

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

Unidos, en 2015 comenzaron a llegar a nuestro país varias compañías de esas características. Aparte de Uber, están DiDi, Cabify y Beat, entre las más conocidas.

Impactos

EL MÉRITO INICIAL le corresponde a la estadounidense Uber, que vio la luz en 2009, en San Francisco California, de la mano de los emprendedores Garret Camp y Travis Kalanick. La nueva empresa revolucionó los mercados mundiales del transporte de personas y mercancías, con su modelo operativo de “autoempleo” mediante plataforma digital APP, pero al mismo tiempo causó fuertes impactos positivos y negativos en varios aspectos. Principalmente en lo laboral y fiscal, inicialmente sin pago de impuestos, por lo que Uber y sus competidoras pudieron ofrecer mejores tarifas que los taxis tradicionales; asimismo con sus sistemas de trabajo en horario flexible para los conductores, y para los pasajeros con cobro mediante tarjeta bancaria y en efectivo. Con tales innovaciones comenzaron a arrebatarles clientes a los taxis, logrando un fuerte posicionamiento por mayor seguridad, economía, comodidad y rapidez.

El éxito de Uber fue rotundo, tanto que uno de sus fundadores, Garret Camp, pudo adquirir una mansión de 72 millones de dólares, en 2019, según reportaron medios de prensa de California. Todos querían copiar el modelo de negocio, muy rápido y en muchos países. Entre estas, la china DiDi, que surgió en 2012, Fundada por Cheng Wei, con sede en Beijing; pronto se convirtió en la mayor rival de Uber, y luego en socia global. Pero las nuevas empresas “virtuales” de movilidad -sin flotas de vehículos y sin conductores propios, poco o nada transparentes y sin tener que rendir cuentas a las autoridades por falta de reglamentación-, perjudicaron otros intereses.

Los principales opositores al nuevo modelo de transporte, en todo el mundo, fueron las agrupaciones de taxistas, que se vieron en desventaja y reaccionaron con fuertes presiones ante las autoridades; en algunas ciudades lograron bloquear la entrada de las APP; luego consiguieron que les aplicaran impuestos y otras regulaciones que exigieron con la bandera de “piso parejo”, a tal punto que los conductores –no las empresas- de APP acabaron pagando los platos rotos –al menos en México- con ganancias venidas a menos.

- **SI BIEN** durante los primeros años de operación de las nuevas empresas, hubo

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

ganancias atractivas para los cientos de miles de conductores que en México adoptaron sus plataformas, el gusto no les duró mucho, porque la inflación, las alzas de costos en gasolinas, seguros, mantenimiento de los vehículos, el costo de teléfonos inteligentes e internet y los nuevos impuestos que aprobó el gobierno, mermaron los ingresos netos principalmente de los conductores.

- **HAY QUE** agregar el mal estado de las vialidades, en el Valle de México y en muchas otras ciudades, así como la orografía de la región -montañosa en el occidente y sur de la ciudad-, que implican más gasto de gasolina; también el hecho peculiar del país de que los viajes son abordados por grupos de pasajeros, no solo por una persona, lo cual provoca aumento en el consumo del combustible.

PARA ATENDER esa problemática y mejorar el horizonte de oportunidades en el sector, surgió la Asociación Mexicana de Emprendedores por Plataformas Digitales (AMEPD), que preside Carlos Peredo, y que agrupa a conductores, repartidores y demás personas que laboran bajo plataformas digitales. La asociación cuenta con su portal en internet www.amepd.org.mx y con cuentas filiales en redes sociales. Peredo es empresario, promotor de asociaciones partidistas, sindicales y civiles. En esta entrevista abunda en el complicado panorama que prevalece en el sector y explica los alcances de la AMEPD.

Carlos, ¿qué motivó la fundación de esta nueva Asociación, la AMEPD?

-El principal motivo es darnos cuentas que las personas que trabajan por plataformas digitales están laboral y socialmente desprotegidas.

- ***Explícanos un poco sobre sus alcances en cuanto a cobertura geográfica y membresía...***

- La cobertura que pretendemos tener es a nivel nacional, en todo lugar donde se labore con plataformas digitales; ya tenemos presencia en Estados como Sinaloa, Sonora, Jalisco, Nayarit, Cd. de México entre otros. Esperamos lograr una alta membresía con base en la obtención de beneficios para todos los que trabajan por medio de estas APP y porque ya es un sector económico formado por cientos de miles que adoptaron el modelo, pero que carecen de tal reconocimiento de las autoridades laborales.

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

¿Qué fines persigue la AMEPD en lo legal y social?

- La cuestión legal y social van de la mano y son aspectos de los que los usuarios de APP realmente carecen. Lo legal abarca varios temas, uno de ellos lo fiscal. Queremos que la autoridad revise ese punto, porque las empresas retienen el impuesto sobre la facturación y no sobre la ganancia. Entonces resulta desventajoso para los conductores y aunque la plataforma para la que trabajas te descuenta la parte que tienes que pagar de impuestos, se ignora si la autoridad correspondiente, en este caso el SAT, recibe el pago. En el tema social, también buscamos que las autoridades reconozcan ciertos derechos laborales y prestaciones mínimas que deben recibir las personas que laboran bajo este modelo en tanto que son contribuyentes fiscales. Debo mencionar que en otras ciudades –en California y en Londres- están muy avanzados los debates para que los conductores y repartidores sean reconocidos como empleados, porque tienen todas las características y por lo tanto deben tener prestaciones laborales.

¿Cómo piensan ganarse la confianza de su público objetivo?

- Hoy en día es difícil ganarte la confianza de la gente solo con palabras. Estamos elaborando una serie de propuestas y objetivos ante las autoridades y ante las empresas dueñas de las plataformas, que puedan servir en la práctica a los trabajadores, tanto en sus horas laborales como fuera de ellas.

¿Qué planteamientos principales tienen para el gobierno federal y las autoridades locales donde ya tienen afiliados o donde esperan tenerlos?

- Para poder llegar tanto al gobierno federal como al estatal y municipal, definitivamente tendrá que ser por medio de las cámaras legislativas. En la parte fiscal, como ya dije, y en la parte de garantías y prestaciones laborales. Desde luego que ya tenemos algunas propuestas para tener un beneficio no solo para las APP, sino para otras representaciones de la iniciativa privada con quienes esperamos lograr alianzas y convenios también, en autopartes, mantenimiento y seguros; y de acuerdo con lo que plantea el presidente López Obrador, creemos que podemos lograr algo muy bueno para todos.

Y para las empresas de APP, que de alguna forma son ya sus interlocutoras, ¿qué

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

planteamientos, propuestas o acuerdos esperan lograr?

- Para tener una interlocución clara y objetiva con las empresas dueñas de las plataformas, estamos dialogando con nuestros afiliados y lo vamos a seguir haciendo para ver qué necesidades y peticiones concretas tienen, con lo cual pretendemos conformar una especie de pliego petitorio, donde quedará muy claro qué esperamos de las plataformas.

Hacia el público en general, los clientes, ¿qué petición tienen y que ofrecen ustedes en la AMEPD?

-Nosotros beneficiamos de manera indirecta al usuario final, ¿de qué manera? Teniendo a nuestros asociados con la confianza de que detrás de ellos está un equipo de apoyo 24x7, que buscamos mejorar la atención en los aspectos que le importan: seguridad, comodidad, y calidad del servicio para todos los que están al final de la cadena.

Perfiles de UBER Y DIDI, DOS GIGANTES asociadas*

Para dar idea de las dimensiones globales de estos dos gigantes, Uber y DiDi, tómese en cuenta los siguientes datos: en 2016, Uber y DiDi llegaron a un arreglo con intercambio de acciones para operar globalmente sin confrontarse. En abril de 2019, Uber reveló que tenía un 15.4% de acciones en DiDi.

Valores, año 2019

UBER

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

DiDi

Presencia en el mercado

63 países, 785 ciudades

En 400 ciudades del mundo, 33 de México

Ingresos netos, antes de impuestos

14.1 mil millones de dólares

ND

Ingresos, después de impuestos

8,506 millones de dólares

ND

Número de empleados

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

22 mil 262 (incluye 11,488 fuera de USA)

11,407

Total en activos o valor de mercado

31.7 mil mdd en activos

50 mil mdd, valor de mercado en 2017

Usuarios en el mundo

110 millones

550 millones, en 2018, mayoría en China

Participación de mercado

En USA, 67% en viajes, y 24% en entrega de comida

ND

Escrito por Feliciano Hernández
Domingo, 27 de Septiembre de 2020 23:32

Finalmente, la AMEPD nace en una coyuntura muy complicada, ¿Cómo les afecta y cómo esperan vencer los retos?

-Nacimos casi al igual que la pandemia en México, y formalmente ya en plena crisis económica derivada de la misma. En el proceso fuimos viendo los alcances, ventajas y desventajas que esto podría tener, y sacamos lo mejor de esto para poder hacer de nuestra Asociación algo que sea atractivo para nuestros afiliados, para las APP y para los usuarios finales, tanto a mediano como a largo plazo. Recordemos que esto es algo pasajero y esperemos que pronto las cosas vayan tomando el orden de vida que teníamos. Ojalá que mucha gente se dé cuenta que estamos para sumar en beneficio de nuestro país.

* felicianohg@yahoo.com.mx □□□□□□□□