

# *Las burbujas de la economía digital*

Jaime Vegas Carrillo de Albornoz

Durante los últimos 20 años hemos vivido la aparición y consolidación de la llamada Nueva Economía o Economía Digital, siendo esta la economía movida por las nuevas tecnologías, Internet, la generación de contenidos, o las comunicaciones digitales.

Esta Nueva Economía en su corto periodo de vida, ya ha sufrido caídas y recuperaciones propias del sistema económico actual, e incluso ha visto nacer, crecer y asentarse a algunas de las empresas actualmente más importantes del mundo como son Google o Apple.

Ahora bien, en los últimos cuatro o cinco años, se está experimentando un gran crecimiento en el sector centrado especialmente en las *start-up*, empresas creadas por emprendedores que buscan introducirse en este mercado digital.

El problema es que se puede estar alimentando una burbuja en la que se está dando un valor muy superior a estas empresas del que realmente tienen.

Pero para poder analizar dicho problema conviene antes establecer las bases de esta Economía Digital, así como un repaso a su historia, en la que ya ha experimentado el pinchazo de una burbuja económica en mi opinión similar a la que nos encontramos ahora.

## **La evolución de la Economía Digital**

A finales de los años 90 surge el término de Economía Digital o Nueva Economía para referirse a la evolución económica de la industria del conocimiento y las tecnologías de la comunicación, las cuales produjeron la subida del Producto Interior Bruto de EEUU durante cien meses seguidos.

Surgió entonces el auge del NASDAQ, la bolsa electrónica de los Estados Unidos, en la cual cotizan las principales empresas digitales.

En este momento comenzó una época de grandes incrementos del precio de las acciones de estas empresas tecnológicas, principalmente basadas en Internet, aumentando su valor, las cuales, alimentadas por la especulación de inversores que buscaban conseguir una gran rentabilidad con sus gestiones en ese buen momento del mercado, alcanzaban unas valoraciones muy superiores al valor real que tenía la empresa.

Este fue el comienzo de la primera burbuja económica de esta Economía Digital, la burbuja de las puntocom. Técnicamente estas burbujas económicas pasan por una serie de fases en las que podemos identificar:

- Incremento de precio de las acciones.
- Compras especulativas: Inversores compran para vender a un precio mayor.
- Exuberancia: La “Exuberancia Irracional” es un término al que se refirió el por entonces presidente de la Reserva Federal de los EEUU en los años 90, concretamente en referencia a la burbuja puntocom, para avisar de esta sobrevaloración que se estaba produciendo en determinadas empresas.
- Etapa crítica: Empiezan a escasear los compradores de acciones.
- Crash: Ante la falta de compradores, los dueños de las acciones intentan vender de forma masiva, para evitar perder la totalidad de sus ingresos. Esto desemboca en la pérdida de valor de las acciones.

Tras la caída en el año 2000 del índice del NASDAQ muchas de estas empresas desaparecieron bien por caer en quiebra, o por la fusión con otras.

El final de este periodo negro de la Nueva Economía se dio con la aparición de las nuevas grandes empresas digitales como Google, que pronto se asentaron en el mercado esta vez de forma fiable.

### La nueva burbuja económica

En este contexto, tras la caída y resurgimiento de la Economía Digital, en los últimos tiempos se ha estado buscando nuevas formas de negocio, y de enfocar la actividad empresarial en este mundo.

Así comenzaron a surgir las *start-up*, estas empresas asociadas al mundo de las TIC, que buscan innovar desarrollando productos que cubran necesidades en la sociedad ya sean de entretenimiento, información o comunicaciones.

Con el auge de las tecnologías de datos móviles, y de dispositivos Smartphone, que nos permiten acceder a cualquier tipo de contenido digital en cualquier parte del mundo, han empezado a aparecer miles de *start-up* que buscan emular el modelo que han seguido algunas de las empresas más grandes del mundo como Google, Facebook o Apple.

Concretamente es en el mercado de las aplicaciones móviles donde están surgiendo la mayor cantidad de estas empresas, buscando la oportunidad de revalorizarse consiguiendo una venta millonaria. Y el caso es que algunas ya lo han conseguido como Whatsapp o Instagram que se vendieron por varios miles de millones de dólares a Facebook.

La cuestión que nos debemos plantear ahora es si realmente estamos ante empresas que valen esa cantidad de dinero, o si de nuevo está apareciendo un caso de especulación que podría llevarnos a una nueva burbuja económica.

## El club de los Unicornios

Precisamente todas las *start-up* buscan ser la nueva gallina de los huevos de oro, que permita enriquecer a sus creadores, como es lógico, ya que toda empresa buscará generar beneficios, cuantos más mejor.

Y en este punto es donde aparece el conocido como “Club de los Unicornios”, *start-up* que han conseguido alcanzar un valor de mercado superior a los mil millones de dólares (1 billion), aunque su valor real sea muy inferior. Como el animal mitológico al que hacen referencia, el valor de estas empresas no existe, y se basa en las expectativas que esta empresa crea en función muchas veces del número de usuarios que tiene, o la cantidad de información que maneja.

Aun así todas las nuevas *start-up* aparecen con la confianza de unirse a este selecto club.

TOTAL EQUITY FUNDING	LATEST VALUATION	LATEST VALUATION DATE	YEAR FOUNDED	ROUNDS OF FUNDING
<b>Xiaomi</b> \$347 million	\$10.0 billion	June 12	2010	4
<b>Dropbox</b> \$507 million	\$10.0 billion	Dec. 13	2007	5
<b>Palantir</b> \$594 million	\$9.0 billion	Sept. 13	2004	5
<b>Jingdong</b> \$2.2 billion	\$7.3 billion	Nov. 12	2004	4
<b>Zalando</b> \$49 million	\$4.9 billion	Oct. 13	2008	8
<b>SpaceX</b> \$115 million	\$4.8 billion	Dec. 12	2002	4
<b>Spotify</b> \$521 million	\$4.0 billion	Nov. 13	2006	6
<b>Pinterest</b> \$526 million	\$3.8 billion	Oct. 13	2008	7
<b>Uber</b> \$405 million	\$3.8 billion	Aug. 13	2009	4
<b>Square</b> \$345 million	\$3.3 billion	Sept. 12	2009	6
<b>VANCL</b> \$472 million	\$3.0 billion	Dec. 11	2005	7
<b>Bloom Energy</b> \$0.6 billion	\$2.9 billion	Sept. 11	2001	6
<b>Airbnb</b> \$325 million	\$2.5 billion	Oct. 12	2008	6
<b>Woodman Labs</b> \$200 million	\$2.3 billion	Dec. 12	2009	2
<b>Trendy Group</b> \$200 million	\$2.0 billion	Feb. 12	1999	1
<b>Box</b> \$399 million	\$2.0 billion	Dec. 13	2005	9
<b>Snapchat</b> \$125 million	\$2.0 billion	Nov. 13	2012	3
<b>Stripe</b> \$120 million	\$1.8 billion	Jan. 14	2010	4

Valores reales y de mercado del Club de los Unicornios

Como se observa en la gráfica, a este club de los Unicornios pertenecen empresas tanto hardware como software.

## El peligro de los Unicornios

Es fácil observar las similitudes que tienen estas empresas unicornio, con los comienzos de una nueva burbuja económica en la Economía Digital. Muchos inversores ven en la aparición de nuevas *start-up* una oportunidad de enriquecerse, especulando con su crecimiento, pero que en muchos casos este no tiene por qué llegar a darse.

Es este punto donde hay que llevar especial cuidado, ya que muchas de estas nuevas empresas basan su éxito, y sus expectativas de crecimiento, en los gustos temporales (y efímeros en muchos casos) de sus usuarios. Así una nueva aplicación que tiene un importante número de usuarios activos en un comienzo puede acabar siendo usada por una cantidad marginal de los mismos, bien por que pierde la novedad, o bien porque se ve superada por una rival que incluye características más atractivas.

Incluso no habría que suponer que porque una determinada aplicación esté muy asentada entre los usuarios, no pueda perder de pronto una gran cuota de los mismos por la aparición de otra, o la pérdida de interés.

Esta pérdida de usuarios supondría presumiblemente el fin de la aplicación, ya que en gran medida los ingresos percibidos por ella se basan en la cantidad de usuarios que tiene, bien para publicidad, o bien por el manejo que hagan de la información de los mismos. Por tanto la pérdida de usuarios supone la pérdida de valor de la empresa.

En definitiva, es probable, y casi diría que inevitable, que esta burbuja que se está formando en torno a las *start-up* tecnológicas, y más concretamente a las basadas en las aplicaciones móviles, acabe explotando, simplemente por los ciclos por los que pasan las mismas (véase la pérdida de popularidad de Angry Birds, con la correspondiente pérdida de valor de Rovio, su empresa desarrolladora).

Pero al igual que la pérdida de popularidad forma parte del ciclo de vida natural de una aplicación o sitio web, las burbujas también forman parte del ciclo económico de cualquier sector (Crack del 19 o la Crisis de 2008). Así ante la posible caída de estas empresas unicornio, nos encontraremos con que algunas serán capaces de sobrevivir, así como con la aparición de otras nuevas que sean capaces de asentarse en el mercado como hicieron Google o Facebook tras la burbuja de las puntocom. Lo importante es ser capaces de prever estas caídas y mitigar en su mayoría os efectos que puedan tener tanto en su sector como en otros.