

Paula Solanas Alfaro

EL CLUB DE LOS UNICORNIOS

Glovo, Cabify,
Jobandtalent
e Idealista: la historia
alternativa del Silicon
Valley español



PENÍNSULA

El club de los unicornios

Glovo, Cabify, Jobandtalent e Idealista: la historia
alternativa del Silicon Valley español

Paula Solanas Alfaro

© Paula Solanas Alfaro, 2023

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor. Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Primera edición: junio de 2023

© de esta edición: Edicions 62, S.A., 2023
Ediciones Península,
Diagonal 662-664
08034 Barcelona
edicionespeninsula@planeta.es
www.edicionespeninsula.com

REALIZACIÓN PLANETA - fotocomposición
Depósito legal: B. 9.940-2023
ISBN: 978-84-1100-153-3



Índice

Así se hace un unicornio	11
--------------------------	----

I

GLOVO: LOS MAYORDOMOS DEL SIGLO XXI

La mochila amarilla	37
El tataranieto	40
¿Y si montamos algo?	50
La revuelta de las bicicletas	61
Sin frenos	68
El día en que murió Pujan	71
«Deja el pedido en el ascensor»	76
La ley	87
Un nuevo amo	93

2

CABIFY: CHÓFERES SIN LUJO

¡Tu coche está a punto de llegar!	99
El Uber español	101

Doce horas al volante	113
La guerra del taxi	122
<i>Work hard, play hard</i>	129
Nos vemos en el juzgado	133

3

JOBANDTALENT: LA FÁBRICA DE CONTRATOS

Un empleo temporal	139
Todo queda entre amigos	144
De trabajo en trabajo	157
Después de la tormenta	164
Se busca mozo de almacén	167

4

IDEALISTA: EL NEGOCIO DE BUSCAR TECHO

Ansiedad inmobiliaria	175
Los hermanos Encinar	178
Cuando estalla una burbuja	187
Empresario y tuitero	194
El sindicato	202
Cómo sobrevivir a dos crisis	205
¿Qué hay en tu móvil?	211
Agradecimientos	223
Notas	225

I

GLOVO: LOS MAYORDOMOS
DEL SIGLO XXI

LA MOCHILA AMARILLA

David no ha vuelto a subirse a una bicicleta. La suya sigue ahí, aparcada en un rincón del piso, en el barrio de Horta de Barcelona; hace casi cuatro años que no la coge. Que no la *quiere* coger. Ni la toca, aunque siempre le había parecido útil para los paseos del domingo y los trayectos al trabajo. Pero después del verano de 2018, pensar en pedalear le revuelve el estómago. Esa bicicleta negra ahora es el recuerdo de unos meses de muchísima ansiedad. La imagen del trabajo más precario que ha aceptado en su vida: hacer de *rider*.

El desgaste mental y físico fue bestial. Lo recuerda mientras hablamos por teléfono una tarde de octubre, años después, al salir de su trabajo actual. No solo era la carga en las piernas o en la espalda, sino sobre todo lo que comportaba psicológicamente. Aún ahora le vienen imágenes de los momentos en que pensó que se la había jugado porque un coche estuvo a punto de pasarle por encima. La dinámica de entregar pedidos para Glovo lo animaba a ir como un loco con la bici. Al menos a David

no le pasó como a algún otro repartidor que se había llegado a abrir la cabeza. Pero, si no trabajaba, no mejoraba la puntuación, no conseguía mejores horarios y no ganaba más dinero. Tenía que estar al cien por cien, ir más deprisa. Siempre era estresante, agobiante.

David tenía cincuenta y tres años y no sabía dónde se metía cuando abrió la aplicación por primera vez. Después de un silencio para coger aire, empieza a recordar el verano en que aprendió qué era un *rider* . En su caso, alguien que trabaja ocho horas al día, seis días a la semana, pedaleando entre coches por conseguir un sueldo mínimo.

Para situarnos: David llegó a Glovo por una situación personal complicada. Sus ingresos iban a bajar prácticamente a cero por un tiempo y una amiga le habló de esas plataformas tecnológicas que te permitían trabajar algunas horas al día repartiendo pedidos a domicilio para conseguir un dinero extra. Él casi ni sabía qué eran. Apenas se había dado cuenta de que últimamente había cada vez más personas cargadas con mochilas amarillas que recorrían Barcelona en bici, moto, patinete o incluso a pie. Él es diseñador gráfico. No había trabajado nunca de mensajero, pero le gustaba hacer deporte y le pareció una solución más o menos rápida a sus contratiempos económicos.

Cada mañana ponía en marcha la misma rutina. Salía sobre la una del mediodía para llegar a la hora punta al McDonald's de la plaza de las Glorias. Enseguida le daban la bienvenida las hamburguesas de un euro, las cajas de colores del Happy Meal y ese olor a patata frita que se te mete en el cerebro en cuanto cruzas la puerta de un

local. Si le entraba hambre a él, sacaba el bocadillo que se había preparado en casa y se sentaba a comer en un banco de la avenida Diagonal. Un pedido, otro, el siguiente. A un buen ritmo y pisando fuerte los pedales, podía llegar a tres entregas a la hora. La jornada se acababa a las diez de la noche entre semana y se alargaba hasta la una de la madrugada los viernes y los sábados, los días de más actividad. Llegaba a casa agotado, se preparaba un plato cargado de hidratos de carbono y se iba a dormir. Al día siguiente volvía a la misma historia, al mismo bucle.

El lunes, día de descanso para muchos restaurantes, también era el suyo. Pero el martes la rutina empezaba de nuevo. Este ciclo se prolongó durante tres meses, en los que perdió seis kilos por el estrés. Era agotador vivir pendiente de la próxima notificación que le llegaba al móvil. Tampoco ayudó el conductor que una noche le gritaba desde su Mercedes que cómo no le daba vergüenza trabajar de repartidor a su edad. Ni el cliente que le recriminó que la hamburguesa le había llegado fría y sin queso. Ni las llamadas desde las oficinas de Glovo para que se diera prisa porque un pedido importante estaba tardando demasiado. Pero, sobre todo, porque después de las jornadas extenuantes, de los trayectos soportando una tormenta de verano y de asumir el coste de la cuota de autónomos y los demás gastos fijos, a su cuenta apenas llegaban unos mil euros al mes.

Como otros en su situación, un día de finales de verano David dijo basta y hoy sigue sin montar en bici.

EL TATARANIETO

La explosión en España de Glovo y muchas otras aplicaciones de reparto a domicilio no se produjo por sorpresa ni por casualidad. Era la consecuencia natural de algo que hacía años tomaba forma en las salas de reuniones de Silicon Valley y que tarde o temprano iba a contagiar a otros rincones del mundo. A diferencia de Estados Unidos, aquí el negocio empezó como algo un poco más austero. Pero, aunque las oficinas no tenían tantos metros cuadrados y las inversiones eran de menos ceros, el objetivo de estas empresas era el mismo: llenar muchas más ciudades de repartidores fatigados a costa del mito de que, si te lo propones, tú también puedes llegar a ser tu propio jefe.

A esta manera de funcionar se la bautizó como la *gig economy*. Eran plataformas que buscaban poner de acuerdo a proveedores y compradores para proporcionar un servicio. Ya fuera llevar a alguien en coche de un sitio a otro, entregar un paquete urgente, montar un mueble o limpiar una casa en tiempo récord. El concepto de *freelance* se abrió a todo tipo de trabajos que siempre se habían regido por contratos laborales, porque ahora un montón de compañías tecnológicas lo hacían posible.

En 2008, la norteamericana Leah Busque dejó su empleo en la multinacional de la informática IBM para crear una página web. Se llamaba RunMyErrand («Encárgate de mi recado») y, según cuenta, se le ocurrió un día en que necesitaba comida para su perro pero no tenía tiempo para ir a comprarla ella misma. Con su aplicación, cualquiera del centenar de *runners* registrados en

la plataforma podía asumir el encargo. Estos eran autónomos, no trabajadores con nómina. Cuando querían ganar algo de dinero, consultaban las tareas disponibles y participaban en una especie de subasta para conseguir uno de los minitabajos. Hoy esta empresa se llama Task-Rabbit y la terminó comprando Ikea, pero su esencia no ha cambiado: es un gran mercado virtual de mano de obra relativamente barata.¹

Oscar Pierre y Sacha Michaud, los fundadores de Glovo, también vieron el potencial de esta idea y la importaron a España. Después llegarían los juicios, las sentencias y el conflicto laboral que ha dividido a la opinión pública en nuestro país. La aplicación que a lo mejor tienes en el móvil para esos días en que te da pereza cocinar se terminó convirtiendo en un unicornio. Pero, para entender cómo Glovo llegó a ser la empresa que es hoy en día, hay que remontarse unos siglos atrás hasta otro momento clave para la historia del capitalismo. Entonces internet aún no era la materia prima necesaria para enriquecerse. Retrocedamos un poco en el tiempo. Concretamente, al siglo XIX.

Perder Alsacia fue, para los franceses, como quedarse sin un pedazo de su orgullo. En 1871, cuando se anexionó a Alemania, este pequeño territorio era uno de los más industrializados del país. Hacía poco que sus habitantes habían pasado de ver solo molinos en la orilla de los ríos a, por primera vez, observar humo en las fábricas. De trabajar en los talleres y las herrerías a operar las máquinas que convertían el algodón en una mercancía muy valiosa. En Alsacia también nacieron los cerveceros que trajeron a España las marcas Damm y Moritz. Y aquí,

en este rincón del centro de Europa, es donde empieza la historia de Glovo.

Nadie sabe muy bien si Pablo Pierre Zwilling nació en Mulhouse, bautizada como «la ciudad de las cien chimeneas» o «la Manchester francesa» por su pasado industrial. Tal vez fue en Estrasburgo, que hoy es la sede del Parlamento de la Unión Europea. Quizá se criara en Eguisheim, un pueblecito bucólico lleno de casas de madera de colores a pocos kilómetros del río Rin. Pero, en el fondo, este dato no nos importa mucho. Basta con imaginarnos que creció en los tiempos en que Europa aún estaba aprendiendo qué eran las fábricas, las colonias, las familias obreras y la burguesía industrial, quién movía realmente los hilos de todo este engranaje.

Para el caso que nos interesa, la vida de Pablo Pierre Zwilling empieza a finales del siglo XIX, cuando decidió emigrar rumbo al sur. El viaje se alargó hasta que encontró un lugar adecuado donde instalarse. Cruzó la frontera francesa y se detuvo en un pueblo del prepirineo catalán: Sant Joan de les Abadesses. Aunque entonces ya se habían empezado a explotar las minas de carbón de Ogassa, a pocos kilómetros de la villa, el paisaje de aquel municipio que apenas alcanzaba los tres mil habitantes seguramente no distaba mucho de su Alsacia preindustrial.² De hecho, la mayoría de los vecinos aún vivían sobre todo de sus propios cultivos y ganado.

Según los archivos del pueblo, en 1912 este alsaciano funda su propia empresa textil y la bautiza, sin complicarse mucho la vida, con sus siglas: PPZ.³ Y aquí la historia se acelera. En pocos años la planta contaba con casi 200 trabajadores y 3.600 husos para hilar. Se convirtió

en una de las primeras en producir ovillos de lana a escala industrial en España. Las aguas del río Ter hicieron funcionar durante décadas una fábrica que compartía espacio con otras colonias textiles. Años más tarde, la compañía también abrió una sede más cerca de Barcelona, en Sabadell.

Una vecina de Sant Joan de les Abadesses aún recuerda el autobús con las letras PPZ escritas bien grandes en el chasis que llevaba a los trabajadores hasta la planta, la música sonando en los guateques que la familia Pierre celebraba en su casa y a sus hijos haciendo atronar las motos de trial por las afueras del pueblo. El negocio de lanas aún pasó por dos generaciones más de empresarios antes de desaparecer: el abuelo de Oscar es quien cerraría finalmente aquella primera planta de Pablo Pierre Zwilling. La crisis industrial de principios de los años setenta se llevó el legado de esta saga, que resurgió décadas más tarde, ya en el siglo XXI, cambiando la revolución industrial por la tecnológica.

Su tatarabuelo seguramente estaría orgulloso de que el apellido Pierre vuelva estar ligado, tantos años después, a un nuevo cambio de paradigma del capitalismo. Y esta vez no hizo falta un río ni una fábrica para poner los cimientos de una corporación millonaria, sino los inversores adecuados y muchos, muchísimos repartidores.

Oscar Pierre nació en 1992 en la Barcelona olímpica. Su imagen cumple a la perfección con el uniforme no oficial del emprendedor de Silicon Valley. Lleva gafas de montura redonda, camisetas básicas de colores neutros, vaqueros y zapatillas, y nunca aparecerá en un evento con corbata o americana. Es rubio, alto y de ojos azules.

Sus años de estudiante los pasó, como sus dos hermanos, en un colegio concertado del barrio de Pedralbes, el segundo con la renta per cápita más alta de la ciudad catalana.⁴ Allí conoció a Elena, su novia desde los dieciséis años y con quien ha fundado Zikomo, una ONG para financiar la educación de niños en Malawi.

Mientras muchos de sus compañeros de clase escogieron la carrera de Economía o Empresariales al graduarse, Oscar optó de primeras por la Ingeniería Aero-náutica. Aunque realmente solo ha puesto en práctica ese diploma durante medio año de su vida, cuando era un becario que deambulaba dentro de los hangares del gigante francés Airbus en Toulouse. La experiencia en el fabricante de aviones lo aburrió, como contó él mismo años más tarde en una entrevista en la contraportada de *La Vanguardia*.⁵ La industria le parecía demasiado lenta, no veía resultados y solo pensaba en volver a casa. En cuarto curso avisó a sus padres de que no iba a darles otra oportunidad a los reactores y las turbinas.

Oscar terminó la carrera en un campus de edificios de tejas rojas, en el que para llegar a clase hay que cruzar un parque de césped verde vigilado por una estatua de Albert Einstein. Mientras estudiaba en la Universidad Georgia Tech, en Atlanta, al sur de Estados Unidos, no pudo evitar fijarse en algo: allí los estudiantes usaban aplicaciones para que los llevaran en coche de un lado a otro. El precio final del trayecto lo decidía un algoritmo. El cliente desconocía cuál era esa fórmula sagrada, igual que el conductor que usaba esa plataforma para subsistir. En ese lado del Atlántico, los trayectos en coches de Uber y Lyft ya eran más habituales que

novedosos. En los pasillos de los supermercados, Oscar se cruzaba con personas cargadas de bolsas que no llenaban el carro de productos para sí mismas. Seguían atentamente en sus móviles la lista de la compra de otra persona: algún usuario de Instacart, Postmates, GrubHub, DoorDash o cualquier otra de las aplicaciones de reparto a domicilio que existen para llenar la nevera sin moverte de casa. También se empezaban a ver mochilas con sus logos cargadas en las espaldas de jóvenes (y no tan jóvenes) mensajeros. En Estados Unidos había muchos indicios de aquello que se acabaría bautizando como el capitalismo de plataformas. Y ese negocio era demasiado evidente para que el futuro creador de Glovo no se preguntara cuál era la mejor manera de traerlo a España.

Aun así, el primer paso hacia lo que otros chicos jóvenes y recién salidos de buenas universidades como él acaban llamando «montar algo» no fue Glovo. Oscar se estrenó como joven empresario con LoveItLocal, un mercadillo en internet para promocionar productos de artesanos locales. Pero monetizar el trabajo de artistas emergentes tampoco era lo suyo.

Pese a nacer más de un siglo después que su tatarabuelo alsaciano, Oscar Pierre creció rodeado del germen empresarial. Tanto su tío como su padre siguieron con la tradición familiar de fundar negocios, aunque ya alejados de las lanas y las colonias textiles. El primero de los dos hermanos lo hizo con un bufete de abogados que lleva su nombre y el segundo a través de una serie de emprendimientos tecnológicos. El padre de Oscar, Oscar Pierre Prats, creó una firma de *software* que acabó

comprando una multinacional china, y hoy aún se encuentra al frente de su propia compañía digital.*

Entre aventura y aventura empresarial, también pasó por el consejo de administración de Radiotelevisión Española. Fue nombrado consejero a propuesta de la antigua Convergència i Unió y ocupó el cargo durante seis años, de 2012 a 2018, cuando ya se le empezaba a conocer más como «el padre del fundador de Glovo» que por sus propios negocios. Además, una de sus hermanas —es decir, la tía de Oscar— está casada con uno de los hijos de la familia Martí, propietarios del grupo de transporte catalán Moventia.**

Esta estela de empresarios conectados por un mismo árbol genealógico sigue por el lado materno. La madre de Oscar Pierre es hija de Amadeu Miquel Ballart, uno de los tres hermanos que fundaron la cadena de distribución alimentaria Miquel Alimentació.*** La familia tiene raíces en el Empordà y se les estima un patrimonio

* Pierre padre vendió su empresa de *software* a la firma china CDC en 2005. Hoy en día es el presidente y consejero delegado de Aggity, una compañía de soluciones digitales que en 2022 facturó cerca de 30 millones de euros y entonces tenía una plantilla de 295 trabajadores.

** Moventia es una empresa de catalana que opera desde concesiones de autobuses hasta servicios de bicicletas públicas. Esta compañía registró unas ventas de 575 millones de euros en 2020 y contaba con una plantilla de cerca de 5.000 empleados.

*** El grupo Miquel, que llegó a facturar más de mil millones de euros al año, pasó a manos de la multinacional china Bright Food en 2015 y en 2021 lo volvió a comprar la empresa suiza Transgourmet por 230 millones de euros. La actual Transgourmet Ibérica es la propietaria de más de ochocientas franquicias de supermercados con las marcas Suma, Proxim y Spar.

cercano a los 520 millones de euros, suficiente dinero para ocupar el puesto número 107 en el ranking de grandes fortunas españolas que elabora cada año el diario *El Mundo*.⁶

Del matrimonio entre los Pierre y los Miquel nacieron, además de Oscar, sus hermanos Maria y Marc. Ella estudió Administración y Dirección de Empresas en Londres y ha trabajado para las cadenas de moda catalanas Mango y Desigual, mientras que el benjamín de la familia también puso en marcha su propia empresa. Después de trabajar durante un tiempo en Glovo, siguió los pasos de su hermano y creó Renty en 2021. Era una plataforma para alquilar cualquier tipo de objeto, desde electrónica hasta muebles y ropa, con un discurso que tomaba prestado de la filosofía de «vivir mejor con menos». El trayecto fue corto. Seis meses después del lanzamiento, la aplicación se integró dentro de otro portal que también ofrece suscribirse a productos en vez de comprarlos. Marc ya prepara otra *startup*.

Prácticamente en paralelo al nacimiento de Glovo, otro Pierre también intentó hacerse un hueco entre los puestos de esas listas que riegan con elogios y expectativas a los futuros empresarios de España. El primo de Oscar, Carlos Pierre Trias de Bes, dejó su trabajo como auditor en la multinacional PricewaterhouseCoopers para crear Badi, una aplicación que se ganó rápidamente el apodo del «Tinder de los compañeros de piso», porque mezclaba los *matches* del mundo de las citas con el mercado de alquiler de habitaciones. En 2018 consiguió cerca de ocho millones de euros de inversores extranjeros y trasladó su sede a Estados Unidos, concretamente a Delaware.⁷