



¿LA MANO INVISIBLE DE UBER?

Por Fernando Fuentes* y Carlos Ponce**

*Ph.D. © y M.A. en Economía, U Georgetown, Estados Unidos. Académico FEN UAH

** Ph.D. en Economía, U de California, Estados Unidos. Académico FEN UAH

Oe

Uber es –en términos técnicos– lo que los economistas llamamos una plataforma. En términos sencillos, es un intermediario que conecta de manera online a oferentes de servicios de transporte con demandantes de los mismos. Su modelo de negocios es simple. Por un lado, la empresa registra a todos aquellos conductores privados que estén dispuestos a ofrecer el servicio de transporte. Por el otro, los potenciales pasajeros “descargan” una app –un programa que se instala en un teléfono móvil– a través de la cual solicitan los servicios de un conductor registrado en Uber. La empresa fija el precio estimado del viaje demandado y la transacción se ejecuta. En términos generales, el 80% del precio del viaje constituye la retribución al conductor mientras que Uber retiene el 20% restante.

¿Cuánto vale Uber? En diciembre del año pasado, en una ronda de financiación, Uber fue valuada en 62.500 millones de dólares. Visto en perspectiva, su valor es relativamente modesto si se lo compara con el valor de Apple (cotizada en 724.000 millones de dólares). Pero tal diferencia es engañosa, ya que el valor de la compañía supera, por ejemplo, al valor de Netflix, Pay-Pal, eBay, Ford y General Motors. Puede pensarse que tal cotización es simplemente una “burbuja”, especialmente si se tiene en cuenta los problemas y costos legales que la compañía enfrenta en distintos países del mundo –se conoce que, solo en Estados Unidos, Uber ha pagado alrededor de 100 millones de dólares para resolver una demanda pendiente contra la empresa. Sin embargo, tal valoración refleja, al menos parcialmente, las expectativas sobre la rentabilidad de la empresa en el mediano plazo.

¿De donde provienen entonces los posibles beneficios de Uber? ¿Reflejan estos beneficios la contribución social de la compañía al mercado de transporte? ¿Cuales son las ganancias de eficiencia debido a la presencia de Uber? ¿Por qué es Uber tan resistido en muchos países?

UBER Y LA EFICIENCIA DEL MERCADO DE TAXIS

La tecnología utilizada en el mercado de taxis es simple: un auto-

móvil – la unidad de capital– y un conductor, la unidad de trabajo. Estos bajos requerimientos de capital y habilidades laborales debiesen hacer de la industria del taxi un sector con bajas barreras de entrada. Sin embargo, en la mayoría de las ciudades del mundo el número de licencias de taxis y el precio de los viajes se determina a través de regulaciones gubernamentales.

Estas regulaciones afectan el funcionamiento de la industria y contribuyen a la aparición de soluciones creativas por parte del mercado. Por un lado, es altamente probable que el número de licencias de taxis otorgadas por los gobiernos sea menor a la que existiría en un mercado con libre entrada y salida. Esto contribuye a la creación de rentas que hace atractiva la entrada a la industria. Uber es solo un reflejo de que –en un mercado con libre entrada– el número de taxis sería potencialmente mayor y el precio de los viajes sustancialmente menor.

Pero Uber se aprovecha especialmente de la interacción entre estas regulaciones gubernamentales y el proceso de búsqueda de taxistas y pasajeros que caracteriza a esta industria. Para entender este aspecto, recuerde que los precios de los viajes en taxi son constantes a lo largo del día y por lo tanto independientes de la demanda y oferta horaria. En un mercado libre, el precio de los viajes sería menor durante aquellas horas del día para las cuales la demanda de viajes es inferior a la oferta disponible de taxis. De manera similar, el precio se elevaría durante aquellas horas peak para las cuales la oferta disponible de taxis es superada por las necesidades de los pasajeros.

Estos desequilibrios entre la oferta y la demanda horaria de taxis generan oportunidades de beneficios, y Uber las explota de manera inteligente. ¿Cómo? Uber imita, a través de un algoritmo, el funcionamiento del sistema de precios de un mercado libre. En términos más precisos, las principales características de este sistema son las siguientes. Por un lado, los pasajeros conocen, ex-ante, el precio estimado del viaje. Por otro lado, el precio del viaje varía de acuerdo a

la hora del día. En periodos de alta demanda, Uber fija precios más elevados e incentiva a que muchos conductores decidan entrar instantáneamente al mercado, mientras que en periodos de demanda baja, fija precios menores desalentando la entrada de conductores y haciendo más atractiva la demanda de viajes. Jugar a la “mano invisible” del mercado le reporta considerables beneficios a la empresa.

Pero Uber no solo agrega valor equilibrando oferta y demanda, sino que también ha mejorado la eficiencia del servicio de viajes en muchas ciudades del mundo. En un reciente estudio, Cramer y Krueger (2016) encuentran que algunas ciudades de Estados Unidos: Los Ángeles, New York y Seattle, por ejemplo, los conductores de Uber conducen una fracción substancialmente mayor con pasajeros en sus automóviles que la correspondiente fracción de los conductores de taxis. En otras palabras, el cambio tecnológico explotado por Uber disminuye las fricciones del mercado y permite que las personas encuentren, con alta probabilidad, el servicio de transporte que necesitan en menor tiempo.

El potencial mejor servicio de Uber podría imponer presiones competitivas para que la industria de los taxis mejore sus prestaciones de calidad, eliminando malas prácticas que se han convertido en “leyendas urbanas”: la adulteración de taxímetros, el cobro excesivo a extranjeros, el mal trato a las personas que demandan “carreras cortas”, e incluso, el negarse a prestar tales carreras.

Pero no todas son buenas noticias. La economía de las plataformas ha sido estudiada en detalle en los últimos años. Muchas de las predicciones de los economistas suelen ser sombrías: las grandes plataformas, como es el caso de Uber, pueden eliminar la competencia para transformarse luego en monopolios del servicio ofrecido. Algunas de estas preocupaciones ya se han manifestado en la arena pública. El juez del distrito de Manhattan argumenta que Uber, en forma conjunta con los conductores, son responsables de conspiración, puesto que todos siguen el precio fijado por el algoritmo cuando en muchos casos podrían ofrecer el servicio a un precio menor –véase, por ejemplo, “Uber CEO must face price-fixing lawsuit by passengers: U.S. judge”.

LA ECONOMÍA POLÍTICA DEL CASO UBER

El proceso de adopción tecnológico es, para ponerlo en términos de Joseph Schumpeter (1942), un proceso de destrucción creativa. Nuevas formas de producir, nuevos bienes y nuevas prácticas organizativas reemplazan a las antiguas. Algunos ejemplos ilustran este fenómeno de manera clara. Internet se impuso al fax, los computadores personales a las máquinas de escribir – hoy transformadas en preciosos objetos de colección –, la telefonía móvil a la telefonía local, o la televisión por cable al arriendo de películas. En un caso más cercano al problema aquí tratado, es evidente que la aparición de empresas como Safer Taxi, ha implicado la casi desaparición de los llamados “radio-taxis”.

Pero el hecho de que la creatividad sea destructiva es el germen que explica la lenta adopción de tecnologías en muchos países. Los cambios tecnológicos generan ganadores y perdedores. Estos últimos, como es previsible, resisten la introducción de nuevos modelos comerciales que eliminen sus rentas. Por ejemplo, con el advenimiento de la revolución industrial a fines del siglo XVIII, los artesanos ingleses formaron una coalición conocida como Ludismo. Los luditas resistían la introducción de telares industriales que permitían que personas sin entrenamientos realizaran tareas que antes solo podían llevar a cabo obreros textiles especializados. En la actualidad, la industria de la música resiste el avance de las tecnologías peer-

to-peer –P2P– que permiten compartir e intercambiar información cuyo contenido está sujeto a las leyes de copyright. Los millonarios recursos de esta industria se han transformado en la principal fuente de presión política para impedir el crecimiento en el uso de estas tecnologías.

El caso de Uber no es distinto. La introducción de esta nueva tecnología es resistida por la industria del taxi en casi todos los países del mundo. Las manifestaciones más claras de esta resistencia aparecen en forma de paro de taxistas, violencia contra los conductores de Uber y demandas legales de todo tipo. Veamos algunos ejemplos.

En España, una sentencia de un tribunal de Madrid en el año 2014 obligó al cierre de Uber. En Brasil, un país donde los taxistas están muy bien organizados, las protestas contra Uber son frecuentes. Sin embargo, recientemente, Uber es un servicio regulado y legal en Sao Paulo. En Francia, las disputas regulatorias entre Uber y el gobierno desembocaron en masivas manifestaciones violentas de los taxistas hacia finales de junio de 2015. En Colombia, el uso de la fuerza por parte de los taxistas ha logrado bloquear el funcionamiento de Uber. Sin embargo, Uber opera en más de 100 ciudades de Estados Unidos. La aplicación se utiliza también de manera regular desde 2012 en Toronto y Montreal. En Reino Unido e Irlanda Uber funciona bajo el sistema de regulación de transporte público.

DESAFÍOS FUTUROS

Oe

El principal desafío social que surge del advenimiento de nuevas tecnologías es el diseño de marcos regulatorios que promuevan la eficiencia y el bienestar de la sociedad. Los marcos regulatorios actuales no siempre se acomodan a las nuevas necesidades y modelos organizativos de las nuevas industrias. Uber es un ejemplo. Es cierto que los taxistas están sometidos a exigencias regulatorias distintas a las de Uber. Por ejemplo, los conductores de taxis están obligados a obtener una licencia de conducir especial; al uso de vehículos con una antigüedad máxima más restrictiva; y a la realización de más de una revisión técnica anual, entre otras. Sin embargo, sucumbir a las presiones de grupos organizados para evitar la introducción de nuevas prácticas comerciales está lejos de ser la respuesta social óptima. Los países en desarrollo, como lo es Chile, no pueden negarse la adopción de nuevas y mejores tecnologías que incrementan la productividad y contribuyen a un crecimiento económico sostenido. Por ello, el desafío no es prohibir Uber o llenar a Uber de restricciones regulatorias que terminen impidiendo su funcionamiento. Por el contrario, es generar una nueva estructura regulatoria que permita incorporar los cambios tecnológicos para mejorar el bienestar de los consumidores, eliminando asimismo las asimetrías normativas que pudieran existir.

En nuestra opinión, la actividad de transporte debiera ser llevada a cabo tanto por el servicio convencional de taxis como por las nuevas empresas o plataformas de servicios. Sin embargo, el sector tradicional de taxis solo podrá competir con nuevas modalidades al estilo Uber si las regulaciones que enfrenta son modificadas o directamente eliminadas. Por ejemplo, las condiciones de operación de los vehículos debieran ser iguales para ambos segmentos. Las nuevas regulaciones debieran también permitir que los taxistas decidieran su precio libremente, utilizando, si así lo considerasen, plataformas virtuales tipo Uber. En definitiva, el verdadero desafío es crear condiciones de mercado competitivas, con regulaciones simétricas, que incentiven la innovación y la introducción de nuevas tecnologías que potencian un mejor servicio a los consumidores. ■