

● **Visto así...**
 ECONOMÍA **e**



MIGUEL ROSIQUE
 Socio de Pragma Business Consulting y Profesor FBS

Volver al 1.0 sólo cuando interesa

Una de las grandes bondades de la revolución digital que nos invade es la facilidad de crear nuevos modelos de negocio. Hay todo tipo de webs y todo tipo de apps. Ahora es más fácil que nunca montar una tienda, lanzar un producto u ofrecer un servicio. La burbuja del emprendimiento ha tenido en lo digital un canal inmejorable para expandirse. Mi cuñado dejó una multinacional francesa para iniciar un negocio de productos delicatessen por internet y ahora vende cerezas del Valle de Jerte a medio mundo. Y es que ser uno dueño de su propio negocio significa ponerse el sueldo y el horario.

La app más famosa del mundo es sin duda Uber. Ya hemos comentado otras veces que se trata de una aplicación que pone en contacto a personas que tienen coche con clientes que quieren que les lleven a un destino. Una especie de taxi privado que en Estados Unidos arrasa por su popularidad (en España y otros países de la UE está prohibida por competir con el sector del taxi tradicional). Por tanto, hay personas que se ganan la vida llevando a otras con sólo hacer un clic. No les hace falta ni anunciarse: es la propia app de Uber la que les asigna los clientes. Un conductor que usa Uber trabaja cuando y cuanto quiere. En nuestro país sería un autónomo en toda regla.

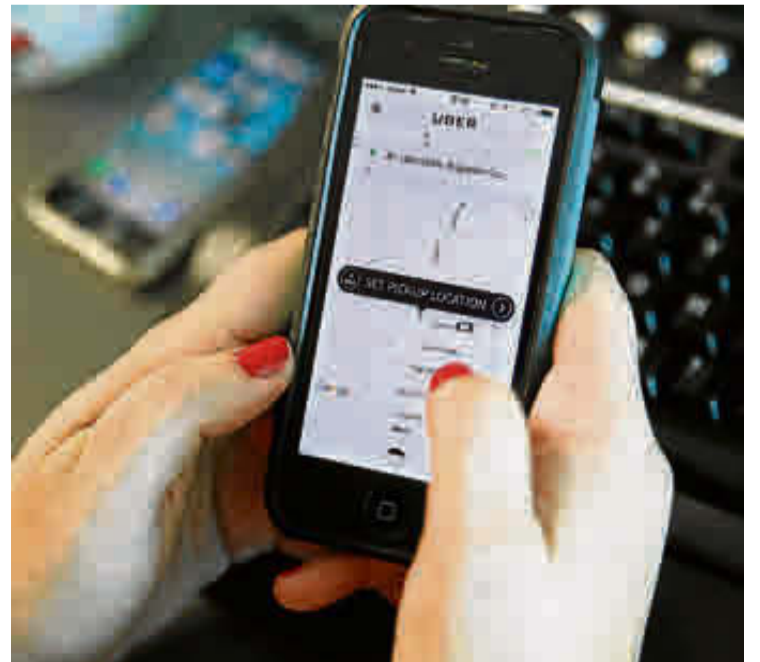
Pues no. Uber ha tenido que pagar 100 millones de dólares a los conductores de Estados Unidos para que éstos retiraran la demanda contra la empresa porque reclamaban

sus derechos como empleados. Les explico. Los conductores decían que ellos no eran autónomos, y que tenían derecho a los beneficios propios de un empleado (despidos, seguros, etcétera). La empresa tecnológica ha preferido pagar a los más 385.000 conductores que le demandaron para que acepten ser autónomos en lugar de empleados. (Los conductores de Uber que demandaron no estaban sujetos a un horario fijo ni a una facturación mínima, sólo se les expulsaba de la red Uber si los usuarios los puntuaban mal).

Claro, esto ha hecho que otros negocios digitales que siguen un modelo similar se hayan empezado a poner nerviosos. Si usted entra en una web donde se ofrecen expertos en planchar camisas y solicita un servicio, la plataforma le asigna un planchista, pero si ése planchista se considera empleado de la empresa que gestiona la web, se cae el modelo de negocio, porque el modelo es conectar una demanda con una oferta. Que no es lo mismo que tener empleados a sueldo esperando a que usted solicite el servicio: eso es una tintorería de toda la vida.

La revolución del 4.0 es un alud imparable... Pero ¡Ay, amigo! A la hora de la verdad no queremos perder los privilegios de la era 1.0. Mala cosa. Y peor eso de ser autónomo con lo bien que se vive de empleado. ¿No nos había traído esta era digital un montón de emprendedores? Emprendedores con mentalidad de asalariado.

EFE/Juan Ignacio Mazzoni



Un usuario con la aplicación de Uber.