El capitalismo puede sobrevivir, pero sólo si sobrevive a Uber, y no se limita a pasar la aspiradora para recoger los desechos, sino que utiliza la capacidad y el tiempo de la gente pobre. La única manera en que se va a poder llevar a cabo la automatización de una forma no destructiva es desvincular el trabajo de los salarios, y eso significa renta básica. En este sistema seguiría habiendo dinero, pero funcionaría de otra manera, de un modo mixto. En las economías del principio de la era soviética se pasaron mucho tiempo teorizando sobre estos sistemas, hasta el momento en que se decidió que se podía hacer la transición sin el mercado, lo cual supuso que muchos fueran eliminados por Stalin.

La tecnología hace posible un socialismo utópico que existe ya a pequeña escala en pequeñas comunidades. Pero no sólo se queda aquí, mi marco también proporciona resiliencia a la gente normal. Por ejemplo, el trabajo de Manuel Castells muestra cómo en Cataluña mucha gente común adoptó durante la crisis prácticas económicas asociadas al hippismo radical, como los bancos de tiempo o la okupación, que para el liberalismo son incidentales pero para mí no. Del mismo modo que en el feudalismo los bancos eran algo escondido, no oficial, porque no tenían una posición formal y porque al prestamista se le reprimía, llega un momento que eso cambia radicalmente. Y ahora estamos atravesando una transformación similar a la de hace siglos, producto de las cual estas cosas aparentemente incidentales generarán un sistema nuevo.

P.- Mientras ese mundo llega, parece que los tiempos no pintan bien. La Unión Europea tiene un estilo concreto de política económica que no parece que vaya a cambiar a pesar de que esté dividiendo la sociedad en dos.

R.-Los tiempos están empeorando. Las economías principales, para mantener el capitalismo, van a tener que desglobalizarse, y Europa va a ser el lugar en el que más difícil lo tengan. Hay un banco central que ha llegado constantemente tarde y que ha sido ineficaz de una manera continua. Si Europa necesita un estímulo monetario más agresivo, Alemania lo va a volver a impedir, y el problema ya no será para Grecia, sino para Italia y España. No creo que la generación que ahora tiene veinte años merezca tener su futuro destruido por una ideología arcaica y estúpida, y no creo que lo permita.

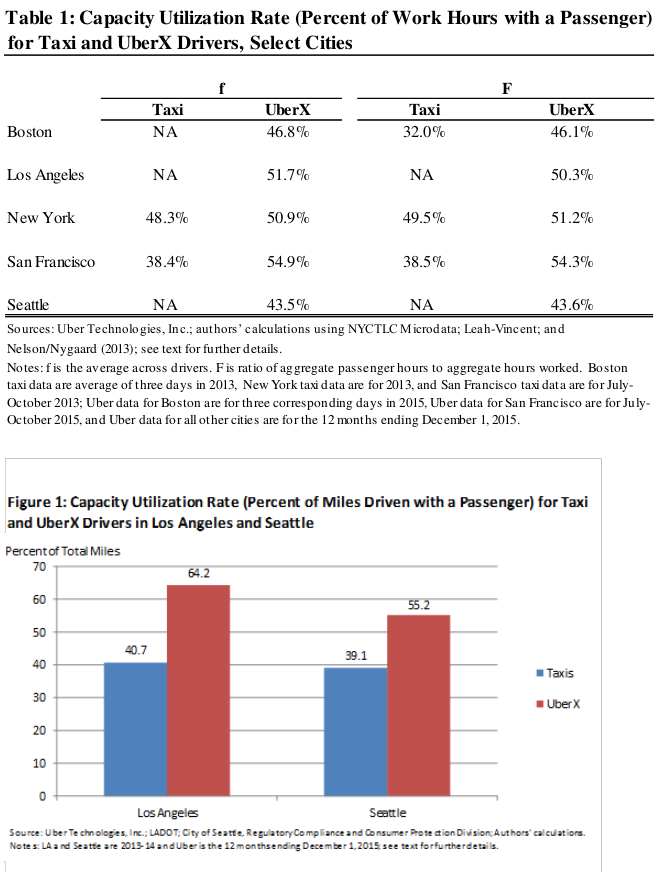
- Con el modelo de taxi actual perdemos (casi) todos (Fedea - **1/4/16**)

(Por Gerard Llobet)

Internet ha transformado muchos mercados: agencias de viajes, tiendas de discos, videoclubs y librerías han desaparecido, reemplazadas por nuevos modelos de negocio que se basan en las ventajas que internet proporciona en términos de comodidad, mejores precios y en algunos casos una mayor inmediatez del servicio. Otro mercado que en muchas ciudades se ha visto transformado es el del taxi con la llegada de servicios como Uber (y otros competidores algo menores como Lyft). Mientras nadie se acuerda, por ejemplo, de los puestos de trabajo que se han perdido en las agencias de viaje (o las librerías) debido a internet el gremio del taxi nos recuerda a todas horas la amenaza que para ellos supone. Las denuncias de la CNMC de los obstáculos que representan para la competencia han convertido a esta institución en su gran enemigo (aunque la polémica acerca de su informe sobre la economía colaborativa parece apuntar que la CNMC ya tenía muchos enemigos dentro). Manifestaciones como la del 18 de febrero, con el lema “Por la supervivencia de 100.000 familias”, utilizan como argumento la pérdida de trabajo que representaría la liberalización del sector, que terminaría en manos de multinacionales. Algo parecido se podría decir de todos los demás mercados afectados, pero no he oído a nadie que propugne la desaparición de las agencias de viaje online o tiendas como Amazon. ¿Por qué? Porque sus servicios son a menudo mejores y los precios menores. Mal que le pese al sector del taxi, la evidencia que discuto en esta entrada muestra de manera inequívoca que también en su mercado los nuevos servicios son más eficientes.

El trabajo de Cramer y Krueger (2015) compara el servicio de Uber (y en concreto el servicio más habitual, UberX) y del taxi en cinco ciudades: Boston, Los Ángeles, Nueva York, San Francisco y Seattle. Utilizan dos medidas de eficiencia del servicio: porcentaje de horas con pasajeros y porcentaje de la distancia recorrida con pasajeros. En algunas ciudades las dos medidas no están disponibles debido a falta de datos acerca del servicio del taxi y en el caso del porcentaje de horas de servicio utilizan dos medidas: la media del porcentaje de ocupación de cada vehículo (lo llaman “f”) o el porcentaje agregado horas que los vehículos están ocupados (lo llaman “F”). Las diferencias que muestran la siguiente tabla y figura son muy llamativas. Excepto en el caso de Nueva York donde la ocupación es parecida en ambos casos, el servicio Uber es indudablemente más eficiente en esa dimensión, al tener una mayor utilización de la capacidad, que en muchos casos es del 50% mayor.

Es imposible predecir cuándo la debilidad dará lugar a una corrección incluso más drástica que la que hemos visto, puesto que se trata tanto de psicología de masas como del sistema financiero. En ese punto, las empresas podrían colapsarde la misma forma que Mike Campbell, un personaje de Fiesta, la novela de Ernest Hemingway, describió su descenso a la bancarrota: “gradualmente y luego súbitamente”.



Fuente: Cramer y Krueger (2015)

De manera relacionada, un informe del Canada Competition Bureau en 2015 también muestra que, por ejemplo en Ottawa, el tiempo de espera para un taxi es de entre 10 y 15 minutos mientras que para un Uber es de 3,7 minutos.

Cramer y Krueger especulan que los motivos por los que Uber es más eficiente son básicamente cuatro: la mejor tecnología a la hora de poner a los conductores en contacto con los pasajeros, la mayor escala de Uber con respecto a las compañías de taxi, la ineficiencia de las regulaciones del taxi y la mayor flexibilidad del número de conductores y tarifas que Uber proporciona. No sería sorprendente que estos motivos estén presentes en mayor medida en España, donde las empresas son pequeñas (debido al famoso “Flotas no”) y la regulación ha estado siempre orientada a evitar la movilización del sector. Este tipo de regulaciones han sido denunciadas por la CNMC poniendo como ejemplo a la ciudad de Córdoba. Cómo el regulador explica en su informe, a pesar del importante incremento de la población y de la renta entre 1995 y 2006 el número de licencias se mantuvo básicamente estable (pasó de 490 a 509), haciendo que el número de taxi por cada 1000 habitantes pase de 1,58 a 1,55 (en Madrid es de cerca de 5). No es muy sorprendente, por tanto, que una licencia de taxi cueste unos 110.000 euros en Córdoba. Esto es especialmente sangrante porque las pocas licencias que el ayuntamiento ha concedido las ha cobrado a 457 euros. Es decir, cada vez que alguien consigue una nueva licencia de taxi le caen del cielo más de 100.000 euros.

Además, a diferencia de lo que sostienen los taxistas, su servicio no es de mayor calidad que el de otros como Uber. Según los datos de la Canadian Competition Bureau los nuevos servicios dan lugar a menos quejas, lo que se debe asociar a su sistema de reputación que permite valorar a conductores y pasajeros. Este aspecto, por cierto, es algo que también discutí en una entrada anterior sobre el tema y que pone en duda las afirmaciones del gremio del taxi sobre la bondad de la regulación.

En ciudades donde servicios alternativos están disponibles las tarifas del taxi han bajado (un 25% en la ciudad de Toronto, por ejemplo). Esto es un reflejo de lo que Ricard Gil llamaba en una entrada reciente la Dieta Atkins: La competencia reduce el poder de estos sectores para conseguir concesiones de las autoridades. El informe de la CNMC hace una revisión de la literatura económica sobre los efectos de la regulación en diferentes ciudades que arrojan unos incrementos del precio debidos a la misma de entre el 15 y el 30%. Según dicho informe estos mayores precios podrían generar en Córdoba un perjuicio para sus ciudadanos de como mínimo 2,4 millones de euros al año (unos 7,5 euros por habitante y año). Esta cantidad no tiene en cuenta la mayor eficiencia de los nuevos servicios, discutida anteriormente que, al reducir los costes, podría ocasionar mayores reducciones en los precios. Es precisamente la suma del sobreprecio debido a la regulación y los mayores costes lo que han hecho que Uber tenga una importante presencia en todos aquellos mercados en los que las autoridades han permitido que operara.

Desgraciadamente no parece que el gobierno tenga intención de hacer nada al respecto. Es más, el nuevo Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres (RLOTT) aprobado en 2015 por el Ministerio de Fomento va precisamente en la dirección contraria. Tal y como denunció en otro informe la CNMC, se introducen regulaciones al alquiler de vehículos con conductor (que es como se clasificarían los servicios alternativos) destinadas a evitar su uso. Así, las autoridades pueden regular la oferta o hacer la misma depender del sector del taxi (1 licencia por cada 30 taxis), se imponen restricciones geográficas a las empresas y se obliga a que la empresa que preste el servicio tenga un mínimo de siete vehículos en propiedad o arrendamiento financiero, fijando además las características de los mismos. Es evidente que servicios colaborativos como Uber quedan excluidos por varias de estas restricciones (aunque Uber ha vuelto a Madrid en los últimos días con un limitado servicio de alquiler con conductor, parecido al que tiene en otras ciudades europeas poco permisivas). Así que la próxima vez que a usted no le guste el servicio de taxi que le proporcionan y le parezca que el precio es excesivo ya sabe a quién debe dar las gracias.

Finalmente, me gustaría volver a la idea de si internet terminará por transformar todas las industrias. Un reciente artículo en el NYT reflexionaba sobre la gran cantidad de empresas que se definen como “el Uber de (nombre del servicio)” y de cómo raramente tienen éxito. Y eso se debe precisamente a que en muchas industrias hay poco margen para transformar el negocio porque habitualmente hay menos regulación, lo que origina ya innovación y limita los beneficios, haciendo la entrada más difícil. El taxi es una excepción, donde la ineficiencia y los altos precios campan a sus anchas con el beneplácito de las autoridades. A largo plazo esto será irrelevante, dado que el oficio de taxista tiene fecha de caducidad y los avances en el coche autónomo (ver aquí recomendaciones al respecto) pronostican su desaparición en los próximos veinte años. Eso claro, si al legislador justiciero no se le ocurre modificar el RLOTT para prohibir también el alquiler de vehículos SIN conductor (y a ver como lo separan del rent-a-car!). En este país todo es posible.

- La inversión en startups se enfría, lo que augura otra burbuja tecnológica (The Wall Street Journal - **2/5/16**)

(Por Christopher Mims)

Cuando estalló la burbuja puntocom a comienzos del año 2000, las consecuencias para las acciones fueron rápidas y severas. El índice Compuesto Nasdaq se derrumbó 37% en las 10 semanas posteriores al 10 de marzo, cuando alcanzó su máximo.

Para las startups, el impacto inmediato fue menos dramático. En el segundo trimestre de 2000, los inversionistas de capital de riesgo volcaron US$25.000 millones en estas firmas, apenas 5% por debajo del récord del primer trimestre. “Había mucha suspensión de la incredulidad entre marzo y junio”, recuerda Keith Rabois, que entonces era vicepresidente de PayPal Inc. y hoy es socio de Khosla Ventures.

Rabois y otros creen que estamos en un período similar de suspensión de la incredulidad. La inversión en startups se ha enfriado y las valuaciones están cayendo. Sin embargo, Rabois cree que muchos inversionistas y emprendedores no han tomado conciencia de la nueva realidad.

“Si esa suspensión de la incredulidad se acaba, se viene todo abajo”, advierte.

El paralelismo entre las dos épocas no es perfecto. Después de un descenso de siete meses, el Nasdaq ha repuntado 12% desde principios de febrero. Al 18 de abril, se encontraba a 5% de su máximo post-2000. Las salidas a bolsa se han evaporado, pero los fondos de capital de riesgo recaudaron una suma récord en el primer trimestre.

Rabois afirma que la obtención de fondos sin precedentes es, en realidad, una mala señal. Se acerca el invierno, dice (recurriendo a una frase de la serie Game of Thrones), y los capitalistas de riesgo lo saben.

“Una de las razones por las que están recaudando todos estos fondos no es porque quieran el dinero, sino porque creen que sus indicadores de desempeño están inflados en este momento, y quieren obtener ese dinero antes de que las compañías en sus portafolios empiecen a colapsar e incendiarse”, sostiene. Algunas startups también emplean una estrategia similar.

Suhail Doshi, presidente ejecutivo de la empresa de analítica de aplicaciones Mixpanel Inc., cuenta que para capear un bajón su compañía ha reducido el gasto, en un proceso que incluye el despido de empleados. Cerca de 90% de los US$77 millones que Mixpanel ha levantado sigue en el banco, dice Doshi quien explica que al ritmo de gasto actual, la firma no necesitará fondos adicionales por más de una década.

Empresas como Mixpanel podrían ser la excepción, pero muchas startups están en riesgo de quedar varadas a medida que se seca el financiamiento.

Al menos 145 compañías que no cotizan en bolsa han logrado valuaciones que superan los US$1.000 millones. Cuando las inversiones de capital de riesgo fluían libremente en los últimos años, los ejecutivos de muchas empresas gastaron sin restricciones para crecer más rápido que sus rivales, contratar personal más capacitado o por otros motivos. Ahora, en cambio, se encuentran ante una decisión difícil: reducir los costos de forma drástica para volverse autosuficientes o buscar más capital bajo condiciones cada vez más onerosas.

Bill Gurley, inversionista de capital de riesgo de Benchmark, describió este fenómeno en detalle en una reciente entrada de blog, en la cual afirma que “hojas de términos sucias”, en alusión a las condiciones estipuladas para una inversión, les permiten a algunas empresas seguir recaudando fondos a valuaciones más altas bajo la promesa de mayores ganancias para los nuevos inversionistas a expensas de los anteriores. Eso, en última instancia, podría resultar en la pérdida de valor de las acciones que están en manos de los empleados e incluso de algunos fundadores.

Conforme algunas de estas firmas con altos niveles de gasto se metan en problemas, advierte Rabois, habrá un “giro descendiente catastrófico”, no sólo para las empresas, sino para todas las inversiones en startups. Esto se debe a que las firmas de capital de riesgo son más interdependientes de lo que muchos piensan.

Los inversionistas que han sufrido pérdidas en una compañía serán más renuentes a apoyar valuaciones altas en otras. A medida que corre la voz en la comunidad de capital de riesgo, otros inversionistas también se volverán cautos. La inversión de capital de riesgo está, al igual que cualquier otro mercado, dividida entre la codicia y el miedo.

“Sin duda, ahora estamos atravesando por el ciclo de temor”, dice Yatin Mundkur, capitalista de riesgo de Artiman Ventures, en Palo Alto, California.

“Empíricamente, hay tantos unicornios que muchos de ellos tienen que desaparecer”, asevera Jason Lemkin, inversionista de capital de riesgo que trabajó en Storm Ventures, en referencia a startups con valuaciones superiores a los US$1.000 millones. “Doscientos y algo de unicornios no producirán tantas compañías de US$1.000 millones”.

Ya han surgido grietas. La empresa de mensajería TangoMe Inc., la compañía de videojuegos móviles Kabam Inc. y la matriz del fabricante de informática de vestir Jawbone, las cuales están valuadas en US$1.000 millones o más, han despedido empleados en los últimos meses. Otra señal de creciente presión en el sector es que nueve de las 88 empresas estadounidenses valuadas en al menos US$1.000 millones han cambiado de presidente ejecutivo en los últimos meses, según Dow Jones VentureSource.

La lista incluye la firma de gestión de prestaciones de salud Zenefits Inc., cuya valuación más reciente fue de US$4.500 millones y en la que su fundador y presidente ejecutivo renunció en febrero después de ser criticado por procedimientos regulatorios inadecuados. Las startups de capital intensivo que se beneficiaron del abundante capital de riesgo son probablemente las más vulnerables.

El mayor ejemplo es Uber Technologies Inc., valuada en US$62.500 millones. La empresa sostiene que es rentable en Norteamérica según ciertos indicadores, pero está gastando enormes sumas de dinero para conquistar mercados como China y otros países. Si la startup más valiosa del mundo se ve obligada a moderar sus ambiciones, las ondas expansivas repercutirán por todo el sistema.

- Bruselas apoya a Airbnb y Uber frente a las dudas de los gobiernos (Expansión - **3/6/16**)

La Comisión Europea dio ayer un primer paso para tratar de armonizar el enfoque de los 28 Gobiernos de la Unión Europea sobre la economía colaborativa: plataformas tecnológicas que ponen en contacto a usuarios y proveedores de un determinado servicio. Dos de los ejemplos más conocidos son Uber, una aplicación móvil con la que pueden contratarse servicios de taxi, o Airbnb, que compite en el mercado de alojamientos turísticos ofreciendo alquileres por días de viviendas o habitaciones de particulares. Prácticamente, todas estas compañías inician su actividad en una especie de vacío legal y la disparidad de tratamiento dentro de la misma UE es abismal. En Reino Unido, Uber es totalmente legal. En Francia, sus directivos fueron arrestados y se enfrentan a un juicio con penas de cárcel.

El enfoque que la Comisión transmite en su comunicación se posiciona a favor de estas plataformas. La prohibición de estos servicios, afirma el Ejecutivo europeo, debe ser "el último recurso", por lo que aconseja a los Estados que busquen un encaje regulatorio a estos modelos de negocio desde el punto de vista de las licencias necesarias para operar, la protección al consumidor y las relaciones laborales entre las plataformas y las personas que ofrecen servicios a través de ellas.

Último recurso

Por ejemplo, la Comisión Europea afirma en un comunicado que “sólo deberían estar obligados a obtener autorizaciones o licencias cuando sea estrictamente necesario para alcanzar los objetivos de interés público pertinentes”, e insta a “diferenciar entre los ciudadanos que ofrecen un servicio de manera ocasional y los proveedores que actúan como profesionales” (mediante umbrales de actividad, por ejemplo).

Pero la comunicación también impone obligaciones: recuerda que la economía colaborativa también está sujeta a impuestos (sobre la renta, de Sociedades o IVA); y deja abierta la posibilidad de que los Estados decidan que los profesionales que operan a través de una plataforma (los conductores de Uber, por ejemplo), tengan que ser considerados trabajadores de la compañía, con el consiguiente incremento en costes y burocracia.

“Si logramos que se desarrolle de forma adecuada, la economía colaborativa puede constituir una oportunidad para los consumidores, los emprendedores y las empresas. Pero si permitimos que nuestro mercado único se fragmente en función de pautas nacionales, o incluso locales, Europa corre el riesgo de perder el control”, afirmó ayer Elzbieta Bienkowska, comisaria de Mercado Interior. Pero no va a ser tarea fácil. Hay muchos intereses en juego: tanto el de las propias compañías, como Uber o Airbnb, como el de las empresas que operan tradicionalmente en esos mercados (taxis y hoteles, en este caso).

Consciente de la complejidad del asunto, la Comisión ha decidido utilizar la forma más suave que tiene de abordar un problema: emitir una comunicación, que, en la práctica, es una batería de recomendaciones. A diferencia de las directivas o los reglamentos, no son de obligado cumplimiento por parte de los Estados. Ahora su aplicación depende de estos.

- Aliviando a la generación Facebook (Project Syndicate - **18/7/16**)

Los Ángeles.-Una vez más, los jóvenes se han llevado la peor parte de la situación política. El resultado del referendo sobre el Brexit en el Reino Unido no es más que un recordatorio de la creciente división generacional que atraviesa la afiliación política, los niveles de ingreso y la raza.

Casi el 75% de los votantes del Reino Unido entre 18 y 24 años votaron por “quedarse” en la Unión Europea y el “irse” les fue impuesto por los votantes de más edad. Y ésta es apenas una manera entre varias en las que el futuro económico de la Generación Y, y el de sus hijos, está siendo decidido por otros.

**Yo estoy cerca de cumplir 60 años y me preocupa que nuestra generación en el mundo avanzado sea recordada -para nuestra vergüenza y pesar- como la que perdió el norte en materia económica.**

En el período previo a la crisis financiera global de 2008, nos deleitamos con el apalancamiento, y nos sentíamos cada vez con más derechos a recurrir al crédito para vivir más allá de nuestros medios y para asumir demasiado riesgo financiero especulativo. Dejamos de invertir en motores genuinos de crecimiento, permitiendo que nuestra infraestructura se deteriorara, que nuestro sistema educativo decayera y que nuestros programas de capacitación y reestructuración laboral se erosionaran.

Permitimos que el presupuesto fuera rehén de intereses especiales, lo que ha resultado en una fragmentación del sistema tributario que, para sorpresa de nadie, ha impartido al sistema económico un nuevo sesgo anti-crecimiento injusto. Y fuimos testigos de un drástico agravamiento de la desigualdad, no sólo de ingresos y riqueza, sino también de oportunidades.

La crisis de 2008 debería haber sido nuestra llamada de atención económica. No lo fue. En lugar de utilizar la crisis para catalizar el cambio, básicamente nos dimos por vencidos y volvimos a hacer más de lo mismo.

**Concretamente, no hicimos más que intercambiar fábricas privadas de crédito y apalancamiento por fábricas públicas. Cambiamos un sistema bancario excesivamente apalancado por inyecciones de liquidez experimentales suministradas por autoridades monetarias hiperactivas. En el proceso, sobrecargamos a los bancos centrales, poniendo en riesgo su credibilidad y su autonomía política, así como su estabilidad financiera futura.**

**Al salir de la crisis, trasladamos los pasivos privados de los balances de los bancos a los contribuyentes -los de hoy y los futuros-, pero no logramos reparar plenamente el sector financiero rescatado. Dejamos que la desigualdad se agravara y nos cruzamos de brazos mientras demasiados jóvenes en Europa languidecían en el desempleo, corriendo el riesgo de una transición alarmante de desempleo a inempleabilidad.**

En resumen, no hicimos lo suficiente como para revitalizar los motores de un crecimiento inclusivo sustentable, debilitando al mismo tiempo la producción potencial y amenazando el futuro desempeño económico. Y estamos agravando estos errores en serie con una gran imposibilidad a la hora de actuar en materia de sustentabilidad a más largo plazo, particularmente en lo que concierne al planeta y la cohesión social.

La economía precaria naturalmente se propagó a la política alborotada, en tanto segmentos crecientes de la población han perdido su confianza en el establishment político, en las elites empresariales y en la opinión de los expertos. La fragmentación política resultante, inclusive el ascenso de movimientos marginales y anti-establishment, ha hecho que resultara más difícil aún diseñar respuestas más apropiadas en materia de políticas económicas.

Para colmo de males, ahora estamos permitiendo un contragolpe regulatorio contra innovaciones tecnológicas que afectan a industrias arraigadas e ineficientes, y que le ofrecen a la gente un mayor control de su vida y su bienestar. Las crecientes restricciones aplicadas a compañías como Airbnb y Uber perjudican especialmente a los jóvenes, tanto como productores como consumidores.

**Si no cambiamos el curso pronto, las próximas generaciones enfrentarán tendencias económicas, financieras y políticas que se retroalimentan y que las agobian con demasiado poco crecimiento, demasiada deuda, precios de activos inflados artificialmente y niveles alarmantes de desigualdad y polarización política partidaria.**Afortunadamente, somos conscientes del creciente problema, nos preocupan sus consecuencias y tenemos un buen criterio respecto de cómo generar el cambio tan necesario.

Dado el rol de la innovación tecnológica, gran parte de la cual es liderada por los jóvenes, hasta una reorientación pequeña de las políticas podría tener un impacto significativo y rápido en la economía. A través de una estrategia política más integral, podríamos transformar un círculo vicioso de estancamiento económico, inmovilidad social y volatilidad de mercado en un círculo virtuoso de crecimiento inclusivo, estabilidad financiera genuina y mayor coherencia política. Lo que se necesita, en particular, es un progreso simultáneo en reformas estructurales pro-crecimiento y una mejor gestión de la demanda. También debemos ocuparse de los sectores excesivamente endeudados y mejorar los marcos políticos regionales y globales.

Si bien son altamente deseables, estos cambios sólo se materializarán si se ejerce una mayor presión constructiva sobre los políticos. En otras palabras, son pocos los políticos que defenderán cambios que prometen beneficios a más largo plazo pero que suelen implicar alteraciones en el corto plazo. Y los votantes de más edad que los respaldan se opondrán a cualquier erosión significativa de sus derechos -recurriendo, inclusive, a políticos populistas y soluciones peligrosamente simplistas como el Brexit cuando perciben que sus intereses están amenazados.

Lamentablemente, los jóvenes han sido demasiado complacientes en lo que concierne a la participación política, en especial en cuestiones que afectan directamente su bienestar y el de sus hijos. Sí, casi las tres cuartas partes de los votantes jóvenes respaldaban la campaña a favor de “quedarse” en el Reino Unido. Pero sólo una tercera parte de ellos se presentó a votar. Por el contrario, la tasa de participación de las personas de más de 65 años superó el 80%. Sin duda, la ausencia de jóvenes en las urnas dejó la decisión en manos de la gente de más edad, cuyas preferencias y motivaciones difieren, aunque sea de manera inocente.

La Generación Y ha ganado extraordinariamente una mayor autoridad respecto de cómo comunica, propaga, consigue y disemina información, comparte sus recursos, interactúa con empresas y mucho más. Ahora debe aspirar a una mayor autoridad en la elección de sus representantes políticos y en cómo obligarlos a asumir responsabilidades. Si no lo hace, mi generación -por lo general de manera inadvertida- seguirá endeudándose excesivamente a costa de su futuro.

(Mohamed A. El-Erian, Chief Economic Adviser at Allianz and a member of its International Executive Committee, is Chairman of US President Barack Obama’s Global Development Council. He previously served as CEO and co-Chief Investment Officer of PIMCO. He was named one of Foreign Policy's Top 100 Glob…)

- ¿Será la “economía colaborativa” la evolución del capitalismo? (El Confidencial - **26/7/16**)

Al principio la economía colaborativa era una anécdota, luego se convirtió en una realidad. Con el tiempo puede llegar a ser el principal rasgo del modelo económico

(Por Kike Vázquez)

Del capitalismo suele decirse que no es el modelo económico perfecto, pero sí el mejor que conocemos. De hecho rara es la persona que concibe un sistema diferente al actual, como probablemente tampoco lo concebían quienes en su momento abrazaron el socialismo clásico. ¿Plantear mejoras? Seguramente muchas, ¿pero cuántas personas apuestan realmente por “algo nuevo”? Pocas, y quienes lo hacen suelen hablar más de deseos que de datos.Pues bien, puede que las actuales tendencias tecnológicas, energéticas y sociales estén creando el caldo de cultivo de “algo nuevo”. No sé cómo de ‘nuevo’, pero sin duda diferente a lo actual.

¿De qué estoy hablando? Como ya hemos analizado en algunos artículos de esta sección, actualmente se están desarrollando tendencias de carácter estructural que mutarán el mundo que conocemos. Puede parecer aventurado decir algo así, especialmente con tantos vendedores de humo por ahí sueltos. Pero el hecho es que hemos pasado de realizar debates por puro entretenimiento sobre el fin del trabajo del siglo XX, a verlo como una posibilidad muy real.

Hemos pasado de amar el petróleo y considerar su escasez un obstáculo para el desarrollo, a ver como los fabricantes de automóviles abrazan lo eléctrico en un abrir y cerrar de ojos, o como un sistema energético basado en renovables es cada día más algo más cercano. Hace poco escribíamos a máquina, y tirábamos la hoja si al teclear nos equivocábamos, hoy cubrimos todas nuestras necesidades financieras con un móvil. Suena como si ya hubiese pasado un siglo desde la muerte de la máquina de escribir, pero no, es muy reciente.

El cambio es tan extremo, que incluso está provocando la caída de los grandes “oligopolios” históricos. Uber amenaza el históricamente regulado sector del taxi, Number 26 inquieta a la banca, y el sector energético mira de reojo porque puede ser el próximo. ¡Y aún estamos empezando!Antes de la presente crisis financiera nadie pensaba en “locuras” de este calado, o no como algo factible. Hoy sin embargo parecen existir disrupciones en todos los sectores, al que no le toca antes le toca después, y todo ello en un breve período de tiempo. ¿Qué podrá pasar entonces en otros diez años vista?

No estamos ante una moda, sino ante algo muy real que, cada vez que evoluciona, mueve cientos de millones de unos bolsillos a otros. Por ello no va a detenerse. No sé si estamos exactamente ante una Cuarta Revolución Industrial, ante un fenómeno con efectos similares a la globalización, o si lo podemos comparar a la invención de la cámara digital pero a nivel masivo en multitud de sectores. Sea lo que sea, va a cambiar nuestras vidas aunque aún no nos hayamos dado cuenta. ¿Cómo? Eso es más complicado de saber.

Para Jeremy Rifkin la economía colaborativa podría ser uno de los principales rasgos del nuevo modelo económico, de hecho la considera un modelo más junto al capitalismo y al socialismo. En una reciente entrevista en “El País” sostiene que se están generando los pilares que se dan en los cambios de sistema económico: comunicación, energía y logística. Así, si la presente era la podemos definir en función de conceptos como coche, electricidad centralizada, petróleo, teléfono, televisión… ahora hablamos de energías renovables, de aplicaciones, del internet de las cosas. Ahora hablamos de la era del coste marginal cero, lo que podría dinamitar la forma de entender actualmente la economía.

Es cierto que las empresas tienden cada vez a vender “experiencias” en lugar de “cosas”, tanto la experiencia en el uso, como los intangibles asociados a las marcas por ejemplo. Pero ese “valor añadido” es cada vez más difícil de generar si el coste marginal del producto es cero. Que se lo digan a la enciclopedia Encarta de Microsoft, quien fue incapaz de luchar contra la Wikipedia a pesar del “valor añadido”. Aplicar el mismo modelo de negocio en un entorno totalmente diferente, tiene tanto sentido como ser profesor y pedir a tus alumnos que hagan un trabajo sobre un tema que puedan copiar y pegar de internet; una búsqueda que hace 30 años si era realmente meritoria.

En este entorno, la economía colaborativa tiene mucho que decir. Porque al mismo tiempo que el “trabajo del siglo XX” se vuelve escaso, se abren un sin fin de posibilidades en la nueva economía.Hoy en día es posible alquilar nuestro coche, nuestra casa, vender nuestras habilidades, prestar nuestra ropa, colaborar con un medio de comunicación, hacer préstamos a desconocidos… lo que queramos. Por una parte se trata de un nuevo nivel de eficiencia jamás alcanzado, nunca fue tan fácil encajar oferta y demanda; la información de democratiza como nunca antes; por la otra, donde antes se movían miles de millones de euros y trabajos tradicionales, ahora vemos lowcost y precarización.

Al mismo tiempo que los robots tienden a sustituirnos, y que la Unión Europea se plantea un impuesto para ellos como si fuesen personas, la gente normal y corriente se ve envuelta en un círculo vicioso en donde los trabajos se precarizan, los salarios bajan, y una forma de complementarlos es con la economía colaborativa, y una forma de gastar menos es con la economía colaborativa. Lo que a su vez hace que la rueda siga girando.

No obstante, a pesar de los inconvenientes, la tendencia no va a parar, al igual que el capitalismo no pereció ante el socialismo clásico por existir el despido, simplemente se creó el Estado del Bienestar y se encajó el progreso con la calidad de vida. Algo que vuelve a ser un gran reto hoy en día. La economía colaborativa es más eficiente que el capitalismo tradicional en muchos aspectos, muchos modelos de negocio no pueden competir contra ella y otros tendrán que readaptarse. Y, aunque es cierto que la economía colaborativa no deja de ser capitalismo, lo cierto es que el trabajo gratuito o con costes marginales cero es difícil de encajar en el capitalismo tradicional, por lo que en función del éxito de la tendencia si podríamos empezar a definirla como nuevo modelo.

¿Será la economía colaborativa la evolución del capitalismo? Lo sea o se quede en una simple tendencia significativa, lo que se intuye es que como mínimo se convertirá en un rasgo más del mundo actual. Los cambios en la tecnología, en la energía y en la sociedad, provocarán grandes cambios en los modelos de negocio de las empresas a lo largo del mundo, y grandes cambios en la vida de las personas. Habrá enormes ventajas en innovación, en información, en eficiencia, y grandes problemas a resolver en nuestra calidad de vida (algo que ya era antes un problema). Será un reto, siempre lo es, y si lo hacemos bien también será algo bueno para todos.

- La otra cara del auge tecnológico es la baja creación de empleos en EEUU (The Wall Street Journal - **12/10/16**)

El flujo de riqueza ha generado más prosperidad en Silicon Valley pero ilustra la polarización económica de EEUU.

(Por Jon Hilsenrath y Bob Davis)

La revolución tecnológica ha dado lugar a las búsquedas en Google, los amigos en Facebook, las aplicaciones para el iPhone, las diatribas en Twitter y las compras de cualquier cosa en Amazon, todo esto en los últimos 15 años.

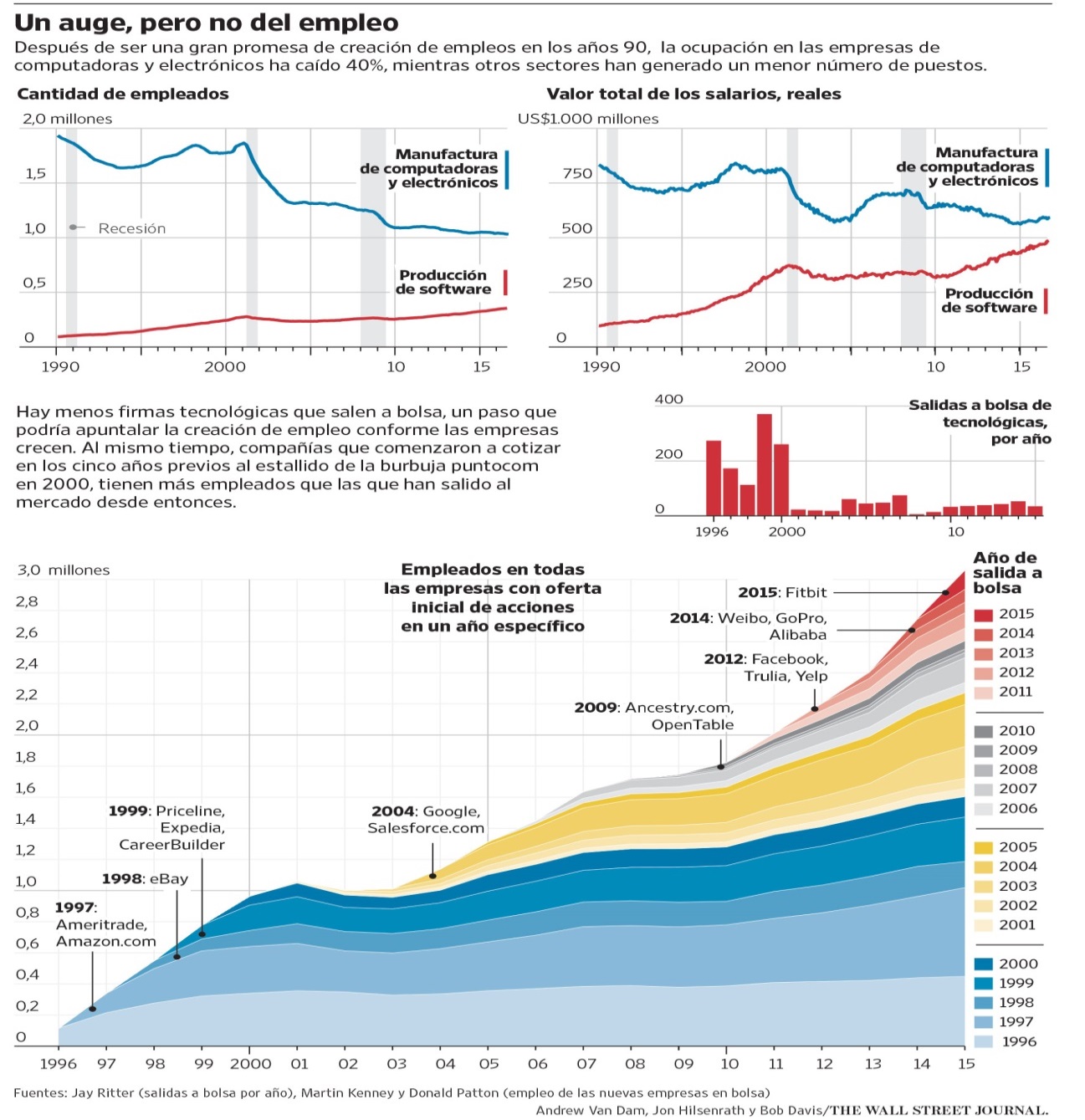
Sin embargo, eso no ha creado muchos empleos. Alphabet Inc., matriz de Google, y Facebook Inc. tenían a fin del año pasado un total de 74.505 trabajadores, cerca de un tercio menos que Microsoft Corp. pese a que su valor de mercado combinado duplica el del gigante del software. Instagram, el servicio para compartir fotos, tenía 13 empleados cuando fue adquirida por Facebook en 2012 por cerca de US$ 1.000 millones.

La contratación en los sectores de computadoras y semiconductores se derrumbó después de que la producción de hardware se mudó de Estados Unidos y los nuevos gigantes tecnológicos necesitaban relativamente pocos trabajadores. La cantidad de startups de tecnología cayó, el crecimiento de la productividad y de los salarios se desaceleró y la desigualdad de los ingresos se amplió conforme las máquinas sustituyeron el trabajo repetitivo de baja y mediana remuneración que hacían los humanos.

El resultado dista mucho de lo que muchos líderes políticos, emprendedores de tecnología y economistas vaticinaron hace una generación. En 2000, el presidente Bill Clinton pregonó “el fermento del rápido cambio tecnológico” como uno de los “principales motores” de la expansión de la economía estadounidense.

La brecha entre lo que prometió el auge tecnológico y lo que produjo realmente es otra fuente de descontento en EEUU que alimentó el ascenso este año de candidatos que atacan a la clase dirigente, como Donald Trump y Bernie Sanders.

El desencanto provocado por la tecnología es más sutil que el enojo causado por el aplastante impacto de la invasión de las importaciones de China y por el supuesto fracaso de instituciones gubernamentales, como la Reserva Federal, a la hora de dirigir la economía. En cambio, surge de la idea de que los estadounidenses esperaban mayores ganancias económicas de estas maravillosas nuevas máquinas y las compañías que las crearon, y no un aumento de la desigualdad.



“Hay una creciente sensación de frustración de que la gente no ha visto el progreso que sus padres y abuelos vieron”, señala Erik Brynjolfsson, economista del Instituto Tecnológico de Massachusetts cuyo trabajo ha descrito cómo la tecnología amplía la brecha de ingresos entre los ricos y los pobres. “Esa frustración se propaga al ámbito político”.

En 1997, la revista Time nombró a Andrew S. Grove, entonces presidente ejecutivo de Intel Corp., como el “Personaje del Año”. Dos años después el galardonado fue Jeff Bezos, presidente ejecutivo de Amazon.com Inc. El estallido de la burbuja puntocom a comienzos de 2000, la recesión de 2001 y la profundización de la globalización resultaron ser puntos de inflexión para la economía de tecnología y su impacto sobre la prosperidad estadounidense.

Las tecnológicas de EEUU aceleraron el traslado de sus cadenas de suministro a China y otras partes de Asia, una región con mucho potencial de crecimiento y mano de obra barata. Las empresas de hardware concentraron la producción en el extranjero para abastecer a fabricantes de computadoras estadounidenses y de otros países.

Después de crecer durante toda la década de los 90, el empleo total en empresas de computadoras y electrónicos en EEUU se redujo de 1,87 millones en 2001 a 1,03 millones en agosto de 2016, según datos del Departamento de Trabajo. El empleo en fabricantes de chips cayó a la mitad, a 359.000 puestos, durante el mismo lapso.

Micron Technology Inc. cuadruplicó su fuerza de trabajo entre 1994 y 2000, a 18.800 empleados en EEUU. Hoy, la empresa es un caso de estudio sobre cómo las tecnológicas han exportado empleos. En 2013, el año más reciente con datos disponibles, Micron tenía 11.300 trabajadores en EEUU, frente a 14.000 en 2000. En el exterior, su personal se disparó de 4.800 a 19.600, principalmente en China y otros países asiáticos. Un vocero dijo que gran parte del aumento fuera de EEUU provino de adquisiciones.

La Asociación de la Industria de Semiconductores afirma que los chips son la tercera mayor exportación de EEUU, después de los autos y los aviones.

Apple Inc. siguió un trayecto similar. Su cofundador, Steve Jobs, asumió como misión la revitalización de la manufactura estadounidense en sus primeros años al frente de la empresa y después de crear NeXT Inc., otro fabricante de computadoras. Sin embargo, cuando Jobs murió en 2011, Apple fabricaba casi todos sus productos fuera de EEUU, la mayor parte en Asia. La empresa abandonó la producción en EEUU en 2004 y la reanudó recién en 2013, cuando comenzó a producir la Mac Pro en Austin, Texas. Apple dice que emplea unas 80.000 personas en EEUU, o dos tercios de su fuerza laboral. Cerca de la mitad de su plantilla en ese país está en ventas minoristas.

Una vocera de Apple dijo que la empresa está “creando trabajos en nuevas industrias” como las aplicaciones desarrolladas para el iPhone y que es “una importante contribuidora a la manufactura estadounidense” al comprar componentes y materiales fabricados en el país.

Los trabajadores de tecnología de EEUU se están quedando con una porción más pequeña de la economía creada a partir de lo que producen. En 2014, la remuneración de los empleados de fabricación de computadoras y electrónicos equivalió a 49% del valor de la producción del sector, comparado con 79% en 1999, según el Departamento de Comercio.

Si bien otros empleos se han creado en sectores como el desarrollo de software, esa expansión es menor que las pérdidas en la manufactura tecnológica.

Desde 2002, la creación de startups de tecnología se desaceleró, lo que ha afectado la generación de empleo. En un estudio de 2014, los economistas Javier Miranda, John Haltiwanger y Ian Hathaway señalaron que el número startups de tecnología trepó de 64.000 en 1992 a 113.000 en 2001. La cifra cayó a 79.000 en 2011 y no se ha recuperado. Entre las causas figuran la competencia global y el aumento de las regulaciones internas, dice Haltiwanger, profesor de Economía de la Universidad de Maryland.

Otro problema es que pocas firmas de tecnología han salido a bolsa, algo que puede enriquecer a los primeros trabajadores y estimular la creación de empleos a medida que las compañías se expanden. Jay Ritter, profesor de la Facultad de Negocios Warrington de la Universidad de Florida, indica que entre 2001 y 2015 hubo 548 ofertas públicas iniciales de compañías relacionadas con la tecnología, frente a 1.853 entre 1990 y 2000.

La generación más reciente de startups ha captado una montaña de capital de riesgo y valuaciones gigantescas, encabezadas por Uber Technologies Inc., que valía US$68.000 millones a junio.

El flujo de riqueza ha generado más prosperidad en Silicon Valley pero ilustra la polarización económica de EEUU.

WhatsApp tenía más de 450 millones de usuarios en todo el mundo cuando fue comprada por Facebook en 2014 por US$19.000 millones, lo que convirtió a su fundador, Jan Koum, en un multimillonario. Al momento de la adquisición, el servicio de mensajería tenía 55 empleados.

Los frutos del crecimiento van a parar a las pocas personas con aptitudes y suerte y que están mejor posicionadas para aprovechar la nueva tecnología.

Las cinco mayores empresas tecnológicas de EEUU por capitalización bursátil -Apple, Alphabet, Microsoft, Facebook y Oracle Corp.- valen en conjunto US$1,8 billones, 80% más que las cinco primeras de 2000. Hoy, esos cinco gigantes emplean 22% de personas menos que sus predecesoras, un total de 434.505 el año pasado, comparado con 556.523 en Cisco Systems Inc., Intel, IBM, Oracle y Microsoft en 2000.

- La información que los dueños de Uber y Airbnb no quieren que sepas (El Confidencial - **14/11/16**)

El ensayista Tom Slee analiza el lado oscuro de la economía colaborativa en internet

(Por Carlos Prieto)

A medida que nos acercamos al mundo feliz prometido por los gigantes de la economía colaborativa -ese mundo desregulado donde uno salta de Uber a Airbnb sin toparse con engorrosos intermediarios y donde siempre brilla un cálido sol californiano- surgen más sombras y dudas sobre la sostenibilidad y la conveniencia política de este modelo. El último en entrar al trapo es el ensayista canadiense Tom Slee, que publica ahora “Lo tuyo es mío. Contra la economía colaborativa” (Taurus, 2016).

Cuando hablamos de “economía colaborativa” nos referimos a nuevos negocios en internet que interconectan clientes y proveedores para los servicios más variopintos: desde alquilar tú casa a unos japoneses por dos semanas (Airbnb) a viajar en un taxi privado que se pide con el móvil (Uber). Servicios de una utilidad costumbrista evidente a primera vista: nos facilitan la vida. Y cuya narrativa -la denominada “ideología californiana”- es vista como algo “cool” y hasta un poco hippie. Porque la economía colaborativa no solo sería útil, sino poco menos que revolucionaria. “Al tiempo que Silicon Valley ha ido acumulando riqueza y poder, la convicción de que puede irte bien haciendo el bien y de que los mercados pueden de hecho utilizarse para “aumentar la escala” de los esfuerzos en favor del cambio social ha pasado a ser una tendencia dominante en la cultura de internet. Este punto de vista se denomina a veces “ideología californiana”. Desde la pobreza a escala mundial hasta las libertades civiles, pasando por la educación y la atención médica, la cultura de internet ve la combinación de la tecnología y la actitud empresarial como la clave para resolver nuestros mayores problemas”, escribe Slee.

El ensayista asegura que “la economía colaborativa hace promesas que atraen a mucha gente, desde luego, a mí me atraen”, y resume las aparentes bondades del asunto: colaboración, emprendimiento, autogestión y lucha no jerárquica contra los abusos comerciales del poder. Vayamos por partes.

-Colaboración: “Nosotros, como individuos, podamos contar más con el prójimo y menos con corporaciones anónimas y distantes. Cada transacción ayuda a alguien a ganar un dinerillo y a algún otro a ahorrar un poco de tiempo. ¿Por qué no habría de gustarnos?”.

-Emprendimiento y autogestión: “La economía colaborativa promete ayudar a individuos, hasta entonces sin poder alguno, a tener un mayor control sobre sus vidas convirtiéndose en “microempresarios”. Podemos autogestionarnos, entrar y salir de esta nueva dinámica de trabajo flexible, montar nuestro propio negocio”.

-Alternativas no jerárquicas al poder: “El movimiento parece amenazar a los que ya son poderosos, las grandes cadenas hoteleras, las cadenas de comida rápida y los bancos. Es una visión igualitaria que se basa en transacciones entre iguales en lugar de en organizaciones jerárquicas… La economía colaborativa promete propiciar que los estadounidenses (y otros) confíen en el prójimo… y también promete ser una alternativa sostenible al comercio dominante, ayudándonos a hacer un mejor uso de recursos infrautilizados; ¿por qué tiene que tener todo el mundo un taladro en un estante del sótano cuando lo podemos compartir? Podemos comprar menos y de ese modo reducir nuestra huella ecológica... Podemos optar por el acceso en lugar de la propiedad y alejarnos de un consumismo en el que muchos nos sentimos atrapados”, resume Slee.

Las malas noticias

Dicho lo cual: vamos con las malas noticias sobre la economía colaborativa y la ideología californiana, que estaría impulsando un “libre mercado despiadado y desregulado en ámbitos de nuestras vidas anteriormente protegidos”. Donde antes había empresas alternativas, ahora hay “monstruos corporativos” que desempeñan “un papel cada vez más intrusivo en las transacciones que fomentan para ganar dinero” y están “reorganizando las ciudades sin mostrar ningún respeto por aquello que las hace habitables”. ¿Los ejemplos más evidentes de estas malas prácticas? Uber y Airbnb.

En efecto, si hablamos de economía colaborativa, es inevitable referirse a los dos gigantes económicos y simbólicos del sector: Uber Y Airbnb, fundadas casi a la vez, y que en poco tiempo saltaron de San Francisco al mundo, compitieron de tú a tú contra los gigantes tradicionales de sus sectores (transporte y hoteles) y enriquecieron a lo bestia a sus fundadores.

La imagen de marca de ambas empresas es muy diferente. Si Airbnb vende “colaboración”, Uber “no está muy interesada en nada tan tierno y difuso como la comunidad; proyecta una imagen de estatus con aspiraciones (“El chófer personal de todos”) y su agresivo director general, Travis Kalanick, es un admirador de Ayn Rand y su ideología de individualismo a ultranza”.

Pero más allá de la narrativa que vende cada cual, ambas empresas coinciden en “suscitar controversia en muchas de las ciudades donde operan, indisponiéndose con las regulaciones y leyes municipales, y ambas han adoptado el enfoque de buscar el crecimiento a toda costa, aspirando a presentarse como un hecho consumado ante Gobiernos municipales lentos y a menudo faltos de personal. Las dos creen que sus innovaciones dejan obsoletas las normativas existentes y que su tecnología puede resolver los problemas que las regulaciones municipales deberían haber resuelto, solo que mejor y con un aire más informal”, resume Slee.

Gentrificación por un tubo

La paradoja que resume el lado oscuro de Airbnb es la siguiente: la empresa la fundaron dos jóvenes diseñadores que necesitaban dinero para pagar el exagerado alquiler de una casa en San Francisco… y ahora se ha convertido en una herramienta que “contribuye al desplazamiento de los inquilinos a largo plazo en San Francisco”, según el testimonio de un usuario sacado del “San Francisco Chronicle”. O de negocio para burlar la gentrificación a detonante de la misma, como ejemplifica otro testimonio recogido en el libro: “Ken es propietario de unos edificios en Nolita (Nueva York). Se ocupa de una organización sin ánimo de lucro que enseña a la gente a montar en bici. Ahora contrata a detectives privados para ver lo que hacen sus inquilinos. A Ken no le gusta hacerlo. “No es propio de mí en absoluto. A veces me pregunto cómo me he convertido en un tipo así”. Pero el apartamento 3 se ha convertido en una especie de hotel que cobra 250 dólares por noche y él sospecha que la inquilina ganó medio millón de dólares antes de que la desahuciara”.

Como es lógico, Airbnb incluye testimonios más benévolos en su página web, como el de una neoyorquina llamada Shell: “Cuando uno de los peores huracanes de la historia azotó la Nueva York, Shell, que llevaba tiempo siendo anfitriona de Airbnb, vio que algunas personas habían sufrido pérdidas devastadoras. Tras subir el nivel de las aguas y tener que evacuar sus casas, muchos no pudieron volver durante días, si es que pudieron hacerlo. Shell decidió conectarte a la Red y ofrecer gratis su espacio a quienes estuvieran necesitados”. Una historia preciosa, sí, algo así como “la anfitriona de Airbnb que emocionó a Spielberg”. Pero, ¡ay!, poco después se supo que Shell era una buena samaritana un tanto listilla: había estado “realquilando varias propiedades “contraviniendo claramente su contrato de alquiler”. Su casero dijo que “tener amigos (invitados a pasar unas noches) es una cosa. Los grupos de desconocidos organizados a través de una red social son harina de otro costal”, y que Airbnb se lavó las manos del problema diciendo: “Airbnb es una plataforma online y no posee, opera, gestiona ni controla alojamientos, como tampoco verifica los términos de contratos privados ni arbitra en quejas de terceras partes””.

Lavada de manos habitual cada vez que alguien denuncia los efectos secundarios perniciosos del modelo Airbnb: “Hay inquilinos que aseguran haber sido desahuciados de su apartamento para que su casero pueda ganar más dinero, alquilándolo a precios más elevados por breves periodos, pero Airbnb no da ninguna respuesta útil al respecto salvo para asegurar que no ocurre muy a menudo”, concluye Slee.

La guerra de las ciudades

Otro tema conflictivo es la tensa relación de Airbnb con las alcaldías de ciudades saturadas de turistas, como Barcelona, Nueva York y París, ya que “ha demostrado ser un socio poco de fiar a la hora de construir ciudades habitables”.

“El impacto de Airbnb en Barcelona tiene múltiples aspectos, pero al menos en parte resulta destructivo: merma la calidad de vida de quienes residen en barrios donde hay una intensa actividad turística, evita que la ciudad pueda equilibrar el turismo con otros aspectos de la vida urbana y dificulta que establezca garantías de seguridad y otras normas”, razona el autor.

¿Y en París? Tres cuartos de lo mismo, según el director municipal de vivienda, Ian Brossat. “Ya hay una grave escasez de pisos en París, sobre todo de estudios y apartamentos de dos habitaciones donde una pareja pueda emprender una vida en común. Ahora tenemos este problema creciente de los alquileres vacacionales, con inversores que llegan y compran tantas propiedades como pueden. Se ha convertido en un negocio, y en consecuencia hay menos propiedades en el mercado para los parisinos de a pie, y las que están disponibles tienen precios más elevados”.

A principios de 2015, Airbnb firmó un acuerdo con París para cumplir las normativas, pero tres meses después saltó por los aires tras una inspección municipal de 2.000 viviendas. “El centro de nuestra ciudad se está quedando vacío. Hay cada vez más turistas”, denunció el Ayuntamiento. “La afirmación de la empresa sobre qué te permite “vivir como un vecino más” pierde su significado cuando ya no hay vecinos”, zanja Slee.

Uber quiere pasta

El autor también tiene duras palabras para los taxis privados de Uber. Como todas las empresas de la economía colaborativa, Uber tuvo bastante buena prensa al principio, por aquello de la novedad y del aroma “cool” de todo lo que surge en internet. Hasta el punto de colocar sus mensajes en los periódicos con facilidad... independientemente de su veracidad...

En mayo de 1994, por ejemplo, Uber aseguró que los ingresos anuales de sus conductores neoyorquinos ascendía a 90.766 dólares anuales, lo que a bote pronto sonaba a revolución cultural: la economía colaborativa iba a convertir a los taxistas del mundo en individuos de clase alta. La pera, sí. El “Washington Post” tituló triunfal que era el “fin de la era de los taxistas mal pagados”, y algunos medios elevaron los sueldos hasta los 100.000 euros. Estábamos ante la realización de toda una utopía liberal: bastaba con desregularizar el sector, eliminar a los intermediarios parásitos (los dueños de las licencias de taxis) y mejorar la relación cliente/usuario para que lloviera la pasta a chorros y los taxistas pasaran a cobrar como directivos de multinacional.

La letra pequeña de los fabulosos sueldos pagados por Uber era la siguiente. 1) La empresa cobra tanto a sus conductores como los taxistas a los dueños de las licencias de taxis. 2) “Los costes en gasolina, mantenimiento, seguro y por depreciación del vehículo, además de otros gastos adicionales (peajes, aparcamiento), se llevaban casi la mitad de cada dólar de la tarifa de cada carrera, lo que reduciría el sueldo” de los taxistas neoyorquinos “a una cifra más ajustada de 45.000 euros”. 3) Uber no escogió al azar la ciudad de Nueva York para sacar músculo: ahí es donde ganan más sus conductores: en la mayoría de las ciudades los sueldos rondaban los 30.000 euros, tres veces menos de lo cacareado.

El salto de los conductores de Uber de la clase baja a la clase alta había durado tres telediarios. “Desde que Uber afirmó lo de los 90.000 dólares, ha ido perdiendo verosimilitud. Los periodistas que buscaron conductores que ganaran dicha cantidad tildaron sus esfuerzos de “búsqueda del unicornio de Uber” y volvieron con las manos vacías… En 2014 los conductores de Uber se manifestaron en protesta por sus bajos ingresos: en Seattle lo hicieron en abril y agosto, en San Francisco en mayo y octubre, en Los Ángeles en septiembre, en Nueva York en septiembre y octubre, y en Londres en octubre; un acontecimiento muy poco probable si estuvieran ganando tanto como sugería la empresa”, zanja el autor.

De la utopía autogestionada al abuso laboral en tiempo récord: “Los mercados de la economía colaborativa están generando nuevas formas de consumo más abusivas que nunca... En lugar de liberar a los individuos para que tomen el control sobre sus propias vidas, muchas empresas de la economía colaborativa están ganando pasta gansa para sus inversores y ejecutivos y creando buenos empleos para sus ingenieros informáticos y expertos en marketing, gracias a la eliminación de protecciones y garantías alcanzadas tras décadas de esfuerzos y a la creación de formas más arriesgadas y precarias de trabajo mal remunerado para quienes de verdad trabajan en la economía colaborativa”, resume el autor sobre la deriva de la ideología californiana.

Slee sostiene que “el éxito de Uber se deriva de su funcionamiento parásito en las ciudades donde opera”. Ejemplo de este parasitarismo: la laxitud fiscal que rodea a la empresa. “Desde el punto de vista tributario, Uber es parasitaria de las economías locales. Cuando se paga a un taxista, parte del dinero va a la compañía de taxis para la que trabaja y esa empresa paga impuestos en la ciudad, de modo que el dinero vuelve a alimentar a la economía local. Cuando se le paga a un conductor de Uber, la situación es distinta… Al margen de lo que ocurra con la parte de la tarifa del conductor, la compañía se lleva su tajada exenta de impuestos. Como muchas compañías digitales, Uber ha establecido filiales por todo el mundo. Si uno toma un coche de Uber en Canadá, el pago de la tarjeta de crédito va a Uber BV, constituida en Holanda por razones fiscales”.

Conclusión sin moralina

Pese a sus afiladas críticas, Slee no cae en la tentación de culpar al cliente. “Igual has sido anfitrión o huésped de Airbnb; igual has ofrecido o aceptado un trayecto con Uber; igual has pedido una comida, o la has llevado a domicilio con Postmates. Este libro es crítico con las empresas y con el movimiento de la economía colaborativa en general, pero no tengo intención alguna de hacer que el lector se sienta culpable o se ponga a la defensiva... Los problemas de la economía colaborativa no estriban en el participante individual que busca unas vacaciones novedosas o un desplazamiento rápido a la otra punta de la ciudad, como tampoco lo hacen los problemas generales del consumismo en el individuo que llena de gasolina el depósito de un coche o compra un par de zapatos nuevos. Los problemas estriban en las propias empresas y en los intereses financieros que se sirven de esas empresas para perseguir unos objetivos de desregulación en aras de la riqueza privada”.

Todo ello le lleva a concluir que la economía colaborativa no se merece el prestigio progresista que tiene. “Escribí este libro porque los objetivos de la economía colaborativa apelan a ideales con los que se identifican muchas personas, incluido yo; ideales como la igualdad, la sostenibilidad y la comunidad. La economía colaborativa sigue contando con el apoyo y la lealtad de muchas personas progresistas -en particular de jóvenes que se identifican claramente con las tecnologías que utilizan- cuyos instintos bondadosos están siendo manipulados y que acabarán por sentirse traicionadas. La economía colaborativa invoca esos ideales para amasar inmensas fortunas privadas, para ir en contra de comunidades reales, para fomentar una forma de consumismo más opresiva y para crear un futuro más precario y con más desigualdades que nunca”.

- El nuevo orden mundial (porque a la UE solo le queda año y medio de vida) (El Confidencial - **26/1/17**)

Trump no pretende únicamente que los trabajos vuelvan a EEUU: quiere reconfigurar el mapa geopolítico y el económico, y la Unión Europea va a ser la gran perdedora

(Por Esteban Hernández)

El mapa geopolítico está reconfigurándose y las perspectivas no son buenas para Europa. La elección de Trump va mucho más allá de la simple intención de que los estadounidenses recuperen sus fábricas u obtengan mejores condiciones en los tratados de libre comercio. No es solo proteccionismo, sino parte de un cambio que puede ser radical.

Un elemento esencial tiene que ver con el nuevo papel de EEUU en el mundo. Es la gran potencia militar mundial, la que concentra las mayores y más importantes empresas financieras, las que tienen un peso decisivo en la energía, y las que están desarrollando las innovaciones más atrevidas en el entorno productivo. Las empresas fabriles estadounidenses, por importantes que resulten, ya no son, a causa de la competencia, tan decisivas como en el pasado. En contrapartida, muchas de las firmas norteamericanas ligadas a Silicon Valley, desde Amazon hasta Facebook, están convirtiéndose en los actores dominantes en el nuevo contexto económico, y algunas otras, como Uber o Airbnb, amenazan con hacerlo. La mayoría de ellas utilizan un modelo que les permite absorber sectores ya existentes, que tenían su propia ecología, concentrarlos y reconvertirlos al servicio de una empresa mediadora (desde las librerías y tiendas de discos o de informática hasta los taxis o los hoteles) que recoge casi todos los réditos. Eso supondrá, si la fórmula termina siendo exitosa, que el dominio económico de EEUU se va a potenciar de una nueva manera, más intensa que en el pasado.

Otra manera de extender la influencia estadounidense tiene que ver con el mapa político que está dibujándose, con quiénes van a ser sus aliados y cuál va a ser el grado de vinculación. Es evidente que Trump respaldará a Israel en Oriente Medio, que buscará otro tipo de relación, más cercana, con Rusia y que tratará de rebajar el papel de China. Mientras las élites occidentales han reaccionado a la presidencia de Trump asegurando que hay que ser prudentes, que hay personas de mucha experiencia y de gran conocimiento en su gabinete, y que probablemente tomará medidas económicamente inteligentes, las chinas han sido más beligerantes: el presidente fue el conferenciante estrella en Davos, donde defendió con uñas y dientes ese libre comercio que les ha convertido en ricos, y Jack Ma, el CEO de Alibaba, ha declarado que si a los trabajadores norteamericanos les va mal, es por culpa de su Gobierno, que se gasta el dinero en presupuesto militar.

Un clarísimo perdedor

En esa recomposición hay un pequeño perdedor, como es Japón, su tradicional aliado asiático, y un clarísimo perdedor, la Unión Europea. El Brexit es el primer paso hacia el declive de una Unión que Trump entiende que está supeditada a Alemania y que pretende debilitar.El que se espera sea el próximo embajador ante la UE, Ted Malloch, ha declarado que al euro le queda año y medio de vida; que 2017 será el de la celebración de elecciones decisivas, en el que los europeos van a decidir de modo democrático si quieren seguir o no en la UE, y que el final del camino resultará inevitable.

Por supuesto, que la moneda común desaparezca y la UE se rompa no será ningún problema para los países que se marchen porque ahí estará EEUU para respaldarles.Dicen que Trump está contra el libre comercio, pero quizás esté solo en contra de ese libre comercio que beneficia a países distintos del suyo. La apuesta ha quedado clara con el Reino Unido, al que ha ofrecido un tratado bilateral por la vía exprés si fuese necesario, y ese será el camino que utilice para reafirmar la posición de su país.

La fórmula para salir de la UE

El problema es que en esta recomposición del mapa europeo, es muy probable que se produzca. Como bien señalan Malloch y Trump, son fruto de tensiones internas, de una población que encuentra muchos motivos para la insatisfacción en esta aventura europea, y que ha ido acumulando descontento que ha dirigido, con bastante lógica, hacia los burócratas de Bruselas y hacia ese Banco Central Europeo que tan poco ha pensado en ellos. La mezcla de populismo de derechas, sectores empobrecidos y desconfianza en las instituciones es un desafío enormemente serio para la Unión, y posee bastantes bazas, no ya para generar dudas sino para salir triunfante. Trump lo sabe, porque esa es la fórmula que le ha llevado al poder y porque sus aliados han logrado sacar al Reino Unido de Europa, y por tanto confía en que esos escenarios ofrezcan los mismos frutos.

Para Europa, la actitud hostil estadounidense es un problema, pero haría mucho menos daño si el magnate no tuviera razón en el argumento de fondo: Europa está dividida, producto de las políticas de Bruselas y del BCE, que han empeorado el nivel de vida de buena parte de su población. Lo lógico hubiera sido, frente a este descontento, generar una respuesta a la altura del desafío. Pero no se hizo: se prefirió seguir unos dictados que beneficiaban a Alemania, y de paso a los inversores financieros, y que perjudicaban a pequeñas empresas y asalariados, urbanos y rurales.

El enemigo a las puertas

El último Foro de Davos fue una demostración más de esta particular ceguera, y ni siquiera ahora que el enemigo está a las puertas han amagado con poner en marcha otro tipo de políticas. Eso es arrojar Europa a los brazos de Trump y renunciar al legado europeo, ese que se asentó en el Estado de bienestar. Pero al mismo tiempo es echar al pozo de la historia todo aquello que Europa debería significar, desde el legado de la Ilustración hasta la defensa de los derechos humanos pasando por la idea de una sociedad donde la desigualdad no sea el núcleo estructural.

A la UE le pasa igual que al periodismo. Es cierto que los medios son cada vez más partidistas, ofrecen peor información y están políticamente mucho más controlados: les importan más los suyos que la realidad, de modo que cuando alguien como Trump les critica, encuentra muchas simpatías entre los ciudadanos. Pero lo que Trump pretende no es reformar los medios para que hagan mejor su trabajo, ese de confrontar al poder con los hechos, sino simplemente eliminar su mediación: así no habrá nadie que pueda difundir una realidad diferente de la que a él le agrada. Este es también el caso de la UE. Su expresión actual es deficiente, torpe y en ocasiones repelente, pero sus enemigos no tratan de mejorarla: quieren eliminar la modernidad social, material y redistributiva en la que en un momento llegó a basarse, y todas las ideas racionales, aplicadas o no, que la inspiraron. Es la hora de los presidentes carismáticos (y mejor si son millonarios) a los que expertos, especialistas, intelectuales y periodistas les sobran. Acabar con esta UE puede ser una buena idea para mucha gente, lo cual es lógico, pero quienes van tras ella son bastante peores. En fin, quizá las élites europeas, algunas de las cuales van a salir muy dañadas de este proceso, comiencen a darse cuenta antes de que las exilien en el Caribe.

- Es cuestión de tiempo: por qué los jóvenes votarán a Le Pen (El Confidencial -**1/3/17**)

Un tercio de los jóvenes confía en Le Pen por encima del resto de ofertas políticas. Influyen el paro o la larga espera para lograr un salario decente. Los jubilados son el muro de contención contra el FN

(Por Luis Rivas - París)

Marine Le Pen es la candidata favorita de los jóvenes, de los obreros y de los parados franceses. La sociología del voto del Frente Nacional sigue sorprendiendo a los que han preferido hacer el avestruz durante los últimos lustros. El linchamiento mediático, cultural y artístico que se ceba en Le Pen y su sus ideas no ha tenido el efecto deseado en las urnas por quienes se erigen en guardianes del sistema.

El último sondeo realizado por la empresa Elabe para el diario económico “Les Echos” incide en lo que ya es una constante invariable desde hace años: un 35 por ciento de los jóvenes de 18 a 24 años muestran su intención de votar por Marine Le Pen en las presidenciales, cuya primera vuelta se disputa el 23 de abril. El FN es también el partido favorito entre sus hermanos mayores, los jóvenes de 25 a 34 años.

Nada menos que un tercio de los jóvenes franceses confía pues en Le Pen, por encima del resto de ofertas políticas. Ni las críticas constantes del “Partido de los Medios”, ni la descalificación de sus enemigos, ni los manifiestos de supuestos expertos, ni las manifestaciones contra el FN de los grupos ultraizquierdistas que se van multiplicarán a partir de ahora, ni los escándalos judiciales que salpican a la formación nacional-populista logran hacer disminuir la adhesión de la juventud francesa a las ideas de Le Pen.

El Director de Estudios políticos de Elabe, Yves-Marie Cann, explica estos resultados por las dificultades para encontrar un primer trabajo, en la larga espera para obtener un contrato fijo o un salario decente. Y aunque otros sociólogos repiten este factor, otros estudios de opinión subrayan que los jóvenes están preocupados también por aspectos como la inseguridad y la inmigración masiva, puntos esenciales en el ideario del FN.

En Francia, los jóvenes no son mayoritarios en las manifestaciones bajo el lema “Welcome refugees”. Los que aparecen más sensibilizados con los refugiados y con los emigrantes económicos son los “bobos”, la bourgeois-bohèmes, categoría social que en España podría equivaler a la de progresista acomodado.

Muchos observadores extranjeros se sienten frustrados a la hora de extrapolar las situaciones políticas de sus países con la situación francesa. Parecería lógico que los jóvenes de este país se sintieran atraídos por la izquierda o la izquierda radical. Pero no es así. A diferencia de, por ejemplo, la juventud norteamericana, el efecto Trump no es transportable a Francia.

La decepción del mandato de François Hollande es una de las razones que ha llevado a los jóvenes a buscar soluciones de futuro en una opción como la del FN, pero ya antes de las elecciones del 2012 que auparon a los socialistas al poder, Le Pen atraía a buena parte de la juventud. Emmanuel Macron, el candidato de “ni de derechas ni de izquierdas” o, mejor, “de derechas y de izquierdas”, está también por delante del socialista Benoît Hamon y del aspirante de la izquierda radical, Jean-Luc Melenchon en cuanto a preferencias de los jóvenes. De los partidos minoritarios, ultraizquierdistas y trotskistas, que forman parte solo del folklore electoral, mejor no hablar, por la insignificancia de sus resultados.

Obreros: del PC al FN

Que Le Pen recoge el voto de los “indignados” es demostrable en el sondeo de Elabe, aunque es una constante en los últimos años. Nada menos que un 44 por ciento de los obreros apoya al FN, que es también el partido favorito de los empleados y de los parados. **Del Partido Comunista al Frente Nacional, pasando por la decepción socialista; ese es el recorrido sociológico de los obreros franceses, golpeados por la desindustrialización, por la falta de alternativas al cierre de fábricas y empresas clásicas y por el desprecio de los nuevos gurús de las industrias digitales, obsesionados con la “uberización” de la economía, según denuncian los nostálgicos de la época del pleno empleo.**

Que los obreros ya no son carne electoral de la izquierda es un hecho que el think-tank socialista, Terra Nova, había sentenciado en 2011. En un estudio publicado ese año, la máquina de pensar que alimenta al PSF firmaba el divorcio entre la socialdemocracia y la llamada clase obrera. Terra Nova proponía entonces abandonar el caladero obrero e ir a pescar en aguas del islam de Francia y de la inmigración. Pero ese es otro cantar. Terra Nova contribuyó a la “proletarofobia” que caló entre los modernos enganchados al mundo virtual/digital, urbano y multicultural. Le Pen lo tuvo fácil, y lo sigue teniendo, para acoger a los expulsados del sistema de producción.

En cuanto a su éxito entre los parados, nada sorprendente cuando los sindicatos franceses son acusados de ayudar a mantener desde hace décadas un paro estructural y a concentrarse en ganar el apoyo del contratado, del asalariado blindado, ignorando al desempleado. La ínfima afiliación sindical contrasta con el apoyo obrero al FN.

El socialo-izquierdista Hamon es el segundo de la lista en la preferencia del voto obrero, pero con un 15 por ciento de apoyo. Ni sumando el porcentaje de Melenchon, los ecologistas y la ultraizquierda llegan a las cifras de Le Pen. Es más, Macron obtiene también un 15 por ciento.

Los jubilados, el muro anti-LePen

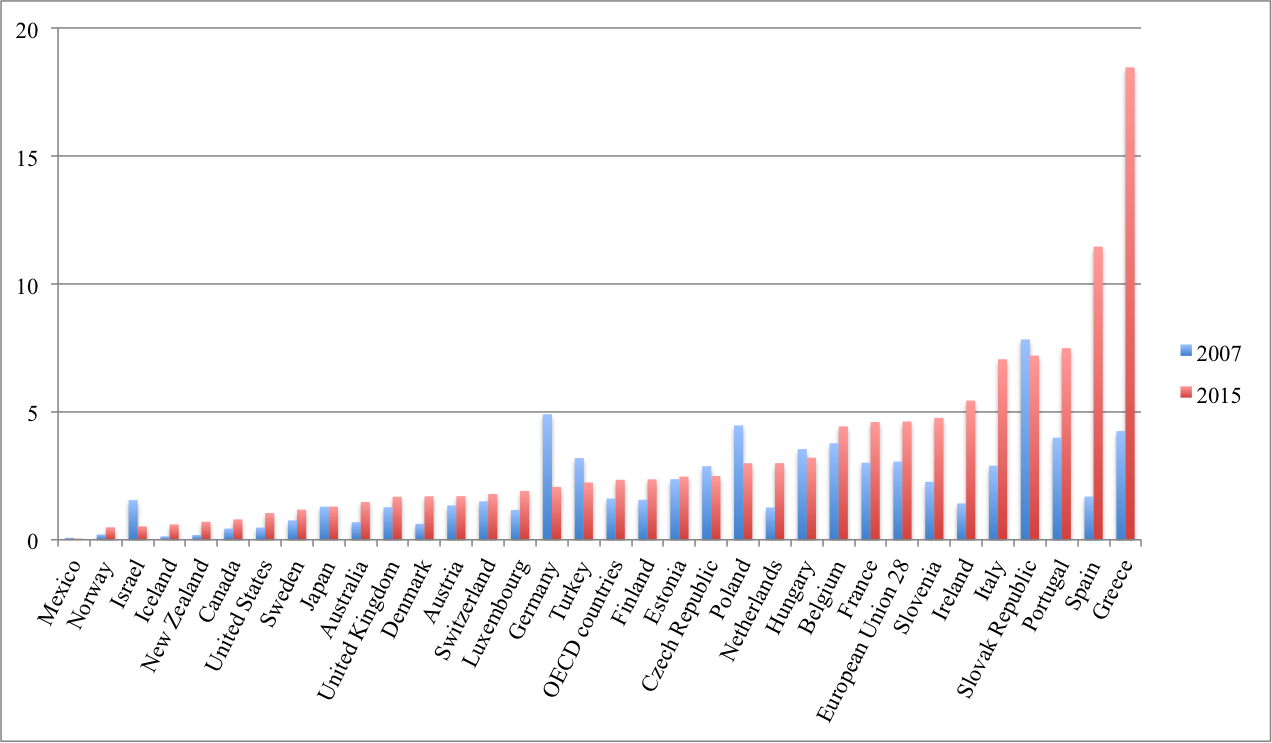
Tras la retirada del centrista Bayrou de la carrera electoral el porcentaje de franceses de entre 35 y 50 años que apoya a la candidata del Frente Nacional ha subido como la espuma. ¿Quiénes se resisten, de momento, a Le Pen? ¿Quiénes no piensan votarle? Según el estudio de Elabe, corroborado por otros efectuados en los últimos años, aparte de los sectores acomodados, los jubilados son el muro de contención principal contra el FN. “Solo” un 18 por ciento manifiesta su fervor a Marine Le Pen. Los pensionistas, una franja de la población que resiste a la crisis y contribuye en la ayuda económica de hijos y nietos, temen sobre todo una de las medidas estrella del FN: el abandono del euro.

Los esfuerzos de Marine Le Pen para asegurarles que el retorno al franco no mermaría sus pensiones y ahorros no convence a un electorado conservador en su mayoría, pero no radical. François Fillon sigue siendo su favorito, aunque Macron gana terreno tras los escándalos que afectan al candidato de Los Republicanos.

----------

Fuente: Fedea **15/11/16**

**Gráfico 1**Tasa de paro de larga duración en los países de la OCDE, 2007 y 2015 (proporción de la población activa,%)

[](http://nadaesgratis.es/wp-content/uploads/Figure_1_a.png)

Fuente: OECD.Stat (Estadísticas Anuales de Fuerza de Trabajo).

El gráfico 1 muestra las tasas de PLD de la mayoría de los países miembros de la OCDE en 2007 y 2015. Se observa un aumento pronunciado, de 3,5 puntos porcentuales (pp) o más, en cuatro de los países rescatados, España, Grecia, Irlanda y Portugal, y en Italia; lo que es muy alto comparado con el promedio de 1,6 pp en la UE y de 0,7 pp entre los países de la OCDE. Por el contrario, hubo un aumento relativamente modesto en la mayoría de los países anglosajones. Y en Alemania y en algunos otros países la tasa de PLD ha caído. Al mismo tiempo, la incidencia del PLD también varía enormemente entre diferentes grupos de trabajadores.

El PLD provoca un considerable estrés mental y material en las personas afectadas y sus familiares, y hay abundante evidencia de que la probabilidad de encontrar empleo de los parados tiende a caer con la duración del mismo. Por tanto, muchos parados de larga duración pueden encontrarse pronto en el margen del mercado de trabajo, con escasas opciones de volver a trabajar. A nivel agregado esta situación puede traducirse en bajas tasas de crecimiento y alto paro estructural.

- Snapchat se dispara un 44% en su estreno en Wall Street (Expansión - **3/3/17**)

(Por C. Ruiz de Gauna - Nueva York)

Sus acciones han fijado su primer precio en el mercado en los 24 dólares, desde los 17 dólares del precio marcado en la OPV.

Snap, la empresa propietaria de la aplicación de mensajes efímeros Snapchat, empezó a cotizar este jueves con una fuerte subida del 44%, hasta los 24,48 dólares. La compañía fijó su primer cruce en la Bolsa neoyorquina en los 24 dólares y en su máximo intradía llegó a tocar los 26 dólares.

El grupo con sede en Los Ángeles protagonizó este jueves la primera gran salida a Bolsa de una tecnológica desde el estreno en el parqué de Nueva York del gigante chino de comercio electrónico Alibaba en 2014.

La matriz de la popular aplicación de mensajería instantánea fijó el miércoles por la noche su precio de OPV en los 17 dólares por acción, por encima de la banda de entre 14 y 16 dólares estimada inicialmente. La nueva cifra reflejó las altas expectativas de sus gestores y adelanta el interés de los inversores por una operación con ha recaudado 3.400 millones de dólares y que hará ricos a centenares de empleados de la compañía.

Así, por primera vez en tres años, el mercado ha tenido la oportunidad de valorar si una empresa joven, en pérdidas y con un negocio difícil de definir es capaz de seguir el camino de gigantes como Facebook.

Snap ha salido a Bolsa desafiando a los inversores con un modelo de negocio en pérdidas y sin fecha estimada de rentabilidad. “Hemos registrado pérdidas operativas en el pasado, esperamos tener pérdidas operativas en el futuro y puede que nunca seamos capaces de ser rentables”, aseguraron los gestores de la compañía en el folleto de salida a Bolsa.

No son, sin embargo, los números rojos los que definen a Snap, una empresa que se mueve entre el software y el hardware, sino su capacidad de crecimiento. Por un lado, el grupo que fundaron Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown en 2011 debe su popularidad a Snapchat, una aplicación muy popular entre los jóvenes gracias a su servicio de mensajes cortos que se eliminan del móvil una vez leídos. Pero, además, la compañía ha empezado a comercializar unas gafas con cámara integrada para subir fotos y vídeos a la aplicación al momento, lo que le lleva al terreno del hardware.

Su potencial de crecimiento permite a Snap pasar por alto los números rojos, que ascendieron a 514 millones de dólares el año pasado. El grupo cuenta con 158 millones de usuarios activos que le permiten presentarse al mercado con una valoración de entre 19.500 millones y 22.000 millones de dólares.

Muchos analistas han valorado la cifra exagerada, puesto que equivale a 55 veces las ventas, frente a las 10 veces de Google cuando se estrenó en Bolsa o a las 25 veces de Facebook. Otros expertos, sin embargo, creen que la compañía tiene recorrido, ya que su precio es similar a la valoración de Snap en la última ronda de financiación privada, en mayo del año pasado.

La trayectoria de Snap marcará el camino de otras tecnológicas, como Uber y Airbnb, a las que los inversores esperan con impaciencia. Si se tienen en cuenta las últimas rondas de financiación, Uber valdría en Bolsa 68.000 millones de dólares, frente a los 30.000 de la empresa de alquiler de apartamentos.

Antes de abrir el camino a otras empresas del sector, Snap tendrá que demostrar que seguirá la estela de Facebook y no la de Twitter.

Después de unos inicios confusos, la primera se ha revalorizado un 250% desde su salida a Bolsa. Twitter, en cambio, se impulsó un 73% el primer día para desplomarse después un 63%.

Pase lo que pase con la acción de Snap en el futuro, este jueves nació una nueva generación de millonarios, los empleados de la compañía que se harán ricos con la OPV. El sector inmobiliario de Los Ángeles, la ciudad californiana donde se sitúa la sede de la compañía, les espera con los brazos abiertos.

- La revolución digital nos obliga a vivir como nuestros tatarabuelos: en un mundo sin trabajo (Vozpópuli - **13/3/17**)

El economista Ryan Avent presenta “La riqueza de los humanos” (Ariel), un ensayo de historia económica, pero también una reflexión social que explica de qué forma la tecnología ha modificado un siglo que se parece más al XIX de lo que pensamos.

(Por Karina Sainz Borgo)

La tecnología digital está transformando todos los aspectos de la economía y el modo de hacer las cosas: quién las hace, de qué forma y cuánto obtiene por ello. La revolución tecnológica nos obliga a meternos en la piel de nuestros tatarabuelos: a enfrentamos a un mundo en el que nuestro trabajo lo hace ya no una máquina, sino una aplicación o un programa informático. Esa es la tesis del especialista en historia económica Ryan Avent en su ensayo La riqueza de los humanos (Ariel). En las páginas de este libro, el periodista de The Economist aborda la principal cuestión que afrontan las sociedades ante los cambios tecnológicos: ¿está el mundo moderno preparado para un sacudón como el del siglo XIX?

A través de un viaje desde Shenzhen hasta Gotemburgo, pasando por Bombay y Silicon Valley, Avent indaga en el significado del trabajo en el siglo XXI, un mundo completamente distinto al de hace sólo una generación, en donde las relaciones entre el capital y la manode obra, entre ricos y pobres han cambiado por completo. El trabajo ahora es menos regular y menos seguro, los trabajadores se ven obligados a buscar nuevos proyectos, adquirir nuevas habilidades, explorar nuevos horizontes.Considerando que el trabajo no sólo confiere sustento, sino identidad ¿qué va a pasar en un mundo con escaso trabajo? El futuro no tiene por qué ser desalentador, asegura Avent. Eso sí: siempre y cuando las personas comiencen a comprender que la riqueza no está en el capital y los patronos, sino que es social y humana. Alude a la capacidad de los individuos y las sociedades para adaptarse y reinventarse.

El ritmo de cambio es tan acelerado en el nuevo mercado laboral que incluso la franja más joven de la población activa recuerda un mundo distinto, asegura Ryan Avent. “Servicios como Uber y Airbnb, prácticamente desconocidos a principios de esta década, están transformando la esencia de sectores que emplean a millones de personas. Productos como Slack, una aplicación de chat diseñada para facilitar la colaboración entre colegas, están alterando la comunicación dentro del entorno laboral y programas informáticos inteligentes capaces de enviar correos electrónicos a los contactos de la agenda y de encargar comida preparada participan en la conversación como si de colegas humanos se tratara”. Así, Avent traza un retrato de grupo en el que el lector percibe no ya clases ni categorías sociales, sino grupos: el de trabajadores activos e inactivos.

Lo que parece un ensayo económico va mucho más allá. Las páginas de este libro plantean el enorme desierto social que deja a su paso la tecnología al modificar el mundo de las relaciones tradicionales.Plantea las bases de un mundo extinto en el que muchos de sus habitantes deambulan, perdidos en un tiempo que los ha expulsado y del que ya no forman parte. Con la desaparición de los oficios, desaparece el impacto económico y social del trabajo en determinadas franjas, como es el caso de aquella a la que pertenecen los trabajadores de entre cuarenta y sesenta años, aquéllos cuyas décadas de experiencia como taxista o auxiliar administrativo, según Avent, podrían volverse “menos remunerativas” o incluso “carentes de valor en los años que les quedan antes de su jubilación prevista”. La situación es global. Y él se encarga de demostrarlo.

“En Estados Unidos, la proporción de hombres adultos en plena edad laboral que en la actualidad trabajan o buscan empleo activamente se ha reducido de manera constante y, en algunos casos, espectacular durante la última generación (…) En Europa, uno de cada cinco adultos de menos de veinticinco años de edad está en paro (…) Para muchísimas personas, el trabajo se ha convertido en un factor menos fiable y con frecuencia menos remunerativo de su seguridad material, situación que ha derivado en que personajes populistas como Donald Trump o Le Pen lleguen a la política”. El análisis de conjunto que hace Avent permite observar una panorámica muy similar a la del siglo XIX. Y así como ocurrió hace ya más de un siglo: mientras una estructura colapsa, la revolución tecnológica continúa su paso, tensando la cuerda.

- Snapchat ya no es tan “cool” para inversores: por qué sufre un hachazo del 30% en bolsa (El Español - **18/3/17**)

(Por Jesús Martínez)

Tenía todos los ingredientes para seducir no sólo a los adolescentes, su principal público, sino también a los inversores. Una compañía joven creadora de una “app” de moda, con un enorme potencial de crecimiento (y un millonario negocio publicitario detrás) y en un mercado, el tecnológico, que tantos casos de éxito ha dejado en los últimos tiempos. La euforia lo inundó todo en los dos primeros días del estreno de Snap, propietaria de la aplicación de mensajería efímera Snapchat.

Dos semanas después, el ajuste ha sido más que significativo. Con el rojo vivido en la jornada de este viernes en el parqué estadounidense, se ha dejado casi un 30% desde aquel techo. Es decir, 9.000 millones de dólares de capitalización. Y los analistas prevén que aún quede otro ajuste por delante. La preocupación por unas previsiones de ingresos más modestas y el temor ante una sobrevaloración han tumbado la acción.

Un estreno eufórico, seguido de un ajuste

Las alertas eran muy claras. Los riesgos, evidentes. La ralentización en el crecimiento de los usuarios, la dificultad para alcanzar la rentabilidad a medio plazo y la dura competencia con otros gigantes como Facebook pesaban como una losa. E, incluso, eran señalados por la propia empresa a los inversores [antes de su salida a bolsa como riesgos clave](http://www.elespanol.com/economia/empresas/20170203/190981287_0.html). Pero nada de eso fue impedimento para que en dos días la empresa subiera más de un 50%. Superó en la segunda jornada de cotización los 31.000 millones de dólares.

Ante esa valoración existen muchas dudas. Hay una buena parte del mercado que cree que hay cierta inflación en el precio actual de las acciones. Y es por ello que ha llegado un fuerte ajuste. Pero, ¿es cierta esa inflación? Si se compara con su negocio, la fotografía es elocuente en relación a la de otras compañías tecnológicas similares como Facebook o Twitter.

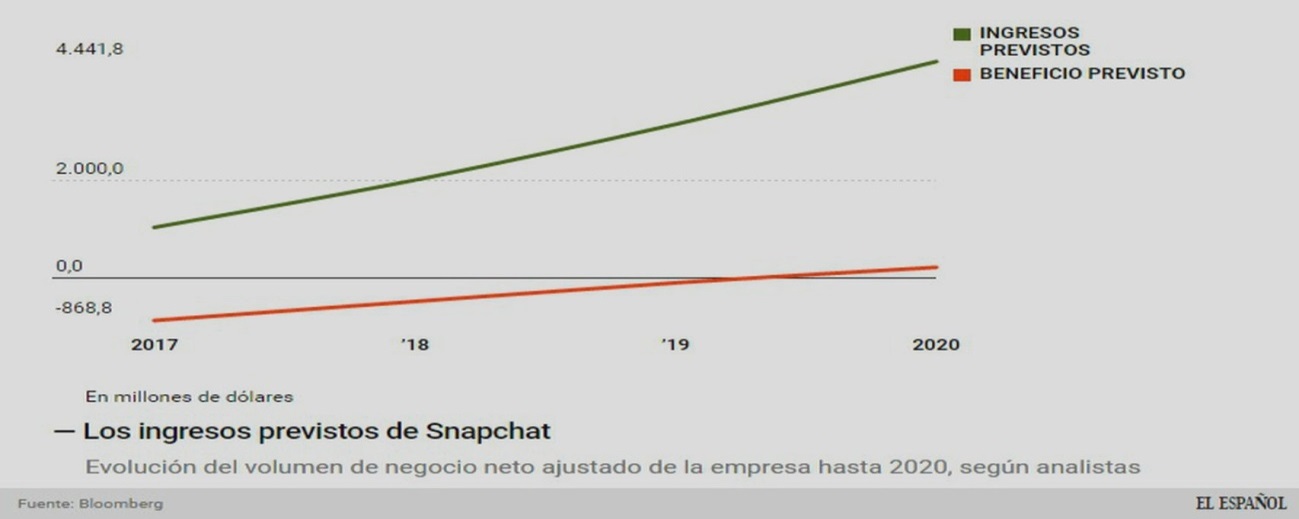
En la salida, la compañía se valoró en 20.000 millones de dólares, aunque esa cifra se pulverizó con el “rally” de la primera jornada. Pero incluso centrándose sólo en ese nivel, el “precio” total de la compañía era 49,5 veces los ingresos logrados en el último año completo (2016), donde se alcanzaron los 400 millones de dólares. Era [más alto](http://fortune.com/2017/02/03/snapchat-ipo-expensive-twitter/) incluso que el que tuvieron en su estreno competidores como Twitter (45), que posteriormente sufrió un fuerte ajuste, Facebook (28), Alibaba (19,8) o Google (16).

Un futuro con más rojo

En este contexto, el ajuste ha sido muy fuerte. La valoración de la compañía ha pasado de 31.300 millones de dólares que alcanzó en su segundo día de cotización, tras fuertes subidas, hasta quedarse en algo más de 22.000 millones.

Los analistas no son especialmente positivos con las perspectivas que tiene por delante la compañía. Nadie recomienda comprar sus acciones. Incluso hay quien ha corregido a la baja su posición. Muchos ponen en duda su capacidad para crecer en un terreno, el publicitario, muy reñido, con un modelo que aún se debe consolidar en el mercado.

La firma de análisis Cantor Fitzgerald colocó su precio objetivo en 18 dólares [a mediados de esta semana](https://www.nytimes.com/reuters/2017/03/15/business/15reuters-snap-stocks.html?_r=0) -aún por debajo del precio al que ha cerrado este viernes- y advirtió de una valoración “elevada en cualquier escenario”. Su analista, Youssef Squali, cita un equipo directivo poco contrastado y un terreno de juego tremendamente competido, con Facebook tratando de ganar posiciones con copias evidentes de su producto.



Previsiones del negocio de Snapchat.

Es sólo un ejemplo de otros muchos. La mayoría de los analistas han hecho saltar todas las alarmas. Las alertas estaban sobre la mesa antes de su estreno. Pero sus primeros informes han generado desconfianza. La realidad es que ninguno de los once profesionales que la analizan tiene una recomendación de comprar para los inversores. Es más, con el ajuste que ya se ha producido sigue habiendo un ajuste pendiente de más de un 7% respecto al consenso de estos especialistas.

Previsiones a la baja

Las previsiones de negocio representan uno de los termómetros para medir la sobrevaloración (o no) de la compañía. Y en este sentido, hay cierto ajuste. Al menos en una de las consultoras con más predicamento en el sector de la publicidad. eMarketer rebajó en 30 millones de dólares su proyección de ingresos a través de los anuncios para 2017: de 800 a 770 millones de dólares. ¿La razón? Esperan que haya un mayor volumen de ingresos indirectos a través de terceros.

¿Y qué esperan los analistas en el mercado? El consenso de los expertos recopilado por la agencia Bloomberg, estima que los ingresos en 2017 serán muy superiores a esa cifra. En concreto, esperan que se supere por poco la barrera de los 1.000 millones de dólares de volumen de ventas netas. Para 2018 y 2019 prevén un volumen de 2.000 y 3.155 millones, respectivamente.

Lo llamativo es que el mercado da por hecho que Snap no va a ser rentable hasta, al menos, dentro de tres años. Sólo el ejercicio 2020 podrá ver los beneficios en su balance. Para los tres años anteriores -2017, 2018 y 2019-, suman unas pérdidas acumuladas de casi 1.500 millones.

Otro de los aspectos que también preocupan a los inversores es la nula capacidad para tomar decisiones. La emisión de acciones sin derecho a voto por parte de la joven empresa tecnológica no ha despertado alabanzas precisamente.

¿Un aviso a navegantes para Uber o AirBnB?

La duda ahora reside en si este va a ser un aviso a navegantes para otras compañías privadas del sector que también valoran su posible salida a bolsa. Uber, Airbnb, Pinterest, Dropbox o Spotify barajan la posibilidad de estrenarse en el parqué. Queda por ver si este ajuste de valoración importante puede ser un freno para futuras OPV de los llamados “unicornios” (empresas privadas con apoyo del capital riesgo valoradas en más de 1.000 millones de dólares).

El ajuste es fuerte. Snap ha vivido los sinsabores de un estreno bursátil en el que la euforia fue tan efímera como sus propios mensajes.

- Contra Uber (Libertad Digital - **21/3/17**)

(José García Domínguez)

Las pretendidas bondades de Uber, esa página web valorada en 40.000 millones de dólares por los compradores de sus acciones, suelen ser defendidas por los entusiastas de su causa apelando a tres argumentos recurrentes. De Uber se predica que abarata en grado sumo el coste del transporte urbano, lo que repercutiría en un beneficio innegable para la colectividad. Esa constituye su primera línea de defensa. Pero a ella se le suelen añadir un par más con carácter complementario. Así, la segunda remite a la definitiva modernidad de la ingeniería virtual que ofrece soporte a su modelo de negocio; algo, su vínculo con las novísimas tecnologías de la información, que convertiría en inevitable su pronta implantación en todo el mundo, con independencia de la mayor o menor oposición que pudiera suscitar entre los retrógrados refractarios al progreso y la marcha inexorable de los tiempos. Un tercer argumento, en fin, apela a la supuesta labor de Uber en defensa de los principios de la libre competencia, en la medida en que su irrupción en mercados locales antes regulados de forma monopolística operaría como un súbito catalizador que libera las fuerzas de la oferta y de la demanda en beneficio siempre del consumidor final. Se trata de tres argumentos distintos que, sin embargo, comparten una característica común, pues ocurre que los tres son falsos. Es falso que Uber abarate el precio del transporte de viajeros allí donde se instala. Es falso que Uber represente un ineludible abanderado tecnológico de la modernidad. Y es falso que la implantación de Uber suponga cortapisa alguna a la existencia de monopolios en el sector del transporte de viajeros. Contra lo que pretenden sus hagiógrafos, el coste de un trayecto en un vehículo de Uber entre dos calles de Madrid o Barcelona no es más barato que si se utilizasen los servicios de un taxi para realizar idéntico trayecto. En realidad, el viaje en un vehículo privado asociado a Uber cuesta lo mismo o más que si se realizara en un taxi con licencia. La diferencia estriba en que el vehículo de Uber está siendo subvencionado por todos los contribuyentes españoles, usen o no sus servicios, y el taxi no.

Que Uber no cobre a los usuarios el coste real del servicio que presta no significa que ese coste deje de existir ni que nadie lo asuma. Bien al contrario, existe y cargamos con él el resto de los ciudadanos españoles. Al revés que Uber, un taxista de Madrid o Barcelona provisto de su correspondiente licencia de actividad no se convierte en un parásito para los contribuyentes. Con su vehículo sometido a constantes revisiones técnicas, sus seguros en regla, su capacitación profesional acreditada por las pruebas que dan acceso a un carnet específico, sus regulaciones horarias, sus tarifas oficiales, sus días de descanso obligatorio y sus turnos horarios, amén del valor económico de una licencia que le asegurará una indemnización generosa el día que le toque jubilarse y la traspase, un taxista de Madrid o Barcelona no solo puede mantener dignamente a una familia, sino que también ingresa lo suficiente como para contribuir con sus impuestos a la sostenibilidad de los servicios públicos del Estado que él y los suyos consumirán a lo largo de la vida, desde el colegio de los niños a la sanidad, las pensiones o los servicios sociales. Un conductor de Uber, en cambio, no aporta nada o casi nada a Hacienda por la triste razón de que el precario trabajillo ocasional que le proporciona esa web, una simple chapuza para ir tirando, produce ingresos insuficientes para pagar unos impuestos en concepto de IRPF cuyo importe se aproxime, siquiera de lejos, al coste de esos servicios públicos, de los que también él se beneficia. Un chófer ocasional de Uber que tenga un hijo a su cargo supone un coste anual para la sanidad pública madrileña de unos 820 euros. Y si el hijo está en edad escolar, la factura que soportará la Comunidad de Madrid por su formación reglada en uno de sus centros subirá a otros 4.678 euros adicionales. Y, puesto que los clientes de Uber no pagan ese precio y los chóferes de Uber tampoco reciben ese dinero, es evidente quién sufraga médicos y colegios para la plantilla toda de Uber. Los paga usted, querido lector, con sus tributos.

En cuanto a lo imparable de su expansión, el segundo argumento, dado lo sofisticado de la tecnología que le sirve de soporte, conviene recordar que una tecnología pareja puede usarse para difundir pornografía infantil de pago por las redes. O para vender bombas atómicas a particulares con pagos a través de Pay Pal. Pero yo no conozco a nadie que asegure que eso también es imparable y que, en consecuencia, habría que autorizar cuanto antes tal tipo de comercio. Claro que se puede parar. Por supuesto que se puede parar. Desde Tomás Moro, las utopías todas que crearon los seres humanos estaban localizadas, sin excepción, en el mismo instante del tiempo: el futuro. En cambio, la distopía de Uber propugna un retorno al pasado: su horizonte ideal implicaría volver a principios del siglo XIX, a un mundo en el que el trabajo asalariado aún no conocía la más mínima protección legal. Ninguna. Uber es una máquina del tiempo que solo viaja hacia atrás. Y todo eso, ¿para qué? Obviamente, para tratar de alumbrar un nuevo monopolio, el suyo por más señas. Uber, como toda gran compañía con músculo financiero y poder de mercado, puede permitirse bajar los precios durante el periodo inicial de su implantación en un nuevo país o ciudad para, una vez eliminada la competencia, proceder a maximizar ese mismo precio al modo de todos los monopolios que en el mundo han sido. Si alguien ha confundido a Uber con la Unicef, que se lo haga mirar, como dicen los catalanes. La salida de España del pozo en el que aún está hundida no debe pasar por la uberización de nuestra economía. Como tenemos muchos parados con una muy escasa capacitación académica y profesional, los gobiernos, igual los socialistas que los conservadores, alientan y favorecen por todas las vías a su alcance que se creen puestos de trabajo para personas con esas características. Y la consecuencia es el abandono escolar prematuro para ocupar esos empleos, además de la llamada a la inmigración extracomunitaria de ese mismo perfil socio-profesional. Un círculo vicioso cuya única posible salida exige que dejemos de una vez por todas de aventar la creación de subempleos. Uber forma parte del problema, no de la solución.

- Sara Rodríguez: “La economía colaborativa no se puede parar” (Libertad Digital - **24/3/17**)

(Por Beatriz García)

Las empresas de economía colaborativa piden al Gobierno que actúe para definir su actividad.

“No sé en qué momento alguien pensó que en la economía colaborativa no había empresas y que todo era gratis”, se pregunta sorprendida la secretaria general de Sharing España, Sara Rodríguez. “Hay mucha confusión con el término. Es cierto que puede haber trueque o donaciones en las actividades de estas empresas, pero también hay negocio porque si no estaríamos estamos hablando de economía social”, añade.

La asociación a la que representa Rodríguez reúne a un gran número de empresas de la llamada economía colaborativa con actividad en España. **Uber, Cabify, Airbnb o Blablacar** son las más conocidas, pero en total suman unas 37 compañías.

Ante la gran confusión que genera la actividad de estas empresas en nuestro país, una de las principales aportaciones de Sharing España ha sido la clasificación de este tipo de plataformas en tres categorías: las empresas de economía colaborativa puras, las llamadas bajo demanda y las de acceso. Así las definen.

Economía colaborativa: se trata de compañías que no prestan servicios subyacentes, es decir, los bienes o los servicios de los que disfrutan los usuarios no son de su propiedad. Los portales ejercen como un tablón de anuncios poniendo en contacto a particulares con otros particulares o profesionales a cambio de una contraprestación. Aquí entraría la plataforma para compartir coche Blablacar o la de alquiler de apartamentos Airbnb.

Economía bajo demanda: en este caso, la relación siempre es de particulares a profesionales y con ánimo de lucro. Las compañías de alquiler de conductor como Uber o Cabify estarían en esta clasificación, y también las de microtareas como Reparalia o las de reparto como Glovo o Deliveroo.

Economía de acceso: aquí entran las empresas de alquiler de vehículos como Emov o Car2go y las plataformas de coworking, que prestan ese servicio subyacente con la integración de la digitalización.

Para la secretaria general de Sharing España, definir estos tres conceptos es un primer paso para despejar algunas incertidumbres en torno a estos nuevos modelos de negocio. “Hay mucha inseguridad jurídica porque ni siquiera los propios titulares de las plataformas saben dónde están. No creemos que haga falta una regulación de la economía colaborativa porque no pensamos que sea posible. Lo que sí es necesario que se pongan unas normas claras sobre cómo actuar y la plataforma sepa cuáles son sus obligaciones”, explica.

Las presiones de los sectores tradicionales

Los esfuerzos de los sectores tradicionales para impedir su actividad, el exceso regulatorio que han llevado a cabo un gran número de autonomías y la falta de claridad en la legislación son los mayores problemas a los que se están enfrentando algunas de estas compañías a la hora de llevar a cabo su actividad.

En este sentido, Sara Rodríguez ha criticado la pasividad del Gobierno de nuestro país tras la llegada de estas plataformas. “España se enfrenta a esto con cautela, nadie se atreve a posicionarse”, asegura. “Hay otros países de la UE que lo han abrazado abiertamente o, por ejemplo, Francia ya ha puesto ciertos límites económicos sobre cuándo una persona deja de ser un particular para pasar a operar como un profesional. Aquí en España nada, el Gobierno está esperando a que la normativa venga de Europa porque hay presiones”, asegura.

Y es que la aparición de este tipo de empresas se ha convertido en la peor pesadilla de un gran número de sectores altamente regulados en nuestro país. Lejos de intentar renovarse para hacerles frente, sus representantes han clamado por el cierre de las plataformas, llegando incluso a los tribunales. Los casos más polémicos han sido los de losautobuseros con Blablacar, los de los taxistas con Uber y los de los hoteleros con Airbnb.

“Esto no se puede parar. Estamos convencidos de que pueden convivir, aunque es cierto que el pastel se hará un poco más pequeño. En el sector más tradicional podrían verlo como una oportunidad para que se le baje a ellos todas las exigencias de regulación”, señala la experta. Una de las claves que apunta Rodríguez es la diferenciación de la actividad de cada sector. “Aribnb no es un hotel y es lo primero que tienen que entender. No pueden exigirle la misma regulación”, declara.

El transporte, el que más sufrirá

En este sentido, la semana pasada miles de taxistas se manifestaron en las calles de Madrid y Barcelona contra Uber o Cabify. De hecho, es en el sector del transporte es donde Rodríguez ve el mayor problema de convivencia “tanto urbano como interurbano”.

“El transporte es el sector que más perjudicado va a salir y donde más difícil va a ser la convivencia porque a las plataformas no les ha costado entrar. Está el caso Uber, que fue delicado, pero Blablacar, Amovens, o los delivery están operando sin problemas”, declara Rodríguez. El 31 de diciembre de 2014, Uber anunció la suspensión temporal de su actividad en España tras recibir una sentencia formal que le prohibía dar servicio por una denuncia de los taxistas. En 2016, retomó su actividad apostando por los conductores con licencia VTC. “Los VTC era un sector que estaba en decadencia y nadie habla de su resurgimiento”, añade la experta.

El sector turístico tampoco se libra de los problemas. Autonomías como Cataluña han llegado a multar a plataformas como Airbnb o Homeway por publicitar pisos en alquiler. “En Cataluña se están tomando la justicia por su mano, pero una sentencia del Juzgado de lo contencioso-administrativo nº 11 de Barcelona les ha quitado la razón porque aseguran que esa multa fue totalmente arbitraria”, explica Rodríguez.

La ingeniería fiscal es uno de los argumentos más utilizados por sus detractores para cargar contra estas plataformas. “Si no pagan impuestos en España es porque no son sociedades españolas y porque la ley se lo permite. Cambien ustedes la ley, pero no culpen a las plataformas”, señala Rodríguez, quien recuerda que los conductores de Uber o Cabify cotizan en el régimen de autónomos. Sobre el supuesto fomento de la economía sumergida que podrían causar estas plataformas, la experta apunta al efecto contrario porque “estas plataformas utilizan el pago digitalizado”.

El gran reto ahora es definir la actividad de cada empresa. “Tenemos muy claro que las plataformas tienen una ley de aplicación que viene de Europa, que es la Ley 34/2002 de servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico, y lo que hay que determinar ahora es cuándo esas empresas dejan de considerase plataformas porque han empezado a prestar servicios, y si tienen que regirse por la normativa del consumidor, por la de derecho civil o por la mercantil. Hay que dejar claro, por ejemplo, si Uber es un proveedor de servicio de transporte o es plataforma porque los vehículos no son de su propiedad... Aquí la Comisión Europea no se ha pronunciado al respecto”, concluye.

- Así es el mercado “b” de licencias VTC para Uber y Cabify: hasta 60.000 euros (El Español - **30/3/17**)

(Por Jesús Martínez)

Una burbuja en potencia. El sector de las licencias de vehículos con chófer, utilizadas por empresas tecnológicas como Uber o Cabify, está en plena ebullición. Las plataformas crecen y también el interés por entrar en el mercado. El resultado: una creciente inflación de precios de las licencias.

Hoy hay empresas y titulares individuales que piden hasta 60.000 euros por una de estas tarjetas, muy por encima del precio que se reclamaba hace tan sólo unos meses. En el sector se espera que el aluvión de permisos que se atisba en los dos próximos años rebaje la temperatura.

“Se está repitiendo el modelo de burbuja del taxi”, asegura una fuente relevante del sector de VTC en España, que prefiere mantenerse en el anonimato. La escasez de permisos, pese al incremento importante tras el “agujero” de la ley, y el creciente interés de profesionales y empresas por este mercado han sido los principales ingredientes. El ejemplo de Cabify sirve para ilustrarlo: desde noviembre de 2015 hasta ahora la compañía ha multiplicado por 3,5 el número de conductores que trabajan en su plataforma sólo en Madrid.

El efecto está siendo muy similar a lo que ha sucedido en los últimos años en el taxi, donde el número de licencias se han mantenido invariables y cada una de ellas se ha llegado a cotizar por encima de los 200.000 euros en grandes capitales como Madrid, tal y como aseguró la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).



Hasta 60.000 euros

Se trata de un mercado que, al igual que sucede con el taxi, es opaco. Como en este, se permite la transmisión de las autorizaciones, según se establece en el artículo 20 de la ley de ordenación de transportes. Sin embargo, tiene varias peculiaridades respecto al taxi: las licencias están vinculadas a un coche y no al conductor, y hay una obligación de que cada sociedad (o autónomo) tenga un mínimo de siete licencias. Esta limitación, que fue ‘tumbada’ por el Tribunal Supremo en 2012, fue rescatada por el Gobierno en la actualización de la ley en noviembre de 2015.

En distintos tablones de anuncios como Milanuncios y otros, hay ofertas que van desde los 40.000 a los 60.000 euros por una licencia. Pese a estar a años luz de los precios que se pagan (y se pagaron en el pasado) por un permiso para el taxi, se trata de cifras muy altas y que han crecido a gran velocidad en los últimos meses. “La gente no puede entrar en el mercado como quisiera y es lógico que, por oferta y demanda, se incremente el precio”, asegura otra fuente que lleva años trabajando en el mercado de las VTC.

“Se vende licencia VTC de Madrid con coche BMW serie 3 con 1 año y 15.000 kilómetros; precio razonable; contrato de trabajo con proveedor de servicios y participación en sociedad”, asegura una de las ofertas. Precio: 79.500 euros. Hay casos en los que se piden por cada uno de los permisos, en paquetes de hasta cinco, casi 100.000 euros.

Lo habitual suele ser una transmisión normal de las tarjetas, aunque hay otras modalidades que se están poniendo sobre la mesa y que no están permitidas por ley. Hay propietarios de vehículos que llevan asociados una licencia VTC que están alquilando este coche, cediendo la explotación de su negocio durante un periodo determinado, algo que es ilegal, según las fuentes jurídicas consultadas por este medio.

¿Cómo se ofrecen?

Hay titulares particulares de licencias que han logrado una (o varias) licencia de VTC a través de sentencia judicial, tras el agujero creado por la ley “ómnibus”. Esos pueden transmitir la tarjeta a otros profesionales que, al menos, tengan una licencia, según confirman las mismas fuentes jurídicas. A estos se les suele ofrecer, incluso, la posibilidad de entrar en una sociedad con más licencias que cuenta con “mejores condiciones” con operadores como Uber o Cabify. Aseguran facturaciones mensuales en sus ofrecimientos que, en algunos casos, superan los 6.000 euros.

La otra realidad es la de las empresas. En este caso hay varias modalidades para dar acceso a esas licencias. Una de ellas: a través de una cuenta de participación. Es decir, es una forma de sociedad en la que quien llega paga un dinero inicial, que en muchos casos ronda los 60.000 euros según varios anuncios publicados, a cambio de poder explotar las licencias, repartiéndose ambas partes la facturación. Es una forma de ofrecer la licencia con una financiación que, según esas fuentes jurídicas, “es muy arriesgado sobre todo si en el futuro el valor de esa licencia se reduce por la tendencia del mercado”.

En este particular crecimiento, también hay otros sectores que quieren sacar tajada. Uno de los casos es el de los abogados. Hay despachos que ofrecen en estas webs la posibilidad de obtener licencias o de gestionar todos los permisos, a cambio de unos ingresos.

Un aluvión que puede “aflojar”

En este contexto, todas las fuentes consultadas aseguran que el aluvión de licencias que se espera para los dos próximos años puede ralentizar el incremento de los precios o, incluso, reducirlos. En concreto, se espera que de las 5.300 licencias que hay otorgadas en toda España, se sumen, como mínimo, otras 5.000 más.

La razón: el agujero creado por la ley ómnibus. El mecanismo era sencillo. Un particular o empresa pedían una o varias licencias de este tipo. Normalmente, las comunidades autónomas las rechazaban. El primer recurso llegaba al tribunal superior de cada territorio, que reiteraban el “no”. El siguiente y último paso se daba en el Supremo, donde la gran mayoría de las resoluciones judiciales eran favorables a la concesión.

Las Cifras del taxi

¿Cuál es la fotografía del sector del taxi? Los últimos datos oficiales son los aportados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en junio del año pasado. Un pequeño grupo de ayuntamientos de grandes ciudades mostró a Competencia el valor medio de una licencia en el mercado secundario. Entre los ejemplos que señala destaca San Sebastián, con 220.000 euros; Santander, con 215.000 euros; Palma de Mallorca, con 205.000… Madrid es la ciudad con mayor número de taxis operando y el precio que se pagó fue de 142.000 euros.



Uno de los factores decisivos en esta actividad es la escasez. Desde hace años en muchas de estas ciudades no se ofrecen nuevas licencias. La CNMC lo recuerda: según el INE, el número se ha mantenido prácticamente estable entre 1998 (70.373) y 2015 (70.509).

- Un impulso en la empresa a la economía colaborativa (Cinco Días -**1/4/17**)

(Por Pablo Sempere)

A mayores oportunidades y avances tecnológicos, nuevos retos y nuevas necesidades. Eso es la economía colaborativa, una interacción entre dos o más personas que, mediante una plataforma, generalmente digital, intercambian diferentes bienes o servicios, ya sea un coche o una vivienda, para satisfacer sus respectivas demandas. Pero hay recorrido más allá de Uber, BlaBlaCar o Airbnb. Y muchas empresas han decidido apostar por ella, y además de forma interna, de puertas hacia dentro. “En las compañías hay generalmente un alto nivel de familiaridad y trato. Y en las que son multinacionales y tienen miles de empleados por todo el mundo, aunque estos no se conozcan entre sí, hay una confianza extra por pertenecer al mismo grupo”, explica Albert Cañigueral, conector en España de OuiShare, consultora especializada en consumo colaborativo.

Todo este cóctel de peculiaridades es el que ha propiciado que este tipo de plataformas encuentren un impulso dentro de las organizaciones. “Es lógico porque, en gran medida, contar con un volumen de personas importante, y muchas veces en diferentes localizaciones, facilita que puedan llevarse a cabo este tipo de ideas y proyectos”, prosigue Cañigueral, que pone como ejemplo a Collaborative Perks, “una empresa del sector que promueve, entre otros, el intercambio de casas entre profesionales de una misma compañía, el alquiler de viviendas por días o el intercambio lingüístico”.

De esta forma, si un empleado de una gran compañía, con residencia en España, quiere viajar al otro lado del mundo, “puede ponerse en contacto con un compañero de cualquier otro país que quiera hacer lo mismo”, describe el experto. Esto no significa que otras plataformas no sean seguras, “pero siempre habrá más confianza hacia alguien que sabes que trabaja en tu misma empresa”. Se trata, en definitiva, de ir más allá de los roles tradicionales de las compañías. “Al trabajo puedes ir con algo más que un título bajo el brazo y unas competencias profesionales. Puedes sumarle este tipo de iniciativas y multiplicar tu valor como persona y empleado”, insiste Cañigueral. Además, de esta forma las relaciones laborales se humanizan mucho más.

Sin embargo, y comparado con el potencial que estas herramientas pueden llegar a alcanzar, estos proyectos aún no son mayoritarios y no están del todo asentados. “Es interesante que las empresas los descubran y apoyen, ya sea publicitándolos o mediante incentivos que los hagan mucho más atractivos”, apunta Cañigueral. Un buen punto de partida está en aquellos momentos cotidianos, que transformándolos, pueden llegar a hacer mucho más cómodo, y seguro, el día a día de los empleados.

Uno de ellos es la movilidad. En este sentido, Baker McKenzie y el RACE están colaborando para impulsar en las empresas planes de movilidad colaborativa entre los empleados. “Las Administraciones cada vez limitan más el uso individual del coche, y un atasco de varios minutos tiene consecuencias en la empresa, con pérdida de horas de trabajo y con un impacto negativo en la productividad. Por eso, los planes de movilidad son una oportunidad de negocio y posicionamiento”, afirma el director de seguridad vial del RACE, Tomás Santacecilia. “Estas limitaciones, y por ello estos problemas, van a ir aumentando seguro, por lo que las organizaciones que antes se adapten a la situación, tendrán un valor añadido”, prosigue el socio laboral de Baker McKenzie, José Prieto.

Un incentivo a la seguridad vial

La solución, insisten estos expertos, es que la alta dirección de las empresas tome la delantera y encabece este cambio cultural, llevando a cabo, en lo que respecta a este caso, planes de movilidad exhaustivos para saber dónde actuar en cada caso: “La entrada al trabajo suele coincidir en horas y recorridos, es algo rutinario. El regreso a casa, sin embargo, suele variar más. Por eso, una de las alternativas es crear planes de movilidad compartida en el que, a la vuelta, cada empleado se apunte al vehículo que más se adapta a sus necesidades”, ilustra Albert Cañigueral. También hay otro tipo de incentivo: “Liberty Seguros, por ejemplo, da pluses salariales a los empleados que van al trabajo en bicicleta”, cuenta Santacecilia. Sin embargo, el mayor incentivo es reducir la siniestralidad vial, “ya que a la vez que incentivas, también regulas en nuevos hábitos”, recuerda José Prieto.

Tambiénen la universidad

Este tipo de iniciativas tienen cabida más allá de las empresas. Uno de los destinos en donde más potencial de crecimiento hay es la universidad, “donde generalmente hay pocas plazas de aparcamiento”, explica Albert Cañigueral. Por eso, recientemente varios campus británicos promovieron el uso compartido de los vehículos entre sus alumnos, “y fijaron plazas de estacionamiento en los mejores lugares para ellos, al estilo de las reservadas para minusválidos”.

También, si estas técnicas no terminan de cuajar, ya que generalmente implican un cambio cultural muy drástico, se pueden buscar alternativas para hacerlas mucho más atractivas. De nuevo, estas universidades británicas dieron con la situación para incentivar estos proyectos. “En este caso, a todos los usuarios que se acogían al programa de los coches compartidos, se les dieron dos viajes en taxi gratuitos al trimestre, para que en el caso de que el sistema fallase, no se quedasen sin transporte”. Son formas, explica, de hacer más seductores estos proyectos.

- Uber sufre presiones por no cumplir con la “obligación moral” de las empresas de economía colaborativa (El Economista - **3/4/17**)

Algunas compañías se sitúan en el limbo legal y perjudican al sector regulado

Resulta evidente que las compañías buscan maximizar sus beneficios. Pero, salvo en excepciones como los mercados monopolísticos, la buena imagen de la compañía en su entorno social es imprescindible para que el consumo crezca. La proliferación del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) durante los años 90 sirve a ese propósito. Pero Uber -y otras compañías basadas en el concepto de economía colaborativa- no parece darse por enterado.

Después de granjearse las iras de los taxistas de medio mundo por irrumpir en el sector con menos restricciones que las que suelen asumir los trabajadores de este gremio, Uber anunció la puesta en marcha de sus vehículos autónomos, que ni siquiera necesitan fuerza de trabajo. Bajo este punto de vista, no sólo es que la multinacional quite el trabajo a los taxistas, sino que además lo hace sin generar empleos.

Precisamente en la ciudad en la que la compañía empezó a probar estos vehículos sin conductor, Pittsburgh (EEUU), las reticencias van en aumento. El alcalde de la ciudad, Bill Peduto, que apoyó la llegada de la empresa a esta urbe, ha instado a Uber a cumplir con su “obligación moral con la sociedad”. “En una asociación, no se trata sólo de lo que podamos hacer por ellos”.

Peduto ha reprochado la falta de implicación de Uber con los problemas de la ciudad, como cuando se solicitó su colaboración para lograr vencer en el Smart City Challenge (Reto de la Ciudad Inteligente), que habría supuesto para la urbe ingresar 50 millones de euros del gobierno federal destinado a desarrollar sistemas de transporte de tecnología punta.

Por ello, el regidor ha afirmado que pedirá a Uber que se comprometa con mejorar las condiciones de trabajo de sus conductores, que ofrezcan servicios a ancianos, y que mejoren su consumo de gasolina.

Cuando la economía colaborativa es perjudicial

En los últimos meses, Uber aparece en los medios fundamentalmente con motivo de noticias que empañan su marca, como las polémicas declaraciones de su CEO a uno de los conductores, la dimisión de su presidente, el cierre de la compañía en Dinamarca, las acusaciones de robo de tecnología o la cancelación temporal de sus servicios con vehículos autónomos por un accidente de tráfico.

Pero no es la única compañía que se basa en la economía colaborativa y que se ve envuelta en la polémica. Si los vehículos autónomos ya no pueden considerarse “colaborativos” -simplemente la empresa ofrece un servicio de transporte que el consumidor paga- y causan un grave perjuicio al sector del taxi, otras plataformas también enfrentan sus problemas.

En el caso del alojamiento, Airbnb lastra los resultados del sector hotelero de todo el mundo y se la acusa de competencia desleal. En Londres se ha impuesto un límite de 90 días por año como periodo máximo en que puede alquilarse un alojamiento mediante esta plataforma, en Ámsterdam el límite es de 70 días, Valencia inició procedimiento sancionador contra la compañía por no mostrar el número de registro en los apartamentos turísticos, mientras que el Ayuntamiento de Barcelona ha mostrado su frontal oposición a lo que consideran “alquileres ilegales”.

La aplicación de compraventa Wallapop, por su parte, es el escenario ideal para estafas y actividades ilegales de todo tipo. Desde la banda que vendía móviles y videoconsolas que luego nunca eran entregados al tiempo que usurpaban la identidad de otros usuarios, a la venta de pastillas de éxtasis, a usuarios que venden productos robados o revenden entradas de espectáculos.

En todos estos casos, se abandera la economía colaborativa y los beneficios que conllevan para los consumidores, que pueden adquirir productos o servicios a un precio menor que antes de su aparición, y que benefician también a quien ofrece en el mercado esos productos o servicios. Pero todas están muy lejos de parecerse a organizaciones sin ánimo de lucro: Wallapop aún no da beneficios pero ya está valorada en 1.000 millones de euros, Airbnb supera los 30.000 millones de valoración y Uber la dobla hasta batir los 65.000 millones de dólares.

- La diversidad de género en Airbnb deja en ridículo a Uber (Expansión - FT - **7/4/17**)

(Por Hannah Kuchler - Financial Times)

Al contrario que muchas empresas de Silicon Valley, la compañía para buscar alojamiento online ha tomado medidas para contratar a más mujeres.

Cuando el equipo de Airbnb que se encarga de analizar los datos se percató que sólo el 10% de los nuevos empleados eran mujeres, la compañía para buscar alojamiento online decidió aplicar su experiencia en asignar huéspedes para solucionar un gran problema: cómo atraer a las mujeres al sector tecnológico.

Al analizar y descubrir cuándo y dónde se excluían a las mujeres candidatas, el equipo logró duplicar el porcentaje de empleadas en un año, del 15% al 30%. Esto demuestra que en el sector tecnológico es posible solucionar el problema de la diversidad de género.

Los esfuerzos de Airbnb contrastan con lo que le sucedió a Susan Fowler en Uber. En un artículo, la ingeniera critica al departamento de RRHH por ignorar sus denuncias de acoso sexual. Fowler también declara que, cuando comenzó a trabajar en la compañía en noviembre de 2015, el 25% de los empleados eran mujeres, pero, al poco tiempo, esa cifra descendió hasta el 6% por los despidos.

Liane Hornsey, del departamento de RRHH de Uber, admite que el problema ha sido, en parte, el rápido crecimiento de la compañía. Uber está buscando a un nuevo director de Operaciones que ayude a la compañía a crear una cultura más justa con las mujeres.

La semana pasada, Uber publicó su primer informe de diversidad. Como conclusión, sólo el 15% de las mujeres realizan trabajos técnicos y el 22% ocupan cargos relacionados con la administración.

Sin embargo, según un estudio que el Financial Times realizó a 10 empresas tecnológicas, Airbnb cuenta con el mayor porcentaje de mujeres con trabajos técnicos.

El estudio también concluyó que, de media, las mujeres sólo ocupan un 18,3% de los empleos relacionados con la tecnología. De estas 10 empresas, Uber no es la única compañía con menor diversidad. En Cisco y Twitter, las mujeres constituyen un 15% del personal técnico.

La solución que adoptó Airbnb para aumentar la diversidad de género fue borrar el nombre de los candidatos y evaluar a todas las personas con las mismas pruebas técnicas. “Tenemos claro que nuestra compañía y nuestros productos serán mejores si hay diversidad en nuestros equipos de trabajo”, afirma Jill Macri, encargado de la contratación en Airbnb. “55% de nuestros usuarios son mujeres por lo que existe una conexión directa entre nuestro objetivo y la diversidad”.

En 2014, las empresas de Silicon Valley comenzaron a publicar sus datos sobre diversidad (sobre las mujeres y las minorías étnicas) con la esperanza de que la transparencia mejorase estas cifras.

Sin embargo, apenas ha habido ningún cambio. La mayoría de las empresas opinan que el problema es la falta de mujeres con preparación en el sector. Según la Computing Research Association, en 2015, en EEUU sólo un 16% de los estudiantes universitarios de Ingeniería Informática eran mujeres.

Sin embargo, los mayores problemas a los que se enfrentan las mujeres en el sector tecnológico son el acoso sexual y el menosprecio.

El año pasado, el estudio “Elephant in the Valley” (que analiza la situación de las mujeres en Silicon Valley) concluyó que al 60% de las 200 mujeres encuestadas se les insinuaron sexualmente sin que ellas lo desearan, mientras que el 60% de aquellas que denunciaron un acoso no recibieron una solución satisfactoria por parte de la compañía.

Deborah Rhodes, profesora de Derecho en la Universidad de Stanford, opina que “la única solución para que aumente el número de mujeres candidatas es que las empresas tecnológicas creen una cultura que acepte e incluya a todas las personas”.

- **Anexo II - Que se puede encontrar en “San Google” sobre economía asociativa, disruptiva, compartida…**

****

- La economía compartida va en serio (eldiario.es - **27/9/13**)

(Por Mario Saavedra)

La idea de arrendar habitaciones o casas, o de compartir objetos, no es novedosa, lo que llama la atención es la escala del fenómeno. ¿Puede un grupo de jóvenes cambiar la sociedad de mercado?

Se le conoce como consumo colaborativo, economía persona a persona (peer to peer) o economía compartida. Va desde alquilar tu casa a unos extraños en verano, hasta ofrecerte para cuidar perros o compartir tu menú casero con tus vecinos. Todo utilizando las últimas tecnologías de Internet, los teléfonos móviles con capacidad de hacer fotos y las redes sociales.

Hasta aquí puede resultar todo muy evocador pero poco realista: la sociedad de mercado ha sido probada durante milenios; un grupo de jóvenes no va a cambiar el sistema. ¿O sí?

La economía compartida parece haber llegado para quedarse.Las empresas dedicadas a ello y las iniciativas, más o menos románticas, florecen, sobre todo desde que estalló la crisis financiera. Se mueve mucho dinero: unos 26.000 millones de dólares (cerca de 20.000 millones de dólares) según las cifras mencionadas por el diario The Washington Post.

Es, por un lado, el sueño de los ecologistas, los consumidores moderados y la gente con pocos recursos, porque se comparte lo que se tiene y se ahorra; pero también es cada vez más el sueño de los dueños del dinero, que invierten en la economía compartida porque hay negocio.

Hay centenares de empresas, repasaremos aquí algunas de ellas, pero quizá la mejor para convencerse de que este tema va en serio es el llamado “Club del Préstamo”, (Lending Club en inglés.) No es un grupo de personas que se prestan dinero por solidaridad. Es una empresa, y grande. Con cuarteles generales en California. Tiene un valor de mercado de unos 1.600 millones de dólares, después de que Google invirtiera recientemente 250 millones.

El Lending Club básicamente pone en contacto a personas que tienen dinero, inversores, con personas que necesitan liquidez. ¿Por qué no ir a un banco tradicional? Bueno, para empezar porque los éstos aún no han salido de la madriguera tras la crisis financiera y se han olvidado de su negocio principal, prestar. Conseguir dinero a crédito es una tarea complicada. Además, aseguran en Lending Club, con su sistema “se eliminan los costes y la complejidad de los bancos tradicionales”. Si quieres ser prestamista entras, pones tu tarjeta de crédito, decides cuánto quieres sumar al fondo común de préstamo y ellos te prometen un retorno de entre el 5 y el 10%. Si necesitas dinero, te registras, expones tu fiabilidad como acreedor y recibes una cantidad no superior a los 35.000 dólares, a un tipo que puede ir desde el 6,78%, ¡hasta el 30%!

Lending Club es la evolución más radical de una idea que comenzó como una start-up y se ha convertido en un pequeño competidor de los grandes bancos. Forbes la ha calificado como una de las empresas más prometedoras de 2011. Ellos aseguran que han prestado ya más de 1.000 millones de dólares y que han recibido 85 millones en intereses. Hay muchos usuarios experimentando con el sistema. Algunos aseguran que el retorno no es ni de lejos el prometido. Otros alertan contra que dos tercios del dinero prestado vienen en realidad de inversores institucionales.

Pero la economía compartida no es sólo empresas como Lending Club, que mueven millones de dólares y obtienen tipos de interés elevados, cercanos a la usura en muchas ocasiones. El origen, de hecho, es más bien una mezcla de idealismo, tecnología y recesión económica.

“A la sombra de la Gran Recesión y del movimiento Ocupar Wall Street, la gente corriente está renegociando con sus propios términos con los grandes negocios”, se lee en el artículo Ocupemos los Grandes Negocios: La revolución silenciosa de la economía compartida, del periódico The Atlantic. “Quieren gastar menos, hacer más y resolver los problemas juntos. Son la base de la nueva economía compartida”.

En esencia, el consumo compartido sería no sólo una fuente de ingresos extras, como alquilar tu casa en verano; tendría también una parte filosófica contra el malgasto de recursos. Aunque el 61% de los que han compartido su casa o sus propiedades confiesan que el principal motivo es el de obtener un dinero extra, según una encuesta de Ipsos de 2013, el 36% afirmaba que el factor de ayudar a otros también era importante.

Así, la lucha contra el hiperconsumo y la intención de vivir una vida “ligera de activos”, unida a la reducción del dinero disponible y a la intención de sacar el mayor partido de él han ido abriendo las puertas a otros modos de consumo. No es coincidencia que se haya producido justo después de la crisis financiera. “Algunos ven la economía compartida, con el mantra de que “el acceso (a un recurso) hace inútil la propiedad”, como un antídoto tras la crisis al materialismo y al consumo excesivo”.

Imaginemos cómo sería la vida en esta nueva economía de, por ejemplo, un joven español que llega con la idea de emprender a Nueva York, la alternativa de la costa Este al Silicon Valley californiano.

Lo primero que haría es buscarse un alojamiento barato para las primeras semanas. Una de las opciones es Airbnb, un lugar que pone en contacto a gente que quiere alquilar su casa o una habitación con los que buscan un sitio donde estar. Con la comisión que dejara, estaría contribuyendo a la enorme riqueza de Brian Chesky, el fundador de la empresa. Se estima que este joven pionero de la economía peer to peer tiene ya 250 millones de dólares, tras convertir las casas de todo el mundo en potenciales hoteles. El sitio funciona también en España y se estima en un valor de 400 millones de dólares.

Nuestro joven, ya en la Gran Manzana, podría querer buscar una oficina. Pero Manhattan es una isla con uno de los metros cuadrado más caros del mundo, así que una para él solo y su pequeña empresa se escapa al bolsillo del común de los mortales. Pero puede alquilar una por horas, tanto los escritorios, como incluso las recepcionistas y las salas de reuniones. Es el office space sharing, espacios comunes de oficina. La idea no parece demasiado original. Lo novedoso es la creación de empresas de bajo coste que catalizan y reúnen huecos y usuarios, como shared busines space. Algunas incluso ofrecen espacios de trabajo, Internet, sesiones de networking e incluso café gratis. Un ejemplo es la empresa Wixx.

El aventurero ibérico no querría comprarse un coche. Pero sí podría necesitarlo de forma ocasional. Le interesaría tal vez hacerse socio de ZipCar. Cuando necesitara un vehículo no tendría más que ir al aparcamiento más cercano, pasar su tarjeta por uno de los coches de la empresa y dejarlo después al llegar a su destino. Se le descontarían las horas que ha utilizado. Ni seguro, ni gastos de aparcamiento, nada. ZipCar cotiza en Bolsa, tiene 800.000 usuarios y ventas por valor de 275 millones de dólares. Si lo que quiere es hacerse un viaje largo, puede ir a Lyft y tratar de buscar a alguien que vaya hacia su destino. Servicios similares existen en España: Amovens y Bla Bla Car conectan conductores con pasajeros para compartir viaje.

Quizá en destino, nuestro joven quiera tener una experiencia interesante, involucrarse con los locales. Incluso encontrar un lugar donde dormir gratis. Para eso están empresas como Hospitality Club o Couch Surfing.

De vuelta en Nueva York, hay que lanzar el negocio. Lo primero es conseguir dinero para ello. Recordemos, todo sin salirse de la economía compartida. Los muy conocidos sitios de financiación comunitaria o crowdsourcing pueden ayudarle, aunque la competencia es feroz. Kickstarter o Prosper son quizá las más conocidas; en España las hay generales, como Goteo, o especializadas, como Libros.com.

Las primeras semanas van a ser tremendamente duras: mucho trabajo, nada de tiempo libre. Hay recados que no va a poder hacer él mismo. ¿Por qué no pagar a alguien? TaskRabbit pone en contacto a realizadores de tareas con empleadores: ¿montar los muebles de Ikea? ¿Devolver un electrodoméstico que no funciona? ¿Hacer la compra? Todo tiene un precio. En España este tipo de ciberempresas de trabajo temporal tiene un exponente en compañías como Etece.

¿Y la comida? Pues probablemente eche de menos la de su mamá. Hay sitios para compartir los menús cocinados por los vecinos (Shareyourmeal). ¿Ropa? ¿Un traje tal vez para alguna reunión especial? Puede alquilarlo (RenttheRunway), o comprarla de segunda mano. Aprender idiomas u otras técnicas (Skillshar), la resolución de problemas (Open Ideo), el cuidado de los niños (cooperativas de guarderías). La lista es casi infinita.

La economía compartida no es exclusiva de Estados Unidos. En Europa proliferan también las empresas que tratan de sacarle partido a esta nueva forma de consumir. Trip4Real es una compañía española que permite organizar un viaje en el que conocer a la gente local sea lo fundamental. Otras como, la ya mencionada, Bla Bla Car, Conmuto o Mitfahrzentrale se encargan de encontrar gente para compartir coche en el viejo continente. También los préstamos de persona a persona (peer to peer o P2P) tienen su reflejo a este lado del Atlántico: es el caso de Zopa.

Si este nuevo tipo de economía tendrá éxito o no depende de muchos factores. La hiperabundancia de empresas, la gran mayoría con poca o nula rentabilidad, hace pensar en una burbuja.

Además, las industrias tradicionales están oponiendo resistencia. En ciudades como Nueva York, subarrendar el apartamento es, en la mayor parte de los casos, ilegal. Convertir casas en hoteles temporales, también. Aquí se ha hecho famoso el nombre de Nigel Warren, a quien alquilar su piso por unos días por 300 dólares le puede costar 30.000 de multa. Airbnb ha comenzado a hacer presión para que se relajen las leyes de la ciudad, pero los hoteles están en el otro lado esperándoles. Consideran competencia desleal este mercado nuevo de apartamentos baratos.

También han surgido problemas de seguros y de responsabilidad con muchas de estas iniciativas, como las de compartir coche. Algunas importantes han añadido un seguro extra por daño o robo. El problema, en ocasiones, es quién es el responsable en casos de accidente. Algunos estados de Estados Unidos han aprobado leyes haciendo responsable a la compañía de economía compartida.

La idea de arrendar habitaciones o casas, o de compartir objetos, no es estrictamente novedosa. Es la escala del fenómeno, catalizada por las nuevas tecnologías, lo que hace pensar que la economía compartida ha llegado para quedarse.

- La imparable economía colaborativa (El País - **21/6/14**)

Miles de plataformas electrónicas de intercambio de productos y servicios se expanden a toda velocidad en un abierto desafío a las empresas tradicionales

(Por Miguel A. García Vega)

Compartir en vez de poseer. La economía colaborativa o consumo colaborativo quiere cambiar el mundo. Plantea una revolución abrazada a las nuevas tecnologías. El Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) le calcula un potencial de 110.000 millones de dólares (82.000 millones de euros). Hoy ronda los 26.000 millones. Y quienes participan a título personal en este sistema basado en intercambiar y compartir bienes y servicios a través de plataformas electrónicas se embolsan, según la revista Forbes, más de 3.500 millones de dólares (2.580 millones de euros).

De hecho, la Red está llena de ejemplos que cuentan ese éxito. Sabrina Hernández, una estudiante de la Universidad de San Francisco, cobra 40 dólares (30 euros) la noche, a través del sitio DogVacay, por cuidar perros en su casa. Al mes, dice, gana 1.200 dólares. Mientras que Dylan Rogers, un vendedor de coches de Chicago, recauda 1.000 dólares mensuales alquilando su BMW Serie 6 usado en RelayRides. Dos voces entre millones que revelan el calado del cambio. Tanto que esta era de la economía compartida “crea nuevas formas de emprender y también un nuevo concepto de la propiedad”, sostiene Thomas Friedman, columnista del periódico The New York Times.

Ahí, quizá, reside la verdadera revolución. Desde la noche de los tiempos, el sentido de posesión ha sido inherente al ser humano; sin embargo, algo empieza a cambiar.“Hemos pasado de un mundo en el que sobra de todo a otro en la que la mayoría no puede disfrutar de lo que este siglo ofrece a menos que sea compartiéndolo”, apunta el inversor en nuevos negocios Rodolfo Carpentier. “Quien no puede tener se conforma con probar. Esto es lo que hace a este movimiento imparable”.

LOS EJEMPLOS

Intercambio de ropa: ThredUP.

Coches compartidos: Zipcar, SideCar, Lyft, Bluemove, Getaround, Uber.

Préstamos económicos: LendingClub.

Alojamiento de viajeros: Hipmunk, Airbnb.

Trueque de comida: Compartoplato, Shareyourmeal.

“Crowdfunding”: KickStarter, Verkami.

¿Aunque es solo eso, una respuesta a la frustración? Carlos Blanco, un conocido emprendedor español, cree que esta forma diferente de consumir es “una consecuencia de la digitalización, pero también una réplica frente a los abusos en los precios, el mal servicio y la pésima regulación”. Es un caballo de Troya dentro de un sistema que fomenta que en el planeta haya objetos valorados en 533.000 millones de dólares que no se utilizan.

A partir de ese intruso se entiende que esta propuesta es algo más que sofisticados algoritmos que casan oferta y demanda. Para algunos, el consumo colaborativo es una respuesta a la inequidad y la ineficiencia del mundo. Lo cuentan los números. El 40% de los alimentos del planeta se desperdicia; los coches particulares pasan el 95% de su tiempo parados; en Estados Unidos hay 80 millones de taladradoras cuyos dueños solo las usan 13 minutos de media, y un motorista inglés malgasta 2.549 horas de su vida circulando por las calles en busca de aparcamiento. ¿Podemos consentir ese desperdicio? ¿Hacen falta tantos coches? ¿Necesitamos esas taladradoras o perder ese tiempo? Al fondo, la Tierra alcanzará 9.000 millones de habitantes en 2050. Y habrá que alimentarlos, en un tiempo donde el paro será una pandemia. Hay algo de apocalíptico si juntamos todas estas ideas, pero también de hartazgo.

“El capitalismo sin control ha dejado a mucha gente desilusionada. Personas que buscan nuevos caminos que den sentido a sus vidas”, reflexiona Jan Thij Bakker, cofundador de Shareyourmeal, una plataforma holandesa dedicada a compartir comida que empezó siendo un grupo de WhatsApp y que cerrará el año con 100.000 miembros.

Porque este nuevo consumo tiene mucho de maltusiano. Se multiplica a tal velocidad que ya hay 5.000 empresas compitiendo con las tradicionales. Y en todas las actividades. Intercambio de ropa (ThredUP), coches compartidos (Zipcar, SideCar, Lyft, Bluemove, Getaround), préstamos económicos (LendingClub), alojamiento de viajeros (Hipmunk), trueque de comida (Compartoplato), crowdfunding (KickStarter, Verkami).

Consciente de que, una vez abierta la caja de Pandora, las repercusiones son profundas, la Unión Europea redactó en enero pasado un dictamen de iniciativa para entender estos vientos. “El consumo colaborativo representa la complementación ventajosa desde el punto de vista innovador, económico y ecológico de la economía de la producción por la economía del consumo. Además supone una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en casos de necesidad”. ¿Demasiadas expectativas?

Puede, aunque en la sociedad española el mensaje arraiga. La firma de estudios de mercado Nielsen dice que el 53% de los españoles estarían dispuesto a compartir o alquilar bienes en un contexto de consumo colaborativo. Ese porcentaje es nueve puntos superior a la media europea (44%). Aunque en países donde la recesión ha sido profunda, como Portugal (60%) o Grecia (61%), las ratios son más altas. “La crisis económica ha conducido a un cambio de mentalidad de los ciudadanos en su manera de relacionarse social y económicamente”, analiza Gustavo Núñez, director general de Nielsen Iberia.

Sin embargo, este consumo también tiene un lado oscuro. Aplicaciones como Uber o Airbnb lo han revelado. La primera conecta pasajeros con conductores; la segunda busca y comparte alojamiento. Ambas están bajo vigilancia. Uber es un gigante. En solo cuatro años de existencia ya vale 18.000 millones de dólares y opera en 132 países. Y su éxito ha chocado de frente en Europa contra el mundo del taxi, que le acusa de competencia desleal. El coloso se defiende. “No somos enemigos de los taxistas ni del sector. Las protestas (vividas la semana pasada en varias capitales europeas) son excesivas y lo único que pretenden es mantener la industria en un estado inmovilista”, argumenta un portavoz de la firma.

Tampoco se ha librado de los problemas Airbnb. Un sitio de alojamientos para particulares que surgió en 2007 y que ya ha encontrado cama a 10 millones de personas. Desde hace un par de meses, la Fiscalía de Nueva York investiga el impacto de estos alquileres a corto plazo, porque podrían restringir la oferta de inmuebles y volverlos menos asequibles en las grandes ciudades. Además, en la Gran Manzana, alquilar un apartamento completo por menos de 30 días es ilegal. Complicada convivencia. “Queremos trabajar con todas las partes implicadas en una regulación justa que permita a las personas alquilar de forma ocasional la casa en la que viven”, apuntan en Airbnb, y se refugian en los números. España es el tercer mercado más importante del mundo para la compañía, con más de 57.000 propiedades. ¿Impactarán estas cifras en su entorno? “No creo que desestabilice el sector inmobiliario, aunque puede frenar la construcción de viviendas”, observa Luis Corral, consejero delegado de Foro Consultores.

En el fondo estos modelos de éxito digitales tienen el problema de chocar contra el statu quo económico. Ya sea la industria del motor, los operadores turísticos o el mundo financiero, donde, por cierto, aparecen propuestas de desintermediación que amenazan la cuenta de resultados de los bancos, como la española Kantox, que propone el intercambio de divisas entre empresas. “Pero poco pueden hacer, la tecnología es imparable. El sector financiero será asediado como lo han sido los medios de comunicación o la música”, advierte el business angel Luis Martín Cabiedes.

De cualquier forma, compartir, prestar, alquilar son verbos que se expanden con una fuerza nunca vista por la economía mundial. Surgen miles de plataformas electrónicas que los emplean. Y aunque queda tarea pendiente -regular ciertas aplicaciones, para evitar que engorden la economía sumergida, y mejorar los derechos de los consumidores-, el éxito de esta forma de consumir revela una sociedad que quiere cambiar la manera en que vive. Buenos augurios en unos días en los que es difícil extraer poemas de las noticias.

- ¿Qué es la tecnología disruptiva? (La Vanguardia - **1/7/15**)

Cada cierto tiempo aparecen innovaciones que suponen un revulsivo y un cambio radical en los procesos productivos y en las empresas

(Por Marta Vergoñós Pascual)

Desde el inicio de los tiempos, cada nueva invención tecnológica ha supuesto un cambio de paradigma para la forma de desenvolverse de las personas en su trabajo. No obstante, en los últimos años la frecuencia de los cambios se ha acelerado hasta tal punto que las empresas tienen que renovarse y renovar su proceder diario casi cada temporada. Normalmente son pequeños cambios o meras adaptaciones, pero en ocasiones aparece una innovación que deja obsoletos los mecanismos anteriores. Esto es lo que se conoce como “tecnología disruptiva”.

“Son tecnologías cuya aplicación rompe con el que existía hasta el momento”, apunta Carlos Martín, profesor del máster Master of Science in IT Strategic Management de la UPF Barcelona School of Management. La informática, ilustra, ha propiciado muchos de estos cambios, ya que se han digitalizado tareas antes manuales, como la impresión, lo que a su vez se ha traducido en la desaparición de profesiones y negocios tradicionales.

El académico precisa que esta metamorfosis no tiene por qué ser negativa. Es cierto que desaparecen empleos, pero se crean otros en ámbitos hasta el momento inexistentes. “Muchas veces el trasvase no es total, se puede pasar de más trabajadores a menos, y a la inversa”, subraya.

Otro ejemplo de tecnología disruptiva fue la aparición del Whatsapp, que fulminó el mercado de los SMS, muy importante en la década anterior. “Algo parecido está pasando con Skype, que cada vez se utiliza más para hacer llamadas. Estamos llegando a un punto en que el teléfono se utiliza para todo menos para llamar”, asegura.

Talento para adaptarse

Ahora bien, ¿cómo tienen que afrontar las empresas estos cambios? “De alguna manera, no puedes adaptarte con pequeñas modificaciones, por lo que te ves empujado a un cambio radical”, explica Martín, que recalca que por eso se habla de tecnologías “disruptivas”, “porque lo cambian todo”.

“Con talento y gente innovadora capaz de crear productos se puede dar el vuelco”, afirma Martín, que añade que las personas poco creativas y con perfil bajo difícilmente saben salir del callejón sin salida que puede suponer ´la aparición de una tecnología disruptiva.

¿Cómo se idea una tecnología disruptiva?

Martín desgrana que la innovación puede llegar por tres vías: la mejora de procesos, la creación de nuevos productos e ideas surgidas de la nada. En este sentido, destaca la “capacidad de observación” como elemento fundamental para innovar, aunque admite que en ocasiones hay quien tiene una idea de sopetón y busca cómo aplicarla. Un ejemplo de la observación transformada en innovación es el sistema de aterrizajes automáticos, que se ideó a partir de constataciones empíricas.

- Confianza, base del nuevo capitalismo (El País - **26/7/14**)

La economía compartida cambia las reglas. La crisis e Internet empujan nuevos negocios que avanzan imparables

(Por Karelia Vázquez - Former J.S. Knight Fellow at Stanford University)

Un día de huelga de autobuses, Clarisa Couassi, productora y localizadora de cine, desembarcó con su coche en la estación de Atocha. Previamente su hija le había gestionado a través de la web BlaBlaCar dos acompañantes para su trayecto por carretera de Madrid a Granada. Sus primeras clientas fueron dos chicas. “Las dejé en la puerta de su casa, les cobré menos que el autobús y el coste de mi viaje fue cero. Todas ventajas”. Desde entonces siempre tiene compañía para sus viajes. “Con tres pasajeros consigo los 40 euros que me cuesta el medio depósito que consumo en el trayecto”, comenta. Según cuenta su creador, Nicolás Brusson, en un inicio su invento intentó limitar la interacción entre desconocidos. Los que cogían el coche podían indicar al conductor cuán sociables eran usando solo un “bla” si preferían ir callados o “bla bla bla” si les apetecía conversación y confesiones de carretera.

“No hables con desconocidos”. He aquí un consejo que está a punto de caducar. Quizá ésta sea la última generación de padres que recomiende tal cosa a sus hijos. Porque, en definitiva, después de Internet nadie será del todo un extraño. Al menos, todos seremos verificables. En los últimos cinco años nos hemos visto compartiendo sofá, mesa y mantel con desconocidos, viajando en sus coches y cerrando acuerdos a ciegas, con la única garantía de un puñado de opiniones dejadas en Internet por otros extraños. ¿Acaso somos la generación más confiada de la historia?

La economía compartida (si traducimos literalmente del inglés: sharing economy) nos está cambiando. Los sociólogos comprueban atónitos cómo la gente está dispuesta a compartir bienes íntimos y valiosos con completos desconocidos. La casa, el coche, el perro… todo es susceptible de ser dejado en manos extrañas que, contra todo pronóstico, no decepcionan y cumplen sus promesas.

**Otros observadores más escépticos como Evgeny Morozov, conocido por ser un gran decepcionado de Internet, sostienen que lo que nos obliga a confiar y a compartir es la crisis económica que se vive desde 2008. Morozov tuiteó con gran éxito de público su definición personal de economía compartida: “Es lo que sucede cuando los ciudadanos, después de haber pagado el rescate financiero de los bancos, también se ven obligados a compartir su coche y su piso con extraños”.**

Sin confianza, estas empresas harían aguas. No serían una economía con músculo

La ola de confianza que nos invade se sostiene en la arquitectura digital y las entretelas de una web diseñada para modular, por decirlo de algún modo, nuestro egoísmo genético y convertirnos en gente de fiar. “Nada es casual. Todo está pensado para que la gente se comporte; desde los rankings de reputación hasta la visibilidad de los comentarios de todas las partes implicadas. Una revisión negativa te colocaría en la casilla de salida, tanto si eres inquilino como si eres propietario”, explica el ingeniero Juan Pablo Puerta, que ha trabajado en Craigslist -anuncios clasificados locales y foros para trabajo, alojamiento, ventas, eventos…- y Etsy -portal para comprar y vender.

Por otra parte, el largo estado de incertidumbre económica obliga a buscar ingresos extras. Pero los que alquilan su casa o comparten su coche no se están haciendo ricos. Según Airbnb, el 42% de los propietarios de su plataforma emplean el dinero que ganan en cubrir sus gastos diarios.

Si usted se niega a aceptar que la tecnología manipule su comportamiento, espere a escuchar lo que tienen que decir quienes mueven los hilos de la economía compartida.Todos coinciden en que una de sus mayores partidas de gastos es la dedicada a construir confianza entre las partes. Lo hacen con algoritmos y calibrados sistemas de castigo y recompensa. Sin confianza, real o inducida, estas empresas harían aguas. Nunca habrían dejado de ser un movimiento contracultural para convertirse en una economía con músculo, con empresas prósperas como Uber y Airbnb a punto de salir a Bolsa (al menos, ése es el ruido persistente en Silicon Valley) y capaces de causar una profunda disrupción en la industria convencional por su capacidad de “crear un nuevo tipo de emprendedor y un nuevo concepto de propiedad”, en palabras de Thomas Friedman, columnista de The New York Times.

Jerome Merchiers es el presidente de Airbnb para España y Portugal. Su empresa es quizá la más emblemática de este movimiento. Pero no es la única. En los últimos cinco años ha nacido una plétora de compañías cuyo negocio se centra en proporcionar ingresos capitalizando bienes que ya uno tiene -un piso, un coche o un título-. Airbnb ha conseguido que miles de propietarios en 34.000 ciudades abran a extraños “el activo más íntimo y caro” que poseen: la vivienda. Para conseguirlo, se han esmerado en fabricar confianza en abundancia entre perfectos desconocidos. Airbnb pretende ser un libro abierto: “Todo el proceso de negociación es visible para el anfitrión y el huésped; el usuario paga a través de la web y nosotros ingresamos al propietario 24 horas después de que el inquilino esté en su casa para asegurarnos de que todo lo prometido es cierto”, explica Merchiers. “Tenemos un servicio de atención al cliente 24 horas los siete días de la semana, y publicamos fotos verificadas”.

Airbnb también comprueba la identidad online de los usuarios rastreando sus perfiles en las redes sociales y comprobando el e-mail y el móvil. En el mundo offline comienzan a escanear los pasaportes. En la nueva economía, el anonimato no es una opción. Quien no quiera dar la cara no ganará dinero. Ni mucho ni poco. Así de claro lo tiene Brian Chesky, CEO y cofundador de Airbnb: “Cuando eliminas el anonimato recuperas lo mejor de la gente. No hay lugar para personas anónimas en el futuro de Airbnb, tampoco en la economía compartida”.

Los nuevos empresarios creen que si Internet ha conseguido conectar a personas lejanas creando auténticas comunidades virtuales, el reto de sus plataformas es hacer lo mismo en el mundo real. Los teóricos del asunto, entre ellos el profesor de la Universidad de Nueva York Arun Sundararajan, afirman que uno de los atractivos de la economía compartida es que devuelve el contacto físico entre los individuos en las transacciones comerciales.

Vivenca Bachray se ha convertido en una experta en el asunto. Su familia terminó una casa en la sierra de Gredos en 2008. Y empezó la crisis. “Tratamos de vender, pero fue imposible; entonces la metimos en Airbnb. Solo con los ingresos de ese verano conseguimos pagar la mitad del alquiler de la casa donde vivimos en Madrid. Al principio lo haces por necesidad, pero el balance ha sido bueno. Hasta te da cierto placer ver que otros también disfrutan de una casa que has hecho a tu medida”.

Noah Karesh es uno de los fundadores de Feastly, la plataforma que conecta a gente que le gusta comer bien con expertos cocineros que guisan para ellos y se los llevan a cenar a su casa. Feastly pone en contacto a desconocidos con una pasión común: la comida. Unos cocinan, otros comen. Todos se sientan a la misma mesa. Antes han explorado mutuamente sus perfiles en las redes sociales y hasta el último minuto se desconoce la dirección exacta donde va a tener lugar el encuentro. “Cuando se ven las caras no son extraños, pues ya se ha creado complicidad en la Red. Lo que hacemos es llevar esa relación al siguiente nivel: porque se pueden tener 1.500 amigos en Facebook y seguir solo. La gente necesita interactuar en el mundo físico”.

El negocio de DogVacay, una plataforma que funciona en Estados Unidos y Canadá, mueve a 15.000 personas dispuestas a cuidar la mascota de un desconocido. Lo hacen por amor a los animales y una módica suma de dinero que supone un gasto menor para los dueños que alojarlos en una residencia (sus precios están en torno a los 28 dólares por noche, y los hoteles para mascotas cobran entre 50 y 60).

“Los cuidadores suelen ser jubilados, personas que trabajan en casa o profesores con abundantes vacaciones”, explica Rachael King, portavoz de la compañía, quien asegura que el proceso de selección es duro. “Solo aprobamos al 20% de los que se ofrecen. Para entrar hay que completar un extenso cuestionario, superar varias entrevistas y probar que se tienen conocimientos de cuidado y entrenamiento de mascotas. Los dueños tienen derecho a un breve encuentro cara a cara con el cuidador. DogVacay gestiona la ansiedad de los propietarios de las mascotas con un servicio permanente que facilita a los dueños, allí donde estén, fotos diarias y vídeos en tiempo real de la vida de sus animales. Al regreso, cuidadores y dueños deben evaluarse mutuamente. Todo quedará registrado y a la vista de los próximos clientes.

En esencia, si se obvian los sistemas de verificación y recomendación online, lo que subyace es un acuerdo cara a cara. Paradójicamente, la novedad que han traído estas nuevas plataformas es que, tecnología mediante, se vuelve al modo tradicional en que se solían apalabrar los acuerdos en las comunidades pequeñas, pero ahora entre desconocidos y a nivel global. Dos personas dan su palabra y eso es suficiente para que se cumpla el trato. Lo comprobaron en RelayRides, una plataforma de alquiler de coches por hora que, como promedio, supone un ingreso extra de 250 dólares mensuales para los propietarios. RelayRides cambió su sistema de identificación automático por un encuentro cara a cara entre el dueño del coche y el conductor-inquilino en el que se entregaban las llaves. El resultado fue que los conductores cuidaban mejor los coches y se redujeron las reclamaciones por daños. “La interacción humana nos hace ser mejores y más fiables”, dice Steve Webb, de RelayRides.

Dar la cara es esencial en la economía de la confianza. Esta es la razón por la que Airbnb anima a sus usuarios a hablar, al menos por chat, antes de cerrar un acuerdo; Feastly recomienda a sus comensales charlar antes de encontrarse en una cena, y DogVacay propone visitar a la persona que va a cuidar de su perro.

Pero la confianza a expensas de algoritmos y recomendaciones a veces falla y hay que tener un plan B. Airbnb fue la primera en aprender la lección. A mediados de 2011 recibió una oleada de publicidad negativa porque un propietario encontró su piso de San Francisco destrozado y robado después de haberlo alquilado a través de la plataforma. Para tranquilizar a los propietarios, la compañía estableció una garantía de 50.000 dólares para daños de la propiedad, que en mayo de 2012 se elevó a un millón de dólares en Estados Unidos (y 35.000 euros en España). Además, abrió una nueva división dedicada a la confianza y seguridad donde trabajan más de 80 expertos. DogVacay también tiene una póliza que incluye tres millones de dólares por responsabilidad y 25.000 por mascota para cuidados médicos. RelayRides protege a los propietarios de los vehículos con un millón de dólares.

Mucho hemos tenido que cambiar en cinco años para alcanzar este estado de gracia. Y no todo ha sido culpa de la tecnología, aunque los expertos coinciden en señalar que sin las redes sociales, sin Facebook concretamente, hubiera sido imposible hacer de los extraños auténticos compañeros de viaje. “Hasta ahora, ninguna tecnología nos había permitido poner en contacto a desconocidos de un modo natural, hemos conseguido que la gente esté cómoda conectando con extraños en el mundo físico porque antes ya se han visto las caras en el virtual”, afirma Noah Karesh, cofundador de Feastly, que señala que la Generación Millennials, los que ahora tienen entre 18 y 33 años, y que en España son ocho millones, son los primeros que han crecido contando su vida con desparpajo en las redes sociales porque tienen otra idea de la privacidad. O no tienen ninguna. “Es cierto que en Internet siempre publicamos una mejor versión de nosotros mismos, pero es innegable que es una generación más abierta, dispuesta a decir su nombre, dónde ha nacido y dónde ha estudiado”.

**La economía compartida y su consecuencia lógica, el consumo colaborativo, han crecido en un caldo de cultivo fértil: las grandes ciudades con persistentes tasas de desempleo y una gran concentración por metro cuadrado de smartphones. Léase: gente interconectada que necesita dinero. Los millennials son la primera generación que ha aprendido que no tendrá un trabajo para toda la vida. Son los protagonistas de la gig economy (economía de bolos), que no ofrece un trabajo estable, sino una constelación de minitrabajos para ir tirando. Son artistas en ir trampeando entre unos y otros, tienen la capacidad de desdoblarse y ser a la vez trabajadores y microempresarios que alquilan sus activos. Todo a tiempo parcial. La consecuencia es que sus nociones sobre el consumo y la propiedad han cambiado radicalmente hasta dinamitar clásicos como el sueño americano: tener un coche y una casa en propiedad.**Para la revista Forbes, éste va a ser el legado más duradero de esta recesión: los millennials, que en 2025 supondrán el 75% de la fuerza laboral del mundo, no quieren atarse a una propiedad, prefieren tener libertad para moverse y un estilo de vida más flexible, que por otra parte es lo que les exige el mercado. Están culturalmente programados para prestar, alquilar y compartir. En opinión de Rachel Botsman, coautora del libro What’s mine is yours: The rise of collaborative consumption (Harpers Business, 2010), esta nueva noción de la propiedad -es más importante tener acceso a los bienes que poseerlos- es un cambio económico equivalente al que supuso en su día la revolución industrial.

A la fuerza se ha generado mayor tolerancia a la incertidumbre, y mucha gente prefiere completar sus ingresos con trabajos parciales a tener un contrato de ocho horas como camarero por el mismo dinero y similar inestabilidad. Cuando uno habla con algunos de los pioneros de la economía compartida percibe en ellos cierto orgullo de salvadores de la humanidad: “Le estamos dando poder a la gente para que gestione su vida profesional. Ya tienen que trabajar en varias cosas a la vez y nosotros permitimos que usen sus habilidades o sus propiedades para conseguir estabilidad económica; a veces es un ingreso extra, pero cada vez más es su ingreso fundamental. Uno es más fuerte cuando tiene la libertad de elegir, cuando puede decir: ‘Ya no quiero dedicar tanto tiempo a este trabajo y prefiero hacer esto otro, o alquilar mi casa o mi coche, y tener más tiempo libre’. Estamos funcionando como una red distribuidora de bienes y fuerza de trabajo”, me explica Noah Karesh, de Feastly. “La crisis nos está ayudando y nosotros estamos ayudando a la crisis. Hacemos el mundo más pequeño”, reflexiona, por su parte, Jerome Merchiers, de Airbnb.

Pero ¿adónde va el dinero en la nueva economía? Airbnb ha lanzado al mundo a los primeros millonarios de la economía compartida: sus fundadores, Brian Chesky y Joe ­Gebbia. Según el analista Michael Pachter, solo en la Nochevieja de 2013, 141.000 personas en el mundo se hospedaron a través de Airbnb. Se estima que sus beneficios en 2012 fueron de 150 millones de dólares. Dependiendo del precio de la propiedad, Airbnb se queda con el 3% de lo que aporta el propietario y con entre el 6% y el 12% de lo que paga el inquilino. Forbes calcula que los beneficios que llegarán directamente al bolsillo de los microempresarios de la economía compartida alcanzarán este año los 3.500 millones de dólares.

Una pequeña parte de este beneficio le hará la vida más fácil a José H. -nombre ficticio, porque la mayoría de los actores de la economía de la confianza piden mantenerse en el anonimato-. La falta de un marco legal claro para los nuevos negocios y los continuos anuncios de cambios de directivas para regular la actividad de Uber o Airbnb, por mencionar solo dos de estas empresas, les hace dudar de que su actividad sea del todo legal.

“Me están desmontando la vida”. Fue lo que pensó este cámara de 52 años el día que su empresa, una televisión pública, anunció un ERE que lo puso en la calle con una indemnización de 20 días por año trabajado. “Acababa de invertir 20.000 euros en renovar todo mi equipo profesional”. José H. además tenía que pagar un coche, mantener dos hijos y un mercado laboral deprimido con cientos de profesionales como él cotizando a la baja. “Una vez pasado el shock, miré lo que me quedaba: un equipo profesional de alta gama, la casa donde vivía y un coche. Tendría que sacarles partido”. Hoy día, José H. alquila su flamante cámara para rodar anuncios. “Ya no me quieren a mí, pero al menos la necesitan a ella”, dice con sarcasmo. La buhardilla de su casa lleva un año y medio en Airbnb. Entre ambas cosas saca unos 700 euros al mes. Ahora estudia qué hacer con el coche para redondear los mil euros. “Hoy por hoy mi máxima aspiración es ser mileurista”. Nunca ha tenido una mala experiencia. “La primera vez que dejé mi cámara a un extraño estuve media hora pidiéndole, por favor, que me la cuidara. Ya lo he superado. La gente suele portarse bien”.

De acuerdo con sus habilidades para la gestión de su negocio, unos ganan más y otros menos. Noah Karesh confiesa que uno de su chefs ganó 70.000 dólares (50.000 euros) en 2013. En España, donde Airbnb lleva funcionando más de dos años en medio de una profunda crisis económica, el ingreso promedio por anfitrión es de 220 euros al mes, según Merchiers, que asegura que el 75% de los usuarios alquilan un espacio de su casa y no la propiedad completa. “De acuerdo con nuestros datos, el 60% emplea ese dinero en cubrir sus gastos básicos y un 53% dice que alquilar su casa es el único modo de mantener el estatus que tenía antes de la crisis”.

Si Airbnb, una compañía con cinco años de vida y que no posee ni una sola habitación en propiedad, puede darse el lujo de pronosticar que en algún momento de 2014 desbancará a la poderosa Hilton y se convertirá en el mayor negocio hotelero del mundo, es fácil imaginar el poder de disrupción de la economía compartida sobre los modelos convencionales. La rapidez con que se han implantado estas compañías ha dejado a todos, académicos y legisladores, sin capacidad de reacción. El profesor Sundararajan así lo reconocía en una entrevista en la edición estadounidense de Forbes: “Tendremos que inventar nuevas métricas para capturar el impacto de la economía compartida y determinar si va a crear un nuevo valor o simplemente va a reemplazar los negocios convencionales”. Los economistas no descartan ni una cosa ni la otra, y creen que estamos ante un caso clásico de “destrucción creativa”.

Airbnb y Uber, quizá por ser las más grandes, han sido las primeras en enfrentar la resistencia al cambio en forma de regulaciones y prohibiciones en varios países. Los fiscales de Nueva York y San Francisco tienen investigaciones abiertas para detectar a los inquilinos que incumplen la ley del alquiler vigente para apuntarse al carro de Airbnb. A Jerome Merchiers no le parece “justo” aplicar la misma regulación a un hotel que a los que alquilan de vez en cuando una habitación de su casa. “En estos casos, con declarar esos ingresos al fisco debería ser suficiente”, dice. Su experiencia en otros países le sugiere que todo podrá convivir. “El sector hotelero de París o Hamburgo ya nos ve como un servicio complementario, útil para fomentar la marca de un sitio como destino turístico”.

Sin embargo, a juzgar por el recibimiento que se le ha dado a Uber en Europa, no parece que la convivencia entre la nueva y la vieja economía vaya a ser apacible. La compañía que pone en contacto a un conductor particular con un pasajero necesitado de un trayecto ha lidiado con prohibiciones varias en Europa y una huelga simultánea en París, Milán, Londres y Berlín que consiguió un inédito 100% de seguimiento, según la Asociación Gremial de Auto-Taxi de Madrid. No parece sencillo regular una economía altamente fragmentada. En opinión de Larry Downes, del Georgetown Center for Business and Public Policy, sólo podría conseguirse empleando sus propias estrategias, tecnologías y redes. Por ejemplo, incluyendo el pago puntual de impuestos en los índices de confianza y buen comportamiento de los usuarios. “Hasta que reguladores y regulados no estén dispuestos a aceptar que se deben ajustar las reglas, sólo podremos esperar más desobediencia civil amparada en las nuevas tecnologías”, pronostica Downes.

En una estrategia camaleónica y conversa, las grandes industrias empiezan a poner su pica en Flandes. Avis Budget Group compra Zipcar, un servicio de alquiler de coches por hora. Daimler expande a 18 ciudades su servicio Car2go que permite alquilar sus modelos Smart a 38 centavos de dólar por minuto. The Home Depot, la cadena de herramientas de bricolaje para el hogar, pone en marcha un servicio de préstamo de utensilios en 1.000 tiendas. General Motors, en una operación brillante de marketing, invierte tres millones de dólares en RelayRides, se declara a favor de que la gente comparta coche en lugar de comprar y al mismo tiempo lanza al mundo la idea de que hacerse con un coche nuevo es ahora más barato que nunca porque llega con un ingreso extra incorporado: se puede alquilar por horas. “En pocos años ya no hablaremos de la economía compartida, simplemente diremos la economía, no se necesitará un nombre especial porque esto será lo normal”,avisa el cofundador de Feastly.

El entusiasmo de los gigantes capitalistas por estar donde hay que estar es la prueba definitiva de que ambos mundos están condenados a entenderse.

¿Qué significa la “Uberización” de la economía? (Foro Económico - **4/8/15**)

(Por David Bardey)

En una previa entrada escribí sobre el tema de Uber y de los taxis tradicionales abordando el potencial problema de competencia desleal que puede generar esta plataforma. De manera diferente, les comparto algunas reflexiones sobre lo que significa el fenómeno llamado “Uberización” de la economía, explicando algunas de sus implicaciones para Colombia. Como se verá más adelante, hay aspectos totalmente positivos asociados a este fenómeno mientras que otros constituyen fuentes de preocupación.

¿Qué significa la “Uberización” de la economía?

Por representar un símbolo de un nuevo modelo económico, el nombre de la firma Uber se prestó para crear esta expresión. Esta expresión se usa para definir los nuevos modelos de negocios en los cuales particulares pueden efectuar transacciones económicas vía plataformas accesibles desde aplicaciones que se encuentran en sus celulares inteligentes o en sus computadores. Además de Uber, los últimos años han experimentado una explosión de oferta de plataformas que van desde el alojamiento con AirBnB hasta plataformas de intermediación financiera, otras dedicadas a los servicios domésticos, a los servicios jurídicos, etc.

Sin duda, el éxito de estas plataformas se explica porque crean valor, por lo menos para sus usuarios (veremos más adelante que igualmente pueden, en algunos casos, generar efectos externos no siempre positivos). La creación de valor se debe a una distribución de capacidad de producción entre un número siempre más importante de usuarios, lo que llamamos efectos de redes por un lado, y por el otro, la creación de valor se da por el hecho de que la plataforma logra satisfacer las demandas de los consumidores que son cada vez más sofisticadas. Las firmas que operan con los modelos de producción más tradicionales se enfrentan de manera inevitable a la elección entre cuidar a sus clientes vía un proceso costoso de personalización del producto, lo cual implica un tamaño de producción limitado, o al contrario producir a gran escala bienes o servicios más económicos por el proceso de estandarización usado pero frustrando a sus clientes por la falta de personalización. Las tecnologías numéricas permiten romper este balance histórico agrupando en una misma plataforma millones de individuos, lo que permite llegar a un proceso de personalización a gran escala.

¿Cuáles son los sectores de la “Uberización”?

Como estas plataformas tienden a revolucionar muchos sectores, se está desarrollando un temor extendido bien resumido por Maurice Levy (Presidente del grupo Publicis) en el Financial Time: “La Uberización es la idea que uno se despierta por la mañana descubriendo que su trabajo ha desaparecido”.Los optimistas invocan entonces el fenómeno de destrucción creativa a la Schumpeter, mientras que los más recalcitrantes, o los que ya están afectados por este fenómeno en sus sectores respectivos, hablan más bien de “disrupción creativa”. Como se verá en esta entrada, seguramente la realidad se puede ubicar entre estas dos percepciones.

Para relativizar las palabras de Levy, es cierto que muchos sectores pueden pasar por cambios drásticos generados por estas nuevas tecnologías, pero lo simpático de este fenómeno de “Uberización” es que estas plataformas han empezado por atacar algunos “sectores protegidos” donde los consumidores han acumulado una frustración durante varias décadas, a menudo con la impresión de que el precio se encuentra artificialmente desconectado de la calidad ofrecida, o que ninguna innovación ha permitido mejorar la calidad.En efecto, mirando de cerca, uno se da cuenta que muchos sectores de la economía presentan barreras a la entrada, las cuales tienden a suavizar la competencia entre las empresas que operan en estos mercados.

Dicho eso, no estoy proponiendo quitar todas las barreras de entrada o eliminar todas las reglamentaciones que regulan los sectores protegidos. Algunas de ellas son claramente necesarias y protegen a los consumidores. Otras, al contrario, son el resultado de actividades de lobby por parte de las empresas que operan en estos sectores con el objetivo de acumular rentas. Seguramente uno de los aspectos más complicados relacionado con este fenómeno de la “Uberización” es que estas plataformas tienden a introducirse en las brechas (o zonas grises) de las reglamentaciones sin distinguir lo bueno de lo malo de estas. Sin duda, el éxito de Uber en el mundo se explica por ser una respuesta a una regulación inadecuada de los mercados del transporte público, pero igual eso no significa que todos los puntos que componen la reglamentación de los taxis sean injustificados o se deban eliminar.

Además de los sectores dedicados a los servicios domésticos, sin sorpresa, observamos que los servicios jurídicos como los que prestan tradicionalmente los abogados y los notarios ya comienzan a ser ofrecidos en ciertas plataformas. En Europa o en EEUU se pueden diligenciar algunos datos básicos y los usuarios reciben por correo electrónico un borrador de un testamento. El sector del alojamiento se ha transformado completamente con la entrada de plataformas tales como AirBnB y el sector salud ya está a la vista de nuevas plataformas…

A continuación, traigo a colación las transformaciones que puede experimentar el sector financiero en Colombia con estas nuevas tendencias de plataformas.

La Uberización del sector financiero

Lo irónico para los que ven las plataformas como la expresión más agresiva del modelo capitalista (en Alemana se escucha siempre más el eslogan “Plattform-Kapitalismus”) es que se están atacando también a uno de los pilares del capitalismo: el sector financiero.Si existe un sector muy protegido en casi todos los países del mundo es sin duda el sector financiero. En efecto, por el papel central de los bancos en la actividad económica, y por la importancia de la confianza en este sector, se han elaborado muchas reglas prudenciales para proteger, entre otros, los ahorros de los hogares. Aunque son necesarias, estas reglas limitan la competencia en este sector. Colombia no ha escapado a este fenómeno y como usuario percibo que la calidad del servicio al cliente de los bancos deja bastante que desear. Si la calidad del servicio al cliente es regular, uno se puede preguntar ¿qué tan eficientes son los bancos en su papel de intermediación financiera (papel que resulta clave para el dinamismo de una economía)?

La diferencia con el sector del transporte público es que las plataformas han desarrollado hasta ahora una estrategia mucho menos agresiva hacia los bancos. Hasta el momento, la estrategia de estos nuevos operadores ha sido más bien la de buscar los nichos de mercado que resultan no tan atractivos para los bancos. Por ejemplo, en EEUU y en Europa, se han creado plataformas para el financiamiento de corto plazo de las tesorerías de las pequeñas empresas, lo cual podría ser muy interesante para Colombia si uno mira los trabajos de Marcela Eslava y de sus colegas sobre el financiamiento de las Pymes. Otros nuevos operadores se concentran en los “excluidos” del sector bancario proponiendo costos de gestión mucho más económicos que los de los bancos tradicionales. También, se han creado plataformas para montar esquemas de crowdfunding en el cual son particulares que prestan a otros. Para dar un orden de ideas, en el mundo este tipo de transacciones no sumaban los 3 mil millones de dólares en el 2012, mientras que en el 2014 representaban más de 16,23 mil millones de dólares. Obviamente son cifras todavía marginales si las comparamos con las del sector bancario tradicional, pero a la vez su crecimiento es llamativo.

Para terminar con el sector financiero, los pagos por teléfonos inteligentes están tomando cada vez más fuerza, lo que puede transformar de manera radical la industria del sector bancario. La información y el contacto con los clientes siendo la clave para medir de manera adecuada los riesgos, las plataformas que desarrollan pagos en línea van acumulando y quitando una valiosa información a los bancos que les permitirá competir con ellos en un futuro muy cercano.

Por la experiencia reciente en Colombia en cuanto a esquemas de pirámides financieras, se recomienda obviamente someter a estos nuevos actores a reglas prudenciales muy rigurosas; sin embargo, la Superintendencia Financiera tendrá también que adaptarse a la llegada de estos nuevos operadores y actuar con rapidez.

El trabajo por demanda

Otra manera para entender el modelo de negocio de estas plataformas es fijarse en la razón capital/trabajo y compararla con la de las empresas tradicionales.Estas plataformas se caracterizan por tener muy pocos trabajadores, lo que obviamente hace parte de la estrategia para disminuir los costos y competir de manera más agresiva. Para fijar ideas, a pesar de que AirBnB y el grupo Accor ofrecen ambos servicios de alojamiento y que ambos negocios están valorados en 13 mil millones de dólares, AirBnB emplea 300 veces menos empleados que el grupo Accor, y además no es dueño de ninguna habitación. Cifras de una magnitud similar se pueden observar entre las agencias tradicionales que ofrecen alquiler de vehículos y las nuevas plataformas que han entrado a competir en este mercado.

Para llegar a estas razones capital/trabajo tan altas, el modelo de muchas plataformas consiste en minimizar el número de empleados propios. La implementación de esta estrategia se hace siguiendo el modelo de intermediación en el cual las plataformas contratan a independientes que ofrecen los servicios demandados por los usuarios de estas plataformas. Esta forma de contratación se ha denominado “**on-demand job**” y ofrece una increíble flexibilidad a estas plataformas para incurrir en muy bajos costos fijos.

El desarrollo y la expansión de esta modalidad de contratación implican transformaciones profundas en los mercados laborales. Si bien este tipo de contratación puede ser adecuada cuando la gente que ofrece sus servicios a una plataforma lo hace como actividad económica secundaria, puede resultar mucho más precario para la gente que trabaja de manera exclusiva para ella.**Usando el sistema de evaluaciones de los servicios al cual colaboran los usuarios, las plataformas ponen a competir a trabajadores independientes y logran extraerles más excedentes que en una relación laboral tradicional.** Como en cualquier cambio drástico, eso conviene a algunos tipos de trabajadores, los más exitosos y los que necesitan flexibilidad en su vida profesional, pero la inestabilidad económica que genera puede afectar a muchos trabajadores.Hasta The Economist, revista reputada de inclinación liberal, menciona en su número del mes de enero de 2015 que esta forma de contratación se puede comparar al mercado de los estibadores en el siglo XIX esperando en los puertos que alguien los contratara. Mejor dicho, **en contraparte de una mayor flexibilidad, este cambio en las relaciones laborales consiste en transferir gran parte del riesgo hacía los trabajadores, con toda la inestabilidad económica que eso implica.**

Esta nueva forma de contratación tiene también consecuencias para el financiamiento de los modelos de protección social. El modelo de protección social de los países europeos se encuentra bastante a salvo de los riesgos que representa esta modalidad de contratación de las plataformas por su característica de universalidad en cobertura, en contraste, este cambio tiene consecuencias más serías en EEUU, donde las coberturas están más ligadas al mercado laboral. Seguramente no es totalmente fortuito que el candidato Jebb Bush en su campaña para las primarias del partido Republicano se haya convertido en el gran defensor de la causa de Uber, pues la “Uberización” del mercado laboral es una manera de atacar el modelo de protección social que tanto rechazan los Republicanos en EEUU.

En los países en desarrollo como Colombia que se caracterizan por altos niveles de informalidad en su mercado laboral, es difícil saber si este tipo de contratación sería algo deseable o no. Por un lado, toda la precariedad que acabé de mencionar se aplicaría. Por el otro lado, si en la industria de los servicios, estas plataformas logran formalizar trabajos que ya son precarios por pertenecer al sector informal, se puede ver como una primera etapa en un proceso de formalización. Si al contrario, los trabajadores del sector informal siguen en la informalidad pero se desarrollan siempre más contratos de trabajadores independientes para los trabajadores que son actualmente empleados de sus empresas, vería como un retroceso el modelo impuesto por estas plataformas.

El futuro de las plataformas

En los sectores en los cuales ya entraron estas plataformas, estos nuevos actores se pueden ver como los “partidores de rentas”, lo que los hace simpáticos a primera vista. No obstante, uno no puede perder de vista que estas plataformas se convierten a su vez en monstruos por su tamaño y pueden terminar en futuros casi-monopolios. De hecho, por el número limitado de aplicaciones que podemos manejar/aguantar en nuestros aparatos el modelo de negocio de las pequeñas plataformas consiste en la actualidad en hacerse comprar por las plataformas grandes. Este fenómeno que estamos observando implica que la competencia en la industria numérica parece tener sus límites. Uno se puede preguntar entonces si la competencia que ha traído estas plataformas a nombre del bienestar de los consumidores, eliminando o reduciendo las rentas de los actores tradicionales, no termina creando otras rentas para estos nuevos actores, los cuales benefician de barreras de entrada espontaneas por los efectos de redes que han logrado crear. Como lo recuerda Luis Fernando Medina en su libro El Fenix Rojo, la lógica de nuestras economías capitalistas consiste en justificar todas las ganancias de eficiencia, las cuales pueden ser dolorosas, a nombre del sagrado bienestar de los consumidores. Como somos a la vez trabajadores y consumidores, es legítimo preguntarse ¿hasta qué nivel de precariedad debemos llegar en el mercado laboral a nombre del consumo?

- El “padre” de la economía compartida reniega de Uber y Airbnb (El País - **9/10/15**)

Neal Gorenflo, creador del fenómeno, aboga por un modelo distinto

(Por Rosa Jiménez Cano)

Neal Gorenflo (Maine, 1963) nunca imaginó que su idea se convirtiese en la base de negocios como Airbnb o Uber, las grandes startups del momento. Él pensaba más en comunidades que comparten recursos de forma ordenada para mejorar el servicio y limitar el impacto en el medio ambiente. A Gorenflo se le considera el padre de la “sharing economy”, (la economía compartida) el fenómeno que ha revolucionado la industria hotelera y del taxi en los último cinco años.Airbnb tiene una valoración superior a la cadena de hoteles Marriott, pero no posee una sola habitación de hotel.Uber, el servicio de transporte entre particulares, vale ya más de 45.000 millones de dólares según la última ronda de financiación.

Gorenflo apunta al cambio climático y al reparto de la riqueza como los dos grandes problemas que la economía compartida puede paliar. “Compartir coche tiene un gran impacto ecológico. Por cada coche compartido se reducen un 30% la cantidad de vehículos que hay circulando en las carreteras”, apunta. Uno de los ejemplos que cita es la creación de un sistema municipal en San Francisco para optimizar el uso de los automóviles particulares, City Car Share. Aunque es consciente de que no es posible extenderlo a todas las ciudades: “Las urbes que se crearon en los 50 y 60, como Houston o Los Ángeles, lo tienen mucho más difícil. El lobby del motor estuvo muy metido, pero a través de aplicaciones se puede mejorar la salud de las ciudades y que sean menos dependientes del coche”.

Otro ejemplo interesante que cita, también de San Francisco, es Scoot. Una startup que ofrece motocicletas eléctricas para moverse por la ciudad. Cuesta 2 dólares por media hora, 25 céntimos menos que un trayecto en bus, y cuenta con abundantes puntos para dejar las scooters una vez que se llega al destino.

Gorenflo cree que el reciente escándalo de Volkswagen dará un gran impulso a sistemas alternativos y al coche eléctrico: “El coche era parte del sueño americano, de la liberación. Hoy el móvil ha ocupado ese lugar. Las grandes marcas no lo quieren ver, pero son tan poco fiables como los grandes bancos”. Uber, el emblema de la economía compartida, también tiene sus puntos débiles. Gorenflo, que es editor de la publicación digital Shareable, pone como ejemplo a la ciudad de Denver, donde tras prohibir Uber, sacaron al mercado nuevas licencias de taxi. “Los nuevos compradores se unieron, crearon una cooperativa y ahora es una de las ciudades con mejor servicio y precio más bajo. Usan una aplicación también, por supuesto”, subraya.

Este verano, la dramática experiencia de un cliente, intento de violación incluido, con Airbnb fue portada en el diario The New York Times. En India son varias las denuncias por acoso o intento de rapto usando Uber. La seguridad se presenta como uno de los puntos negros de este sistema. Gorenflo va más allá: “Son cuatro los riesgos: El tecnológico, la ejecución de la idea, la regulación y el mercado al que se enfrentan. Ahora mismo están centrados en cambiar la regulación pero los demás los tienen aparcados. La tecnología es barata, la ejecución sigue unos patrones y en el mercado se ha llegado un punto en que solo se quiere conseguir dinero, tanto como se pueda, para romper las reglas”. Su denuncia va más allá: “Incluso cuando hay protestas contra ellos, Uber y Airbnb salen beneficiados. Cuanto más salen en las noticias, más usuarios consiguen. Y, en consecuencia, más inversión”.

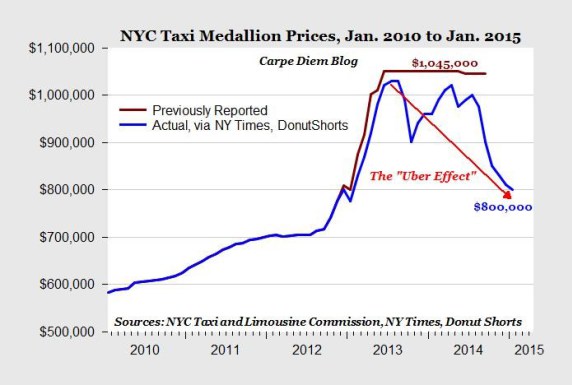
En el mundo que proyecta, el dinero tendrá cada vez un papel menor: “Será una compra-venta de servicios, pero no vas a necesitar efectivo, sino algo que aportar. Si se genera la confianza necesaria, será más seguro. Ahora solo estamos dando los primeros pasos”. Su modelo apuesta por prescindir de los inversores de capital riesgo. En su lugar, pide que se creen plataformas de financiación colectiva. “Lo ideal sería que fuésemos capaces de consensuar prioridades. Pienso en un FairBnb, con menos dinero para los intermediarios y más beneficios y garantías para el que presta y el que recibe”, zanja con un juego de palabras para referirse a una versión justa de la startup que permite realquilar habitaciones en la vivienda habitual.

Gorenflo, que está en Gijón como invitado especial de Somero 2015, cree que en Europa hay muchas posibilidades para que su modelo prospere. Participará hasta este domingo en el Shareable Lab.

- La economía UBER (Foro Económico - **27/4/16**)

(Por Mariano Tappata)

Uber nació en San Francisco hace sólo cinco años. Hoy es el unicornio más grande del mundo[[1]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn1)y el ejemplo de innovación disruptiva más citado en las escuelas de negocios. Pero popularidad no es lo mismo que apoyo incondicional. No todos celebran la existencia de Uber y la entrada en Argentina ha generado las mismas reacciones que en Estados Unidos hace unos años.Por un lado, los dueños de licencias de taxis, y los gobiernos que las venden, no quieren saber nada. La competencia directa con Uber haría que el valor de las licencias-recaudación para el gobierno, costo hundido para el taxista- se desplome (Figura 1). Por otro lado, los pasajeros festejan la competencia con el taxi.En el medio se encuentran los conductores, algunos de ellos futuros ex-taxistas, que ven con escepticismo cada movimiento del nuevo competidor.

[](https://i1.wp.com/focoeconomico.org/wp-content/uploads/2016/04/uber-1.jpg)

**Figura 1:**El efecto Uber[[2]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn2)

La función principal de Uber es sencilla: permitirle al usuario contactarse con dueños de vehículos privados en tiempo real y contratar sus servicios de transporte local. Visto así, el producto es similar al que ofrece un radio-taxi cuando coordina taxistas independientes. Pero las diferencias en la práctica son muchas y probablemente estén explicadas por el origen de cada servicio. El sistema de taxis se desarrolló en un ambiente regulado con nulos incentivos para que el taxista provea buen servicio.[[3]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn3) El gobierno captura rentas monopólicas mediante la regulación de la actividad. Uber quiere ser parte del negocio y competir por dichas rentas bajo reglas de mercado, evitando y arbitrando regulaciones. Es natural que su principal objetivo sea mejorar la experiencia del usuario.

La iniciativa privada se combinó con el avance tecnológico y el resultado fue la irresistible app que ha conquistado todos los mercados en donde ha sido permitida.[[4]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn4) Los pasajeros que requieran un viaje deben indicar el punto de partida y destino en la aplicación telefónica, elegir el tipo de auto (UberX, UberXL, UberSUV)[[5]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn5) y consultar la tarifa total estimada. Uber contacta a los conductores en tiempo real y, luego de pocos segundos, el pasajero recibe una notificación con los datos del conductor asignado, su auto y teléfono en caso de que el pasajero requiera contactarlo. La ganancia de Uber surge de cobrar un porcentaje sobre el costo pagado por el pasajero.

Más allá de las consideraciones legales de cada municipio y negociaciones futuras, el desembarco de Uber en Argentina parece inevitable. Sin embargo, el impacto económico que genere la entrada de Uber y plataformas similares diferirá radicalmente según las reglas de juego que se elijan. Para avanzar en el análisis, es necesario entender primero cuál es el modelo de negocio de estas plataformas.¿Por qué Uber tiene una valuación tan alta?, ¿cuál es su valor agregado?, ¿cuál será el futuro de la industria?Como explicaremos más adelante, analizar la competencia de plataformas como Uber (Airbnb, Twitter y Facebook) requiere tomar distancia del análisis estático tradicional de competencia.

## I Plataformas que crean valor

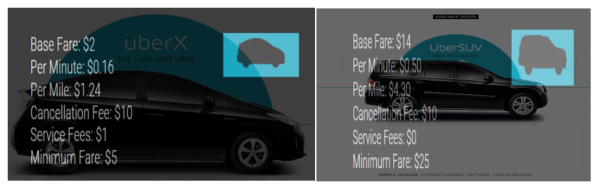
El fin último de cualquier estrategia de negocios es lograr ventajas competitivas en la industria. Es decir, que la empresa sea capaz de generar y capturar más valor que sus competidores. Un producto genera valor si es lograr de aumentar la brecha entre la valuación de los consumidores y el costo de proveer el servicio. Veamos el caso Uber.

Consideremos primero el funcionamiento de la oferta y demanda en el mercado de transporte de pasajeros de corta distancia sin Uber. La demanda incluye a toda persona que necesite transportarse entre dos lugares diferentes (casa-trabajo, casa-cine, colegio-casa, etc.). La oferta está dada por las alternativas disponibles: transporte público, taxi, remise, autos particulares, bicicleta y la posibilidad de caminar. Cada opción está asociada a un costo monetario y calidad idiosincrática.[[6]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn6) Por lo tanto, uno podría imaginar el mercado de transporte como un conjunto de sub-mercados interconectados (uno para cada medio de transporte) donde los pasajeros eligen el método de transporte en función de los costos y beneficios relativos de cada uno. Por ejemplo, es de esperar que la demanda de  viajes en bicicleta sea menor en días de lluvia y, consecuentemente, que aumente la demanda de taxis y otros medios de transporte. Nada nuevo por ahora: demanda y oferta determinan el equilibrio del mercado.

El detalle no menor en este caso es que el precio y la cantidad de taxis y transporte público están determinados por el gobierno y, como en todo mercado regulado, el ajuste de oferta y demanda difícilmente sea el mismo que el equilibrio hipotético en un mercado libre. La demanda de taxis a las 5 de la tarde de un día laboral en el microcentro es indefectiblemente mayor a la oferta de taxis. El resultado es conocido: gente que está dispuesta a pagar precios mayores al regulado recibe un servicio subóptimo: O encontraron un taxi libre luego de una larga espera (baja en la calidad del viaje), o no encontraron taxi y usaron otro método de transporte.[[7]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn7)

La naturaleza volátil de la demanda de transporte en general y de taxis en particular amplifica las distorsiones entre el equilibrio bajo la regulación actual y el equilibrio libre. Es ahí donde Uber encuentra su nicho e introduce su plataforma para conectar pasajeros y propietarios de autos que quieran trabajar de choferes cuentapropistas. El servicio prestado por Uber arbitra las fricciones creadas por la regulación del taxi. ¿Cómo? Utilizando un algoritmo que fija precios y se ajusta, simulando el libre mercado, en función de la cantidad de pasajeros y conductores disponibles en cada momento y espacio geográfico.

La estructura de la tarifa que usa Uber es similar a la de los taxis: un precio por bajada de bandera y un precio por km o tiempo viajado (Figura 2). La diferencia radica en que el algoritmo Uber aplica un coeficiente a estas tarifas que depende de la demanda relativa de viajes. Gracias a esto, la oferta de autos Uber es flexible y varía según el ánimo de sus conductores. Cuando la demanda por viajes es alta (e.g., Microcentro 5pm), el algoritmo sube el precio (Figura 3). Más conductores decidirán activar sus autos en el sistema. Si la demanda es baja, el algoritmo bajará el precio y contraerá la oferta (por ejemplo, dueños de autos que prefieren descansar). Pero el precio bajo puede atraer pasajeros que a precios normales no considerarían ni el taxi ni Uber.[[8]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn8)

[](https://i1.wp.com/focoeconomico.org/wp-content/uploads/2016/04/uber2.png)

**Figura 2:** Tarifas UberX y UberSUV en [Boston](http://howmuchisuber.com/)

[](https://i2.wp.com/focoeconomico.org/wp-content/uploads/2016/04/uber-3.png)

**Figura 3:** Tarifas de Uber en momento de extrema demanda

La existencia conjunta de regulación en el mercado de taxis y el algoritmo de precios propuesto por Uber es lo que genera valor. Mucho de la discusión en torno a Uber se ha centrado en el argumento de competencia desleal ya que los requisitos y costos para los taxistas son mayores que para los conductores de autos Uber. Naturalmente, la rentabilidad de Uber sería menor si enfrentase los mismos costos que el taxi. Sin embargo, el análisis de arriba muestra que la creación de valor no desaparecería si el costo efectivo de ofrecer un viaje en taxi o en auto Uber fuese el mismo.

A esta altura, el lector habrá notado que el origen de la entrada de Uber no es muy diferente de lo que motivó la entrada de remise hace tiempo en Argentina. Las diferencias surgen de comparar la escala de Uber y la experiencia del usuario. El avance tecnológico hace posible que Uber pueda arbitrar la regulación de los taxis de una manera más eficiente y ofrecer un servicio de mejor calidad. Por último, la elección consciente de intermediar el mercado sin invertir en una flota de autos es lo que ha permitido que Uber crezca exponencialmente y capture gran parte del valor generado en la economía.

## II Ventajas competitivas en mercados bilaterales

Como toda plataforma, Uber necesita resolver el problema del huevo y la gallina para poder existir y crecer. Los pasajeros (usuarios tipo I) sólo adoptarán el sistema en la medida en que Uber ofrezca precios atractivos y una gran flota de autos disponibles. A su vez, los conductores (usuarios tipo II) se registrarán en la plataforma, y demandarán menores márgenes, si la demanda es suficientemente grande de forma tal que le permita realizar más viajes por hora.

Esta externalidad cruzada y positiva entre los dos tipos de usuarios de la plataforma genera economías de escala en la demanda y es lo que distingue los mercados bilaterales (two-sided markets) de los mercados tradicionales. A diferencia de las economías de escala en la producción, las economías de escala de demanda parecen no tener límite. La predicción para mercados bilaterales es simple: alta concentración en el largo plazo.[[9]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn9)

Para resolver el dilema del huevo y la gallina, las empresas nuevas deben estar dispuestas a invertir mucho dinero subsidiando a sus dos tipos de usuarios con la esperanza de que la plataforma tome vuelo propio. Una vez que la masa crítica de usuarios es suficientemente grande, el negocio funciona en piloto automático gracias a los retornos crecientes de demanda. Es decir, la plataforma que logre establecerse primero tiene grandes posibilidades de dominar el mercado. Este efecto es mucho más intenso en mercados bilaterales que en mercados tradicionales y explica por qué la valuación de Uber es tan alta respecto de competidores que ofrecen similares servicios. En otras palabras, la presencia de externalidades cruzadas genera más competencia por el mercado y menos competencia en el mercado.

Uber actualmente se encuentra en la fase de expansión tratando de establecer su plataforma a nivel global y es lógico que no genere ganancias por varios años. También es lógico que los pasajeros paguen tarifas más bajas que en los taxis y que los dueños de autos Uber reciban sueldos mejores que si manejasen taxis (penetration pricing). Pero esto no tiene por qué representar lo que pasará en el futuro. No debemos olvidar que la valuación de 62 billones de dólares refleja las expectativas que los inversores tienen respecto de que Uber domine el mercado.

Consideremos por un momento el ejercicio contrafactual extremo en el cual Uber crece exponencialmente y se convierte en un monopolio absoluto. En ese caso, sería de esperar que, una vez eliminado el taxi y otros competidores, Uber suba sus tarifas y la comisión que le cobra a los choferes. Probablemente, como ha pasado con el taxi, la falta de competencia afecte negativamente la calidad del servicio recibida por los pasajeros. Desde el punto de vista de los pasajeros y choferes, el escenario de un monopolio privado podría no ser muy diferente del monopolio del taxi actual. La diferencia principal sería el destino de las rentas monopólicas.

Más allá del ejercicio, la posibilidad de que Uber incremente su poder de mercado no es menor y debería ser considerada. Sobre todo si tenemos en cuenta que la empresa posee varias cartas bajo la manga para evitar la competencia. Por ejemplo, la introducción de UberPool (disponible en Estados Unidos) genera una gran desventaja para los competidores con menor escala. De la misma manera, la introducción de programas de lealtad  o tarifas en dos partes pueden aumentar los switching costs de los pasajeros. Uber podría permitir a sus pasajeros usar la tarifa tradicional o pagar un abono mensual a cambio de un menor costo variable.

## III ¿Y entonces?

La discusión previa sugiere que, ni la prohibición, ni la libre entrada que exige Uber Argentina son buenas opciones. Las autoridades a cargo de regular la actividad deben evaluar cuidadosamente los beneficios que trae Uber con el impacto negativo en la competencia de largo plazo (apropiación de rentas y posible destrucción de valor).

En ese sentido, medidas que ayuden a fomentar la competencia presente y futura del mercado son bienvenidas. Desde la básica homogeneización de requisitos para los automóviles que transporten pasajeros (taxi, Uber, EasyTaxi, Cabify, etc.); hasta la implementación de un cambio drástico que incorpore las nuevas tecnologías en el sistema de Taxi tradicional.[[10]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftn10) No es imposible imaginar un gobierno local que desarrolle una aplicación similar a la de Uber para que sea usada entre taxis. El sistema podría incluso permitir el uso de tarifas flexibles que incluyan las externalidades por congestión a lo largo del día. Las posibilidades son ilimitadas y el debate quedará pendiente para una futura entrada.

**Referencias**

Rysman, M., 2009. The economics of two-sided markets. The Journal of Economic Perspectives, 23(3), pp.125-143. Disponible en<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.23.3.125>

[[1]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref1) Basado en la última valuación de 62 billones de dólares (<http://fortune.com/unicorns/> ).

[[2]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref2) Fuente: <http://www.hallmarkabstractllc.com/investor-vigilance-uber-and-new-york-city-taxi-medallions/>.

[[3]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref3) El uso de propinas en Estados Unidos ayuda en términos de incentivos, pero sólo parcialmente.

[[4]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref4) Una ilustración gráfica del funcionamiento del app puede verse en <http://es.wikihow.com/usar-Uber> .

[[5]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref5) Las opciones varían según el mercado. Por ejemplo, coches que pueden trasladar skis (UberSki en Utah) o viajes en helicóptero (UberChopper en Las Vegas).

[[6]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref6) La calidad puede ser definida ampliamente para que incluya elementos como la calidad objetiva del medio físico de transporte (marca y modelo del auto por ejemplo), el tiempo requerido para llegar a destino, o la calidad subjetiva del viaje (auto con aire acondicionado, necesidad de viajar parado, auto con música, chofer charlatán, etc.).

[[7]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref7) La regulación de los mercados no es necesariamente indeseable. Especialmente en mercados con externalidades como el del transporte urbano. Por ahora el supuesto implícito en el análisis es que la regulación de taxis responde a necesidades de garantizar seguridad a los viajeros y finanzas públicas (maximizar recaudación).

[[8]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref8) Uber puede resultar un sustituto o complemento al taxi dependiendo del lugar geográfico. Por ejemplo, Uber es un sustituto de los taxis en Manhattan pero un complemento en el resto de Nueva York (<http://www.economist.com/news/united-states/21661016-does-uber-substitute-cabs-or-attract-new-riders-it-depends-where-you-live-tale>)

[[9]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref9) Ejemplos de mercados bilaterales más tradicionales incluyen a las tarjetas de crédito, consolas de juegos (Playstation, Xbox) y revistas o diarios. Ver Rysman (2009) para un resumen de la literatura.

[[10]](http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/?relatedposts_hit=1&relatedposts_origin=5185&relatedposts_position=0" \l "_ftnref10) Tango Taxi es una iniciativa privada en esa dirección (<http://www.losandes.com.ar/noticia/tango-taxi> )

- La “uberización” de la economía en cinco claves (infobae.com - **22/10/16**)

La transformación digital generó un crecimiento vertiginoso de empresas que prestan servicios sin intermediarios y a través de aplicaciones, como la famosa red de transporte. Qué consecuencias puede traer en el mundo laboral y la economía mundial.

(Por Desiree Jaimovich)

Desde su lanzamiento en 2009 en San Francisco, Estados Unidos, Uber no paró de crecer. Y a ritmo vertiginoso. Hoy su valor está estimado en 62.500 millones de dólares.Tal es su éxito que su nombre se usa para describir un nuevo modelo económico caracterizado por la prestación de servicios sin intermediarios y a través de aplicaciones.Un resumen de la esencia de la plataforma que conecta pasajeros con conductores de vehículos adheridos al servicio.

No se trata de la única empresa cuyo mayor activo (si es que no es el único) está dado por la comunidad que supieron construir digitalmente. Airbnb ofrece alojamiento con la misma modalidad. También lo hicieron Bla Bla Car, que es una red para compartir transporte; Just Park, que brinda sitio para estacionar; App Envío para hacer delivery y muchos otros más dedicados a generar servicios financieros, laborales y asesoramiento jurídico, entre otras tantas cosas más.

1. Transformación digital

“La cuarta revolución industrial está muy conectada con la transformación digital que es la evolución de los negocios en un mundo conectado”, le explicó a Infobae Paulo Bonucci, vicepresidente para América Latina en Red Hat, en el marco del Foro que organizaron la semana pasada en el Hotel Hilton. Y resumió: “La “uberización” es la digitalización de los negocios”.

2. Valores más reducidos

Una de las ventajas competitivas de estas empresas es ofrecer valores más económicos que otras. Esto lo logran porque no cuentan con intermediarios y, por lo general, operan con estructuras pequeñas.

3. Personalización

Por otra parte, sus prestaciones son personalizadas, adaptadas al gusto del cliente, un verdadero diferencial que hoy se valora más que nunca.

4. Rapidez

La inmediatez. Esa es otra de las consignas de esta nueva ola. “La “uberización” o digitalización de la economía tiene que ver con romper viejos paradigmas y estar conectados con la velocidad del cambio”, analizó Sebastián Biagini, country manager de Red Hat para Argentina, Uruguay, Paraguay y Brasil.

5. Productos de bolsillo

El crecimiento de estos servicios “de bolsillo” viene acompañado con la alta penetración de smartphones en el mercado. Según datos de comScore, 9 de cada 10 personas conectadas en América Latina tienen un teléfono inteligente y el 66% de esos usuarios hicieron una compra desde sus móviles dentro de los últimos seis meses.

“Fue la tecnología que más rápido se adoptó. En sólo unos pocos años tiene una masividad increíble. Y todo indica que ocurrirá lo mismo con Internet of things, dispositivos que van a estar evaluando distintas variables, que van a estar afectando la producción, los bancos. Hoy nos tenemos que mentalizar en la vertiginosidad del cambio porque ya está entre nosotros”, destacó Biagini.

¿Disrupción creativa o amenaza laboral?

En el futuro, cada vez más cercano, se verán fábricas inteligentes. Sitios donde todos los procesos (o casi) estarán completamente automatizados gracias al avance de la nube, la inteligencia artificial e Internet de las cosas.

Esta revolución podría generar 14,2 billones de dólares a la economía mundial en los próximos 15 años, según datos de la consultora Accenture. Y todo indica que los países más desarrollados son los primeros que van a adoptar estas tecnologías.

También serán ellos los que sufran los impactos más cuestionados del sistema. Es que muchos temen que esta nueva ola de cambios genere desempleo. Se estima que la cuarta revolución podría eliminar cinco millones de empleos en las 15 naciones más industrializadas del mundo.

“Hay una redefinición de puestos, así como en la Primera Revolución Industrial había mucho trabajo manual y la máquina a vapor facilitó procesos industriales hoy también hay una redefinición. El trabajo pasa más por análisis y mejoras de procesos”, subrayó Biagini.

Por su parte, Bonucci explicó la necesidad de apostar a la capacitación continua. Y remarcó que hay muchas oportunidades de empleo en todas las áreas de la tecnología. De hecho, hay gran cantidad de puestos, dentro del mundo IT, que quedan sin cubrir.

¿Cómo es su estructura fiscal?

La estructura fiscal de Uber, construida de manera cuidadosa durante los últimos años, es muy similar a la de otras multinacionales tecnológicas como Google, Apple o Facebook. La compañía fundada por Travis Kalanick en 2009 tiene su sede internacional en Holanda, donde cuenta con un buen puñado de filiales y subsidiarias. Pero hay dos que son claves: Uber B.V., matriz de la española, y Uber International C.V.

En el año 2015, la revista Fortune desveló tras una investigación la estructura fiscal de la tecnológica: en su fórmula elimina la filial irlandesa de la ecuación y sólo se centra en Holanda. ¿Qué hace? Según esa investigación, Uber International C.V. explota la propiedad intelectual -principalmente su aplicación y la tecnología que hay detrás- de la compañía fuera de Estados Unidos.¿Cómo funciona? Cuando un pasajero paga 20 euros en un viaje, todo se ingresa en el holding B.V. Después, entre el 75% y el 80% se entrega al conductor. El resto es la comisión, que representa el ingreso para Uber.

Según el acuerdo entre el holding B.V. y Uber International C.V., la segunda debe pagar un “royalty” por explotar la propiedad intelectual que dejaría un margen de beneficio del 1%. El resto se entrega a Uber International C.V. como un “royalty”. Gracias a la ley holandesa, ese pago está exento. El último paso: ese dinero se envía a Bermuda, un paraíso fiscal, donde está ubicada su matriz.

Tal y como ha confirmado recientemente, la compañía pretende reforzar su presencia en la capital holandesa, Ámsterdam. Hoy la tecnológica cuenta con una plantilla de unos 400 empleados allí y espera expandir su equipo hasta alcanzar el millar de miembros.

**Eutifrón: la ignorancia de lo que sabemos o no acerca de lo correcto y lo incorrecto**

**El mayor problema está causado por el cambio en la forma de manejar el empleo en todo el mundo.En el pasado los profesionales de toda índole, ya fuesen taxistas o abogados, regulaban sus propias industrias fijando normas, salarios y sistemas de entrenamiento.Esos viejos modelos de los gremios que existieron por cientos de años han pasado gradualmente a ser controlados por intereses comerciales. Habrá quienes piensen que muchas de estas normas restrictivas están escritas para otra época y no toman en cuenta el auge de la economía compartida.De no ser así,sugiero no guardar rencor: cuando uno no puede detener cosas como estas, a veces es mejor adoptarlas.‘Si no puedes con tu enemigo, únete a él’. Hasta el start-down.**