

Grandes tecnológicas, *una expansión sin límites*

ÓSCAR REYES

El panorama empresarial del siglo XXI ya tiene su élite. Se le puede poner nombre propio. Amazon, Alphabet (Google), Facebook, Microsoft, Apple, Alibaba y, aun en menor grado, Uber. Se trata de compañías que surgieron de la nada, como la creada por Jeff Bezos, que empezó vendiendo libros por internet, o la liderada por Zuckerberg, que nació de una locura en edad universitaria. Pero todas estas corporaciones tienen algo en común, ser visionarios en combinar las posibilidades que ofrece la red para cubrir las necesidades y comodidades que exige la gente. Y, poco a poco, han ido creciendo, desarrollando nuevos servicios y productos que les han colocado en la cima del éxito empresarial. Sin embargo, se ha puesto el foco sobre ellas, pues hay quien las califica de monopolios. ¿Lo son?

Los reguladores en la materia no han realizado acusaciones formales. Pero, recientemente, saltó la noticia de que el Departamento de Justicia de Estados Unidos y la Comisión Federal de Comercio se estaban planteando emprender una investigación sobre el «Big Five» de las compañías tecnológicas, las llamadas GAFAM: Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft.

DIVERSIFICACIÓN: Parte de la clave del éxito de estas corporaciones es la diversificación de sus negocios. Un buen ejemplo es el de Alibaba, que cuenta con varias plataformas de comercio electrónico (Aliexpress, Taobao, Tmall), una dedicada al entretenimiento (Alibaba Digital Media and Enter-

Empresas como Google, Facebook o Apple amplían su negocio a través de la compra de otras compañías o el desarrollo de firmas subsidiarias. No obstante, la acusación de monopolio les persigue, y su poderío tiene efectos sociales y económicos

tainment Group) u otra a la geolocalización (AutoNavi). Aunque la más extendida es Alphabet (Google), que ofrece desde contenido audiovisual (con YouTube) a servicios de ciberseguridad (con Chronicle) pasando por estudios en ciencias sociosanitarias (con Verily). De hecho, el profesor del Grado en ADE de la Universidad Internacional de Valencia, Eduard Amorós, afirma que «Google nació con el objetivo de ordenar la información en internet y hacerla accesible a través de su buscador. En la actualidad, ha comprado 212 firmas que suman un valor conjunto estimado en más de 16.000 millones de euros».

Amorós destaca otra característica de este tipo de empresas que se incluye en la receta del éxito. Se trata del «desarrollo de una estrategia de marketing claramente orientada al cliente. No únicamente a satisfacer a los clientes en su experiencia con la marca y los servicios que éstas prestan, sino que quedan un paso más, y que la experiencia de la marca con el cliente llegue a enamorarlo en aquello que ofrecen». Así, añade que los usuarios de Apple «conocen el cuidado que existe en cada una de las parcelas: el diseño del producto, el «packaging», el servicio de atención al cliente, el cuidado del espacio en el punto de venta...

La fiesta de Amazon

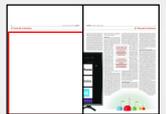
Mañana y el martes tendrá lugar el Amazon Prime Day, algo así como el Black Friday exclusivo de la compañía creada por Jeff Bezos. Las ofertas llevan unos cuantos días publicándose para que todo el mundo se entere de que no puede perderse estas 48 horas de consumismo que a Amazon le otorgan un enorme beneficio, a pesar de que los precios sean reducidos. También se trata de una buena oportunidad para las pequeñas y medianas empresas que venden a través de Amazon. La edición pasada llegaron a facturar más de 1.000 millones de dólares. Y se espera que se mejore, pues ya el año pasado se registró un récord de compras en los 17 países en los que se pudo disfrutar del Prime Day.

O la ventaja en tiempo que implica realizar una compra a través de Amazon y que te la lleven al lugar que tu elijas. Su filosofía es conseguir que la compra online sea tan fácil que el usuario no se lo piense dos veces».

PEQUEÑAS EMPRESAS: Las grandes tecnológicas comparten sectores con otras pequeñas compañías que también tienen afán de crecer. No obstante, en un contexto dominado por tan pocas empresas, que son las más competitivas por precio y calidad, expandirse sólo parece una ilusión. Por un lado, pueden aprovechar las ventajas de internet para vender productos y servicios en el extranjero, pero, por otro, la élite tecnológica está pendiente constantemente de cualquier rival que le pueda salir, y si así ocurre, lo absorbe. Práctica que ha caracterizado a Facebook, que compró Whatsapp por 19.000 millones de dólares, Instagram por 1.000 millones o Face.com por 100 millones.

En realidad, este proceder es habitual desde hace muchos años, explica el profesor de Tecnología de la EAE Business School, Ángel Barbero, y pone un ejemplo reciente de otro sector, como el de Accenture en el publicitario. Además, dice, que hay que restringir estas actitudes, «cubrir a los débiles y apoyarlos, pues en determinados mercados pueden tener problemas por su flaqueza pero, a la vez, proponer cosas muy interesantes. Por eso, no podemos permitir que Facebook los absorba y los elimine. Ésto seguirá sucediendo pero debemos imponer algo de criterio».

Continúa en la página 6



Viene de la página 5

ESTADOS UNIDOS: Todas las compañías que han llevado su expansión a límites insospechados son estadounidenses, excepto Alibaba, que es la resistencia china. El dominio tecnológico de las empresas norteamericanas es evidente y el resultado puede ser un mayor dominio corporativo de este país en el futuro, con el gigante asiático en el retrovisor.

Sin embargo, Amorós considera que Europa no se está quedando atrás. «Desde mi punto de vista, lo importante no es quién tiene el liderazgo en este área, sino en cómo se distribuye y ramifica la tecnología y el conocimiento entre las empresas y las so-

ciudades que operan en esa economía. En Europa en general y en España en particular, son multitud el número de empresas de economía digital que hoy inician su trabajo como «start-ups» y que pasan a facturar millones de euros en pocos años, como son los casos de Cabify, Glovo u OnTruck».

EMPLEO: El abanico del empleo en las grandes tecnológicas es muy extremista. Ahí está Uber, una empresa en la que su «core» está sostenido por una plantilla de repartidores y conductores registrados como autónomos y que son el paradigma de la precariedad laboral de hoy en día. Por otro lado, la misma compañía cuenta con profesionales en «big data», que también

El monopolio del petróleo

A día de hoy hablamos de monopolio en el sector de la tecnología, y si se permite es porque se trata de un mercado nuevo que aún no está del todo regulado. Eso mismo ha ocurrido anteriormente en otro sector específico y que, del mismo modo, genera unas enormes cantidades de beneficios. Se trata del petrolero, un mercado que cuando surgió (en la segunda mitad del siglo XIX) fue tomado por muy pocos empresarios, entre los que destaca el famoso John D. Rockefeller. Con el paso del tiempo, fueron surgiendo leyes antitrust para

poner coto a la expansión y acumulación de poder de estas corporaciones. La primera y más conocida de estas normas fue la Ley Sherman, aprobada el 2 de julio de 1890. Tuvo duras consecuencias en algunas compañías como Standard Oil, que llegó a cerrar en 1911. En la actualidad, aún sigue vigente la polémica sobre un monopolio petrolero, avivada incluso por el propio presidente de Estados Unidos, Donald Trump, que durante su mandato ha llegado a usar la palabra «monopolio» para calificar a la OPEP.





son claves en su modelo de negocio, pero a diferencia de los anteriores, están contratados y tienen una nómina privilegiada.

Amorós comenta que «observamos a través de los medios de comunicación noticias como la precariedad a la que están sometidos muchos trabajadores, la polémica sobre las VTC en el sector del taxi, o el choque cultural y económico al pequeño comercio tradicional a través de marcas como Amazon, o cualquier plataforma de comercio electrónico de cualquier lugar del mundo. Se trata de cambios en el mercado que generan problemas para unos y oportunidades para otros. Para el comerciante que tiene un negocio tradicional es un problema, lo que para un desempleado

puede suponer abrir un e-commerce y empezar a comercializar productos a un coste muchísimo menor».

IMPUESTOS: Una de las grandes polémicas que rodea a las grandes tecnológicas es la de los impuestos. Materia muy peligrosa, pues estas empresas pueden granjearse la enemistad de los consumidores. Para que nada se salga del tiesto, los estados ya se plantean cambiar la regulación con el objetivo de que estas compañías paguen una mayor tributación, correspondiente a los ingresos que obtienen no sólo en su país de origen, sino en todos los que realizan sus negocios. Francia acaba de aprobar un proyecto de ley a este respecto, siendo pionera, y abriendo la veda a que otros estados europeos sigan su camino. En España, también entra en los planes del Gobierno de Pedro Sánchez. Desde el Banco Centras Europeo han avisado recientemente de los «peligros» que supone que estas empresas no desarrollen sus negocios bajo un abanico legal que les iguale al resto de compañías y que haga justicia social.

Amorós se muestra a favor de que las grandes tecnológicas paguen más impuestos por una simple razón de justicia social y corporativa: «En el escenario actual, en el caso de la fiscalidad, nos encontramos que son precisamente las pequeñas empresas las que soportan la mayor carga fiscal. Nuestro sistema social requiere del pago de impuestos para atender los servicios de la ciudadanía y sobre todo de las personas más desfavorecidas. En este sentido, es de justicia, de sentido común y de urgencia que aquellas empresas que más ganan, con muchísima diferencia, y que son, paradójicamente, las que menos tributan, paguen impuestos como lo hacen el resto. Si opero en un sistema social, y gano, es lógico y justo que reportar y aportar al lugar donde opero, y donde vivimos todos».

El no pagar impuestos por todos

sus beneficios es uno de los aspectos que ayuda a las grandes tecnológicas a monopolizar los mercados. Cuantos menos tributos pagas, más te puedes permitir rebajar el precio del producto final. Así, se crea un problema de competencia entre, por ejemplo, las compañías de nacionalidad española que pagan todos sus tasas en nuestro país y las que están inscrita fuera pero obtienen ingresos en España no tributan todo lo que deberían por los beneficios obtenidos aquí, como Google, que «paga 1.000 euros al fisco cuando es evidente que genera mucho más». Para resolverlo, Barrero manifiesta que los reguladores tienen que «pensar en flujos de dinero y no en fronteras», para llegar a establecer una legislación que se adapte a la realidad.

Pero, además, encontramos otra situación similar en un sector como el de los taxis. Los que circulan con licencia de una ciudad española deben someterse a la legislación local. No obstante, llega Uber y cuenta con unas reglas más laxas porque es una entidad supranacional, que en realidad opera desde fuera del país y no está sujeta a la legislación local. De ese modo, hay otro problema de competencia en cuanto a la flexibilidad y calidad del servicio. En conclusión, Barrero opina que una de las cuestiones que se han de resolver a día de hoy es que «hay muchas empresas trabajando en un mismo territorio pero que no lo hacen bajo las mismas condiciones».

SUPRANACIONAL: Éste es uno de los inconvenientes de que las empresas tecnológicas se hayan convertido en corporaciones supranacionales, que superan el poder de los propios estados. Primero, porque las legislaciones nacionales no son capaces de

regularlas y, segundo, porque cuentan con herramientas para desarrollar las mismas competencias que un país. El caso más claro es el reciente anuncio de Facebook de acuñar una moneda propia, Libra, lo cual correspondería a los bancos centrales.

Lo mismo se puede decir de la acumulación de datos personales. Las compañías de la élite tecnológica disfrutaban de una cantidad de información sobre los ciudadanos superior a la que poseen las naciones. Así que, señala Barrero, también sería importante emprender una regulación en cuanto a los datos de los que disfrutaban estas empresas.

LIBERTAD O REGULACIÓN: En definitiva, el debate sobre si Amazon, Alibaba, Apple, Uber, Microsoft, Alphabet y Facebook son monopolios acaba con una pregunta: ¿Habría que dejarles total libertad, o se debe regular su expansión? Para Amorós, «si la total libertad va acompañada de total responsabilidad, podría estar de acuerdo» con permitirles ampliar el negocio, «pero todos sabemos que no es así. Es importante regular las situaciones en las que se crean grandes desigualdades entre los muy grandes y los muy pequeños».

Por su parte, Barbero apunta que hay que tener cierto cuidado a la hora de regular porque «si restringimos demasiado, podemos quitar la posibilidad de hacer los mercados más eficientes para el usuario. Los modelos legales tienen que hacer cumplir los derechos del consumidor pero también favorecer la evolución de los sectores y que los negocios sean mejores para todos». No obstante, no cree que se alcance una regulación adecuada, que con el equilibrio perfecto entre libertad y restricción, porque «nadie está trabajando en ella. Las entidades supranacionales no lo están discutiendo, en la Comunidad Europea no tienen sobre la mesa cuestiones como el comercio electrónico».

A pesar de ello, afirma que no queda otra de que la legislación y los modelos empresariales se vayan adaptando al nuevo contexto, desarrollando nuevos ámbitos «antitrust» que eviten las desventajas competitivas. Por ese motivo, augura un futuro cercano en el que «no veremos tantos conglomerados corporativos tan grandes». Eso sí, Facebook, Apple, Amazon, Alphabet, Alibaba, Microsoft, Uber... Todas ya han reunido el suficiente para que cualquier acusación de monopolio no las merme demasiado.

«Google paga 1.000 euros a la Hacienda española cuando es evidente que genera muchos más beneficios en nuestro país»

«Es importante regular las situaciones en las que se crean enormes desigualdades entre los muy grandes y los muy pequeños»

