

De cómo las compañías “sociales” han cambiado la tecnología tradicional

A partir del 2010 hemos visto el crecimiento de compañías como Uber, Airbnb o Netflix que proveen un servicio que anteriormente contratábamos vía teléfono, mediante alguna agencia o bien a la salida de algún centro comercial.

Con la llegada del internet y la movilidad, llamese tablets o smartphones los “emprendedores” vieron la necesidad de resolver alguna necesidad del mundo actual. Sin embargo, para los modelos “tradicionales” como taxis, la hotelería o la televisión este tipo de servicios –se está observando– son una amenaza hacia sus ingresos. Algunos llaman a esta tendencia una novedad, otros una disrupción, en este caso lo llamaremos una construcción social.

En las próximas líneas desarrollaremos el concepto de construcción social de este tipo de tecnologías que han tenido gran aceptación a nivel mundial.

Claro está que similares plataformas existen en el mundo, no obstante y en particular Uber ha tenido problemas en Francia, California (donde irónicamente nació), Colombia e, inclusive México donde recientemente se publicó una regulación para su servicio. Y es que debido al éxito de las plataformas no puede haber otra explicación sino que fueron construidas (desarrolladas) especialmente para responder a las necesidades de ciertos sectores de la población.



A
i
r
b
n
b

La primera plataforma a desarrollar es Airbnb. Esta plataforma de renta de cuartos a precios, más económicos que un hotel. Cuenta con una plantilla de 11 millones de huéspedes a nivel mundial, según reporta el portal inc.com. Airbnb permite, al igual que Uber, calificar al huésped y a quien ofrece el servicio.

Su operación a nivel mundial ha dado a los operadores de servicios turísticos, como hoteles, hostales B&B y casas de huéspedes dolores de cabeza. Principalmente por la falta de regulación del servicio, es decir: impuestos.

Por ejemplo en 2014 el portal CNET reportó que en la ciudad de San Francisco, los hospedantes deberían ofrecer sus habitaciones en zonas comerciales y no suburbios, como generalmente ocurre con la plataforma. En este sentido, el mismo portal reportó que el costo era un 50 por ciento menor al costo promedio de noche en un hotel de la zona.

Lo cual implica que para el usuario, el costo económico representa un factor determinante para los viajeros de placer quienes están una o dos noches en ciertas ciudades.

El caso de AirBnb obedece a la necesidad que tienen algunos “proveedores de servicio” de obtener ingresos extras por habitaciones con las que cuentan sus casas o departamentos. Por el otro lado, los turistas buscan cuartos disponibles de “último momento” sin mucho éxito, usando las plataformas tradicionales. De tal manera que al existir oferta y demanda de estos servicios es comprensible que AirBnb se consolide como un operador de cuartos a nivel mundial, que vaya modificando (hasta cierto punto) la manera en la que la industria hotelera está trabajando.

Netflix



A pesar de iniciar como una compañía que distribuía películas vía correo postal, a partir de 1999 comenzó a apostar por el streaming digital.

Al 15 de abril de este año, la compañía cuenta con 60 millones de suscriptores a nivel mundial, lo que la convierte en una fuerte alternativa para la televisión por cable. De acuerdo con cifras de The Competitive Unit y Datisis, para 2018 el número de suscriptores de este tipo de plataformas llegaría a los 12 millones de cuentas. Lo que realmente sustituye el modelo de televisión de paga o de televisión abierta.

Es más, modelos como Netflix donde los usuarios consumen los contenidos de manera online o bajo demanda, parece ser más una forma de nuevo consumo de contenidos. El cual había sido transformado desde la llegada de Youtube. Es decir, ahora son los “televidentes” quienes deciden qué contenidos observar, no lo que la televisora quiere que vean, sino que ahora ellos tienen el poder de decidir.

Esta forma de construcción social ha permitido que la televisión tradicional o aérea empiece a tambalearse en términos de publicidad y ser redituable. En números de IAB, la inversión en medios de comunicación en internet en 2014 llegó a los 11,007 millones de pesos (poco más de 650 mil USD) lo cual implica que más inversión está llegando a los medios digitales.

Por otro lado, existen ya temas regulatorios para plataformas OTT y Colombia está viendo la manera en la que a este tipo de servicios se les aplique una ley que regule su funcionamiento.

Uber



La cualidad de Uber ha sido ampliamente discutida en Siliconweek. Desde los avances que ha tenido la plataforma con diferentes tipos de servicios, hasta las regulaciones a las que ha sido sometido este servicio.

De acuerdo con datos de Uber, la Ciudad de México cuenta con más de medio millón de usuarios, lo que puede suponer que su base de usuarios a nivel México puede llegar al millón en todas las ciudades donde opera. Datos de businessinsider.com la compañía de solo 4 años de existencia puede llegar a los 10 mil millones de dólares por año. Sin embargo, las recientes regulaciones como que los “socios” (conductores) deben tener un contrato con la empresa, la adopción de

automóviles con valor superior a los 200 mil pesos mexicanos (11800 USD), y la competencia en todos los países donde está presente, hacen que la compañía pueda bajar su rendimiento.

Sin embargo, el relativo éxito que ha tenido la plataforma al ofrecer un servicio de transporte personal implica que la construcción social de dicha compañía ha sido solo darle una solución a un problema de transporte. Como habíamos señalado, ese tipo de servicio se podía contratar marcando a un teléfono de chofer y pedir el transporte, no obstante para la gente de Uber, el uso y desarrollo de la aplicación y la plataforma para conectar un prestador de servicio y un usuario significó el éxito de la plataforma.

La facilidad de acceso a plataformas móviles, cada vez con mayor penetración, podrá facilitar la adopción y desarrollo de este tipo de servicios. No obstante esa construcción social de la que hablamos, al subsanar una necesidad puntual de usuarios, permite que este tipo de tecnologías puedan disruptir en el escenario. Veremos si las leyes y regulaciones que se imponen a estos servicios se adaptan a las necesidades del neoliberalismo económico, o bien, son la daga en la espalda que elimine a los nuevos competidores, por dañar los modelos tradicionales.