

PENÍNSULA



Paula Solanas Alfaro

EL CLUB DE LOS UNICORNIOS

GLOVO, CABIFY, JOBANDTALENT E IDEALISTA: LA HISTORIA ALTERNATIVA DEL SILICON VALLEY ESPAÑOL

A LA VENTA EL 14 DE JUNIO

AUTORA DISPONIBLE PARA ENTREVISTAS

***Material embargado hasta publicación**

PARA AMPLIAR INFORMACIÓN, CONTACTAR CON:

Itziar Prieto (Responsable de Comunicación Área de Ensayo)

M: 659 45 41 80 / E: iprieto@planeta.es

SINOPSIS

La historia de las empresas tecnológicas llega siempre teñida de un halo casi legendario: garajes, genios retraídos e ideas revolucionarias. Han venido a hacernos la vida más fácil, por lo que ponerlas en tela de juicio es más que una ofensa, es oponerse a la modernización. Sin embargo, su auge, sus métodos y sus estrategias merecen un análisis que permita desmitificar y entender no solo quién está detrás de ellas, sino también qué afectación tienen en ámbitos como el libre mercado o los derechos laborales.

Paula Solanas, periodista experta en el sector tecnológico, se ha propuesto conocer a fondo las cuatro principales *startups* españolas al tiempo que acerca el testimonio de quienes, de un modo u otro, se han visto afectados por su llegada. Un libro que aporta una mirada crítica y humana a un sector que crece de forma desmedida y que ha colonizado ejes básicos de nuestra vida como la vivienda, el trabajo o la alimentación.

LA AUTORA



© Cristina Calderer

Paula Solanas Alfaro nacida en Barcelona, es periodista especializada en economía y, desde 2016, responsable de la información sobre tecnología y más recientemente sobre mercado laboral para el diario *ARA* en Cataluña. Ha publicado multitud de noticias y reportajes sobre las condiciones de los *riders* o los entresijos del mundo *startup*. A lo largo de su trayectoria ha demostrado su compromiso informativo con el impacto que genera la digitalización en el trabajo y la organización social. Ha colaborado en prensa local y ejerce como moderadora de eventos sobre tecnología.

EXTRACTOS DE LA OBRA

ASÍ NACE UN UNICORNIO

«[...] ya hacía algunos meses que intentaba contar en un libro las historias que había detrás de las empresas españolas que, como Glovo, un día habían empezado a llamarse “unicornios”. Se trataba de explicar cómo son estas aplicaciones que no solo saben qué pediste la semana pasada para comer, sino muchos otros detalles de tu vida privada. Algunas pueden localizar adónde fuiste cuando te recogió un coche al salir de la cena, identificar a qué zona de tu ciudad te gustaría mudarte o saber si estás pensando en cambiar de trabajo.»

«Los unicornios son negocios tecnológicos valorados en más de mil millones de dólares. Son los nuevos protagonistas del tejido empresarial y comercial del siglo XXI, a los que hace unos años habríamos llamado simplemente pymes o multinacionales.»

Mucho antes, Ctesias de Cnido, un historiador y médico griego nacido en la segunda mitad del siglo V a. C., había descrito por primera vez a un unicornio de una manera muy distinta. Era un ser del tamaño de un asno, con un pelaje blanco reluciente, una crin de color púrpura y un largo cuerno en la frente que, supuestamente, también tenía poderes curativos. Hoy sabemos que estos animales mitológicos no existen y que tal vez el primero en creer que había visto un unicornio lo confundiera con un rinoceronte. Aun así, **las startups han conseguido darle otro significado a este caballo mágico.»**

«Fue la *business angel* estadounidense Aileen Lee quien decidió en un artículo que los unicornios eran un club muy selecto de 39 compañías tecnológicas. La mayoría las habían fundado en San Francisco graduados de las universidades más elitistas de Estados Unidos. De hecho, **ninguna de ellas tenía a una mujer como consejera delegada. El retrato más fiel de cómo eran entonces sus creadores sería este: hombre, blanco, ingeniero en la treintena que viene de una posición acomodada** y que se ha propuesto montar su propio gigante de internet con la ayuda de algunos amigos y un puñado de gestores de capital riesgo.

Lee escogió el unicornio, y no cualquier otro animal, porque esos ejemplos de éxito tremebundo eran escasos, extremadamente raros. [...]»

«España no ha escapado a la fiebre de las *startups*. **Tanto el sector público como el privado fomentan la creación de nuevos ejemplares patrios de unicornio**, con la idea de que los emprendedores tienen una solución digital a todos los problemas de la sociedad. [...] Si tantas de estas empresas proceden de Estados Unidos es porque el sector de la defensa movilizó grandes cantidades de dinero para desarrollar tecnologías militares que después terminaban en el ámbito comercial. **En un momento en que el paro sigue siendo un problema, la capacidad de ahorro se estanca y hay que dedicar casi todo el salario a pagar el alquiler, la Administración promueve el emprendimiento como alternativa a un desierto de oportunidades laborales para los jóvenes.»**

«En algunos círculos, hoy incluso se ve como un atraso cuestionar el mito del emprendedor o poner en duda algunos modelos de negocio que acumulan premios por su innovación. Defender

que el avance de Uber en ciudades como San Francisco supone una competencia desleal respecto a los taxistas es una postura que también ha sido criticada. Pese a que ambos hacen lo mismo, transportar personas de un lugar a otro, la aplicación californiana juega con sus propias normas. Ha incumplido leyes y ha hecho lobby en despachos de gobiernos de todo el mundo para conseguir regulaciones favorables, según desveló la investigación periodística de los Uber Files. Aun así, hay quien considera que señalar estas sombras es lo mismo que convertirse en un ludita hipócrita, que se opone a esta era de progreso digital mientras se saca un móvil del bolsillo. Es decir, se ha llegado a equiparar mantener una visión crítica con el capitalismo de plataformas a rechazar cualquier tipo de mejora tecnológica. En las repetidas huelgas de taxistas —no solo en Estados Unidos, sino en muchos otros países— siempre ha habido un tertuliano dispuesto a recordar que “no se pueden poner puertas al campo” o que “el problema es que este colectivo no sabe adaptarse” ante las manifestaciones contra el intrusismo laboral de este tipo de aplicaciones.»

«Los emprendedores se presentan como personas dignas de admiración, individuos que han arriesgado su patrimonio por un sueño y que generan empleo en un momento de penuria económica. La ficción los ha retratado como hombres que visten con sudadera y trabajan sin descanso, reunidos en salas adornadas con pósits de colores y latas vacías de bebidas energéticas. **Las startups ya forman parte de la cultura pop en todas sus formas de expresión.**»

«Muchos de estos unicornios nacieron después de que sus fundadores regresaran a España tras varios años estudiando en reputadas universidades norteamericanas. Algunos de ellos volvieron con un modelo de negocio bajo el brazo que habían descubierto en Silicon Valley. **Ni Glovo inventó las aplicaciones de reparto a domicilio ni Cabify las plataformas para reservar coches negros** conducidos por chóferes con traje. **Tampoco Jobandtlent es el pionero de los portales de empleo temporal en línea.** Ni mucho menos fue Idealista la primera compañía del mundo en montar una web de anuncios clasificados para encontrar piso. **Todas ellas, eso sí, han usado la tecnología para simplificar tareas del mundo físico y comparten una característica básica: acumulan datos sobre nosotros sin parar,** los cuales después monetizan de distintas maneras.»

«¿Quiénes son estas startups, sus fundadores y los inversores que han alimentado su crecimiento durante estos últimos años de fervor tecnológico? ¿Cómo han conseguido colarse en las pantallas y el día a día de tantas personas? ¿Qué consecuencias acarrearán las fórmulas que han escogido para enriquecerse? Este libro coge como ejemplo a cuatro compañías de internet fundadas en España, aquellas que más debate público y polémicas han generado, ya sea por las condiciones laborales de sus trabajadores, por su complicada relación con la ley o por la posición dominante que ocupan en sus respectivos sectores. Estos cuatro negocios —con sus luces y sus sombras— son paradigmáticos para explicar cómo nuestro país ha importado la manera de funcionar de la industria tecnológica de Estados Unidos, aunque en una versión más asequible y sin tanto brillibrilli.»

«Glovo, Cabify, Jobandtalent e Idealista encajan, además, en la definición que el ensayista canadiense Nick Srnicek acuñó en su análisis sobre el capitalismo de plataformas. Estas empresas se han posicionado como intermediarios que proporcionan la infraestructura básica para que diferentes grupos de usuarios — gente que quiere comida, un trayecto por la ciudad, un trabajo o un piso, y las personas que pueden responder a esta necesidad—

interactúen entre ellos. **Son multinacionales que funcionan y multiplican su tamaño gracias a un efecto de red: cuantos más usuarios consiguen, más aumenta su valor.»**

«No considero que esta recopilación de historias sea un alegato contra la tecnología ni contra la creación de empresas digitales en España. Las siguientes páginas simplemente pretenden indagar sobre **cuál ha sido su evolución y dar un poco más de contexto a su impacto social y económico**. En el proceso, he contactado a las cuatro empresas protagonistas para conseguir su versión de algunos de los episodios que se refieren. **Jobandtalent e Idealista accedieron a contestar algunas de mis preguntas** a través de un cuestionario. **Glovo también aceptó a última hora** responderme por escrito a algunas de mis dudas. **Mientras que Cabify — como está en su derecho— ha optado por no participar**, y por lo tanto su punto de vista sobre los hechos relatados no aparece en el libro.»

«Es una, pero **las startups también generan precariedad, crean ambientes laborales tóxicos y se saltan las leyes**. Siguen siendo negocios que buscan su supervivencia, no organizaciones sin ánimo de lucro. Por eso, el mismo filtro crítico que se aplica para cuestionar las actitudes de una gran multinacional con un siglo de vida debería servir para una empresa joven que reivindica la innovación como su razón de existir.»

GLOVO: LOS MAYORDOMOS DEL SIGLO XXI

«**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.**»

«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 minitrabajos. **Hoy esta empresa se llama TaskRabbit y la terminó comprando Ikea, pero su esencia no ha cambiado: es un gran mercado virtual de mano de obra relativamente barata.**

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.**»

«**Dos referentes tecnológicos europeos se unen: Delivery Hero firma un acuerdo para convertirse en el accionista mayoritario de Glovo**».

Aunque el núcleo duro de los fundadores de Glovo se había resistido a que Delivery Hero ganara demasiado poder dentro de la empresa, la aplicación cambiaba finalmente de manos. **Esa operación la valoraba en 2.300 millones de euros.** Pero el precio se fue desinflando a medida que se acercaba el día en que Oscar y Sacha iban a estampar su firma para cerrar la operación. La bolsa hundió las acciones de Delivery Hero y de muchos otros negocios de reparto a domicilio que no habían conseguido dar beneficios pese a toda la inversión que habían recibido de los fondos de capital riesgo. Por eso, **cuando Glovo pasó a ser alemana, ya no valía ni mil millones de euros. Siguiendo la definición oficial, ya no era un unicornio.**»

«**Las aplicaciones de reparto a domicilio defienden las innovaciones que han aportado.** Las oirás decir que gracias a su tecnología las rutas de reparto son más eficientes, que sus operaciones son cada vez más sostenibles gracias a políticas de neutralidad de emisiones de carbono o que han ayudado a la restauración a salir con vida de los momentos más duros de la pandemia. **Pero, al fin y al cabo, lo que ofrecen es un envío.** Algo que, con más o menos sofisticación, existe desde hace siglos. Eso sí, **han digitalizado el servicio hasta convertirlo en un negocio con márgenes muy pequeños y en el que solo unas pocas empresas pueden sostener una guerra de precios cada vez más dura.** Por el camino seguirá habiendo nuevos cadáveres empresariales, fusiones en las que un pez más grande termina comiéndose al pequeño y **fundadores que se convierten en millonarios después de una buena venta.**»

«**Una lista muy larga de inversores hizo crecer a Glovo durante más de seis años y le permitió plantar su bandera en ciudades de todo el planeta. Aunque hubiera pérdidas.** Aunque el modelo laboral no tuviera cabida en muchos de esos países. Aunque la Inspección de Trabajo española los volviera a multar en 2022 con una sanción récord de casi ochenta millones de euros por mantener a miles de falsos autónomos. Aunque el Código Penal ahora plantee que los empresarios puedan ir a la cárcel por incumplir la legislación laboral y usar falsos autónomos una vez tras otra. Aunque a principios de 2023 tuviera que despedir a doscientos cincuenta de sus trabajadores (algo más del seis por ciento de la plantilla) por crecer demasiado deprisa. Quienes la habían financiado confiaron en que habían puesto su dinero en la cesta correcta. Que la empresa acabaría valiendo mucho más que cuando Oscar y Sacha empezaron a llamar a las puertas buscando millones de euros para contratar más ingenieros. Y así funciona este juego.»

CABIFY: CHÓFERES SIN LUJO

«**Lo que empezó siendo un trabajo sencillo** — conducir por la ciudad siguiendo las instrucciones del GPS y los deseos de sus pasajeros— **hoy le parece “un engaño muy estudiado”.** Las largas jornadas que sobrepasaban su contrato de cuarenta horas lo dejaban exhausto. **Tenía un día de descanso a la semana,** aunque le ponían pegas para cogerlo en sábado o domingo, así que para escaparse a Tarragona a visitar a su nieta **tenía que trabajar durante dos semanas seguidas para acumular un par de días de fiesta. A final de mes, su sueldo apenas rondaba los 1.200 euros.**

Esas condiciones no mejoraron mucho cuando cambió de flota por primera vez. Le dejaban tener el vehículo a su disposición las veinticuatro horas del día y Javier podía escoger cuándo conectarse a la plataforma para captar clientes. Si quería trabajar doce horas, bien. Si al final eran dieciséis, también bien. Dependía de él. En caso de superar un mínimo de facturación, se llevaba una comisión extra, algo que pasó solo en contadas ocasiones. En otra flota, en la que entró antes de que estallara la pandemia, lo mandaron al paro tras el estado de alarma. La siguiente vez que se puso al volante de un coche con el logo de la aplicación, se encontró de nuevo con más cansancio mental y horas extra impagadas. Y así las cuatro veces que cambió de empresa. En cada una de ellas, **quien lo contrataba directamente no era Cabify, sino la compañía que ponía los coches y los conductores para que la plataforma tuviera sentido.»**

«Juan [de Antonio] tal vez nunca hubiera creado Cabify sin la beca Fulbright (y el crédito del Ministerio de Educación) que lo llevó a Estados Unidos. Gracias a ello pudo estudiar un máster en Administración y Dirección de Empresas en la prestigiosa Universidad Stanford. [...]»

«**A Silicon Valley le encantan las historias de compañeros de clase convertidos en socios y esta fórmula se repite en los inicios de Cabify. En Stanford, Juan de Antonio compartía aulas con alguien que ya había aparecido en la prensa explicando los secretos de su éxito. Adeyemi Ajao**, un malagueño hijo de un nigeriano y una española, había formado parte del núcleo duro de Tuenti. Había intentado repetir el éxito de Facebook a la española, pero su red social terminó en manos de Telefónica. En California, Adeyemi y su socio de entonces, Brendan Wallace, ya eran alumnos aventajados en aquello de ir por la vida con el título de emprendedor. **Ellos se convirtieron en los primeros mentores de Cabify.»**

«No es ningún secreto que muchas *startups* empiezan gracias los buenos contactos... A Juan de Antonio le presentaron a Sam Lown, el informático británico a quien se le ocurrió el nombre de la plataforma. Buscaban dominios cortos y disponibles. **Cab significa 'taxi' en el Reino Unido y el sufijo -ify lo hacía sonar más fresco y dinámico. No era un taxi, pero se le parecía.»**

«**A finales de 2011, Cabify lanzó la primera versión de la aplicación con una flota de coches negros y conductores vestidos con traje y corbata.** Ese uniforme era obligatorio. Había Audis, Mercedes y BMW. El modelo de negocio se enfocaba en servicios para empresas y los vehículos se podían contratar desde la aplicación o a través de su página web. Los clientes tenían la opción de pagar directamente con el móvil, conocer el precio de antemano y recibir factura por si querían recuperar el IVA más tarde.

El reclamo de Cabify para llegar a su público potencial era que el transporte público estaba anclado en el pasado. Más concretamente, los taxis estaban anclados en el pasado. No tenía ningún sentido seguir usando una máquina antigua que hacía avanzar el precio de la carrera con cada segundo recorrido. **Un taxímetro no tenía ningún tipo de inteligencia.»**

«¿Y qué tienen en común una limusina, un coche fúnebre y Cabify? Los tres usan el mismo documento legal para circular con tranquilidad por las calles españolas. En Estados Unidos, Uber permitía ser conductor a cualquier persona con coche y sin antecedentes penales, pero **la aplicación de Juan no podía usar esa fórmula en su propio país. Para poder funcionar en un sistema como el español, mucho más regulado que el estadounidense, los fundadores se valieron de una falla en el sistema: los VTC.**

Esta es la manera más corta de referirse a los vehículos de turismo con conductor. Son las tres letras que aparecen en los papeles de la guantera de esos coches lujosos que esperan ante las puertas de un buen hotel para trasladar a sus clientes al aeropuerto. También las que han facilitado que hoy Cabify forme parte del exclusivo club del unicornio español.»

«La llegada de Uber, con quien Cabify también competía en América Latina, fue un toque de atención para que la empresa se apresurara a conseguir más inversión. El tamaño de una y otra no tenía nada que ver. Las rondas de financiación de la californiana se contaban por miles de millones de dólares. Hasta que **en 2015 a la española también la vino a rescatar Rakuten, tal y como le sucedió a Glovo dos años más tarde. La multinacional japonesa se convertiría durante bastante tiempo en la principal fuente que sustentaba la expansión de Cabify. También fue la responsable de que a principios de 2018 la aplicación se convirtiera en el primer unicornio español**, en una operación de ciento sesenta millones de dólares — la más grande hasta la fecha— que disparó su valor por encima de los 1.400 millones.»

«[...] **Muchas empresas que ahora lucen el título de unicornio se han pasado más de una década quemando dinero** porque los inversores creyeron que algún día recuperarían los millones desembolsados en esos años de crecimiento desmedido. Aplicaciones de transporte como la misma Uber, su competidor en Estados Unidos Lyft o las redes sociales Snapchat y Pinterest han tardado años — incluso mucho después de salir a bolsa— en vislumbrar un trimestre de beneficios con el que presumir ante el mundo de su futuro brillante. **Cabify solo ha conseguido dejar atrás los números rojos durante un año, 2019, en los más de diez que lleva operando en España.**»

«**La historia de los unicornios nunca se podrá explicar sin tener en cuenta la batalla judicial que, en muchos casos, acompaña su ascenso.** Y esta se ha librado en la última década en dos planos. Por un lado, el que los ha enfrentado con los gobiernos que los han intentado frenar. Y por otro, el de las personas anónimas que, como Jordi y el resto de los denunciantes, han descubierto — muy a su pesar— cuánto cuesta contratar a un abogado para que defienda tus derechos laborales.»

JOBANDTALENT: LA FÁBRICA DE CONTRATOS

«A menudo, cuando dos hombres que no eran amigos se conocen y fundan una *startup*, después siempre repiten que lo que compartían era una “visión” común. **En el caso de Jobandtalent, ambos querían “digitalizar y optimizar el mercado del empleo”.** Pero la primera versión de la aplicación tenía muy poco que ver con la que tal vez hayas consultado en algún momento de sequía laboral. Era una especie de red social para todo tipo de contenido relacionado con el empleo. Si querías entrar — por poner un ejemplo— en el Banco Santander, podías consultar qué personas de tu círculo ya estaban dentro de la entidad financiera y preguntarles cómo eran las condiciones económicas. Los usuarios recibían ofertas de trabajo o las recomendaban a sus amigos.»

«El contexto es importante cuando tienes que hacer crecer un negocio. Juan [Urdiales] y Felipe [Navío] empezaban en 2009, un año en que España tenía una tasa de paro de más del 18 por ciento. Había más personas desesperadas por encontrar un trabajo que empresas dispuestas a ofrecerlo. No era un buen momento para compartir noticias laborales y el Facebook del empleo no cuajó. Pero **detectaron otro problema que habían sufrido en sus**

propias carnes: faltaba personal técnico. Ya existían portales de empleo para los que estaban en paro, pero ellos crearían uno para los que tenían la suerte y el privilegio — en plena crisis y con el desempleo en niveles récord— de cambiar de trabajo por una oferta mejor.

«Jobandtalent empezó a funcionar llamando a muchas puertas de multinacionales, bancos y consultorías. Deloitte, PricewaterhouseCoopers, Indra, Accenture, Morgan Stanley, Credit Suisse... **Les prometían trabajadores recién graduados y listos para entrar en la rueda de hámster laboral de las grandes corporaciones.** A los candidatos que se apuntaban a la plataforma, las ofertas les llegaban a su correo electrónico. En teoría, solo aquellas que encajaban con sus perfiles. La idea era ir sofisticando ese sistema, por lo que **se dedicaron a desarrollar un algoritmo para encontrar el *match* perfecto entre el empleado y la empresa, como si se tratara de un Tinder del empleo.**»

«Cuando los grandes fondos entran en una *startup*, casi siempre lo hacen con su propia hoja de ruta. Y la de Atómico dejaba bien claro que Jobandtalent tenía que empezar a ganar dinero. La firma entró en la compañía con la intención de meter la tijera y conseguir que la plataforma de empleo se dirigiera por fin hacia los beneficios.

Entonces empezaron los despidos. Hacía meses que la dirección hablaba de dar un giro al negocio. Quería dejar de ser un portal web para encontrar empleo. **Jobandtalent había pivotado para convertirse en una empresa de trabajo temporal (ETT), pero en versión digital.** La mayoría de las ofertas que se encontraban en su web ya eran para puestos en la hostelería o la logística. Había dejado de ser un simple intermediario. **Ahora la *startup* gestionaba todas las partes del ciclo de un empleo con fecha de caducidad:** conseguir el trabajo, pagar la nómina, informar de los horarios, tramitar los despidos... **El modelo de negocio era cobrar una comisión a las empresas por cada persona que contrataban gracias a la plataforma.**»

«En la oficina se notaba ese ambiente raro que se respira cuando está a punto de pasar algo malo, pero nadie sabe muy bien qué. [...] La respuesta a todo ese malestar llegó en forma de correo electrónico al buzón de todos los empleados de la compañía.»

«**El recorte de cabezas llegaba al poco de haber recibido la supuesta mayor ronda de inversión para una *startup* en España** y los dejó descolocados. Si la caída hubiera sido progresiva, no les habría pillado tan de sorpresa. Así que achaca la decisión a una mala previsión de negocio y opina que se desmantelaron algunos departamentos “para mantener los puestos de los que mandaban”. Uno de los despedidos venía de trabajar para Twitter en Londres y lo habían fichado hacía solo veinte días.»

«**Desde Jobandtalent confirman que 2016 fue un punto de inflexión para la empresa.** Pero aseguran que el impacto en la plantilla no fue tan grande. Empezaron el año con doscientos empleados, que se convirtieron en doscientos setenta personas en agosto, y terminaron siendo doscientos otra vez en diciembre, después de los despidos. Defienden que fue una consecuencia del cambio en el modelo de negocio y añaden un dato con enlace a un estudio universitario: casi la mitad de las *startups* no llegan a los cuatro años de vida.»

«¿Qué diferencia a Jobandtalent de una ETT tradicional? ¿Estas plataformas de empleo temporal contribuyen a crear oportunidades laborales nuevas y emocionantes o a precarizar aún más el mercado de trabajo? En el segundo caso, ¿cómo lo consiguen? ¿Sus empleados están más indefensos? El caso de esta ETT digital es complejo, pero sus creadores no ven

ninguna fisura en su plan. **Al pie de su página principal, Jobandtalent se erige, nada más y nada menos, como “el futuro del mercado de empleo”.**»

«2021 fue un año de récords y desmesura en la financiación de startups en España y Jobandtalent es uno de los mejores ejemplos de la avalancha de dinero procedente de fondos de capital riesgo que llegó justo después de la pandemia mundial. En ese momento todos pensaban que el fervor por lo tecnológico iba a seguir creciendo. En menos de doce meses la empresa de Juan y Felipe consiguió cerca de 700 millones de euros de sus inversores y Jobandtalent se convirtió en el siguiente unicornio español en sumarse a la lista, con una valoración de más de 2.000 millones.»

IDEALISTA: EL NEGOCIO DE BUSCAR TECHO

«Hace mucho tiempo que quien creó el portal inmobiliario más grande de España cambió los paisajes de su infancia en Ávila por las calles de Madrid. Jesús estudió en Icade, la misma escuela de negocios católica — y a menudo caricaturizada como universidad pija de la capital— que después han pisado muchos otros emprendedores más jóvenes que él. [...] De hecho, a la consultora londinense para la que trabajaba fue a quien se le ocurrió llamar Vueling a una aún desconocida aerolínea española de precios bajos.

Pero el salto de verdad, el que le dio la idea para fundar Idealista, no llegó hasta que cogió un avión hacia la cuna de todos esos sueños y leyendas de los grandes empresarios de internet. Jesús se fue a Harvard, el mismo campus por el que han pasado secretarios del Tesoro de Estados Unidos, consejeros delegados del banco Goldman Sachs o fundadores de gigantes tecnológicos como Mark Zuckerberg, que ha convertido en parte de su mito como emprendedor el hecho de haber dejado a medias sus estudios en la prestigiosa universidad.»

«Esto sucedió a finales de los años noventa: a medida que se hinchaba la burbuja de las puntocoms también enloquecían los precios de la vivienda. Aún estaban muy lejos, eso sí, de los niveles estratosféricos que alcanzarían solo unas décadas más tarde. La llegada de las grandes empresas tecnológicas — que han atraído a miles de trabajadores muy bien pagados a esta zona— ha generado un éxodo de vecinos que ya no se pueden permitir vivir en la ciudad.»

«Las empresas de software empezaban a investigar las posibilidades de hacer negocio con un sector que mueve tanto dinero como el inmobiliario. [...] el buscador de internet lanzó Yahoo! Real Estate, una plataforma para que sus usuarios navegaran entre anuncios inmobiliarios. En la misma web también se colgaban noticias del mercado de la vivienda, se podían obtener datos sobre hipotecas y seguros o husmear entre mapas de ciudades para identificar las mejores zonas para comprar una casa. Por aquel entonces los directivos de la empresa norteamericana ya tenían claro que las webs cambiarían la manera en que tomamos cualquier decisión relacionada con nuestra vivienda. Por un lado, **estas proporcionaban más información a los consumidores sobre la oferta disponible**, pero, sobre todo — porque era aquí donde estaba el negocio—, **prometían a las agencias inmobiliarias acceso a una base de datos con miles de potenciales compradores e inquilinos.»**

«Cuando volvió a Madrid, el directivo se preguntaba qué sentido tenía pasearse por los barrios donde quería vivir intentando cazar un cartel de se vende o se alquila colgado en algún balcón. **Tomó la decisión de crear Idealista [...].»**

«Uno de los primeros contratados fue su hermano Fernando, que se había licenciado en Derecho y trabajaba en el mundo de las relaciones públicas. También con-venió a César Oteiza, un antiguo compañero de clase en Icade que entonces trabajaba en el banco vasco Ku-txabank como director de la oficina en Zúrich. Jesús fue a visitarlo a la ciudad suiza y, aunque se lo estuvo pensando, aceptó volver a España para lanzar el portal inmobiliario. El equipo fundador lo completaron otros dos exalumnos de Icade: Andrés de la Morena, que ha-bía sido analista para los bancos de inversiones Merrill Lynch y Lehman Brothers, y Bernardo Hernández, quien ya ha aparecido como inversor de Glovo, Jobandtalent y de las flotas que trabajan para Cabify.

La web de Idealista nació en octubre del 2000. Primero solo estaba disponible para la ciudad de Madrid y al cabo de unos meses se estrenó en Barcelona. [...]

«La empresa había empezado a cobrar a las agencias a cambio de promocionar sus anuncios y hacerlos más visibles. En buena parte esto explica que, en 2003, su tercer año de vida, Idealista ya presentara una cuenta de resultados sin pérdidas. Ahí se inició una relación que hoy en día es de mayor dependencia aún. Las inmobiliarias no pueden renunciar al tráfico que les genera el portal y son conscientes de que es prácticamente obligatorio colgar en él sus carteras si quieren darles salida en el mercado.»

«El portal de los Encinar ya se había expandido a toda España, **facturaba cerca de diecisiete millones de euros al año y ganaba tres millones de beneficios en 2007, cuando el primer gran fondo internacional llamó a la puerta de los Encinar.** Se trataba de Tiger Global, una firma fundada en Nueva York por un hombre con nombre de rey, Charles Payson Coleman III, **un multimillonario nacido en una dinastía de “dinero antiguo”.**»

«Cuando la crisis inmobiliaria ya era innegable, el fundador de Idealista seguía viviendo de alquiler. En su último piso, que encontró a través de su propio portal, Jesús había buscado a propósito que el propietario fuera un fondo y no un particular. **No se compró una casa hasta 2010, cuando estaba a punto de cumplir los cuarenta y España había entrado de pleno en una recesión económica.** Fue un piso de cien metros cuadrados en el barrio de Justicia de Madrid, una zona que entonces costaba unos 5.000 euros el metro cuadrado.»

«La compañía, como todo el sector inmobiliario, se resintió de una crisis que dejó a su paso un cementerio de promotoras y constructoras. Ese bache en las ventas de Idealista — las agencias no estaban para poner muchos anuncios— provocó una serie de despidos y enrareció el ambiente de esta empresa tecnológica familiar en la que todo el mundo parecía ir contento a trabajar. Un empleado del departamento técnico de aquella época recuerda cómo un día dejó de haber café gratis en la oficina. Era el momento de soltar lastre y reducir gastos en lo que se pudiera. Los salarios se congelaron durante unos cuantos años.

Desde Idealista admiten que el impacto fue inmenso. **La crisis supuso la pérdida de una tercera parte de la facturación, principalmente por la caída de los anunciantes de obra nueva.** Casi todos los promotores de España habían quebrado. **También reconocen que hubo una reducción de plantilla a lo largo de varios meses.** Defienden que esos despidos eran necesarios para garantizar la supervivencia de la compañía y que se trató de minimizar el número de bajas.»

«En Idealista no se había llegado a aplicar un ERE por la crisis, pero sí que se había producido un goteo de bajas. Uno de los que entraron justo antes de la hecatombe del sector cuenta que, al año y poco, en su departamento habían pasado de ser cinco a solo dos. Pero, pesar de todo, la empresa sobrevivió a su segunda burbuja. **En 2013 volvía a acercarse a los treinta millones de euros de facturación y sus ganancias superaban de nuevo los tres millones.**

Idealista no cumple muchas de las reglas de oro de los unicornios. Tiene beneficios desde el tercer año de vida. No se ha endeudado. Tampoco acumula una lista infinita de inversores ni ha intentado abrir delegaciones en decenas de países. Ni siquiera ha crecido a golpe de infinitas rondas de financiación. Sus oficinas no son para nada del estilo de *startup* alocada de Silicon Valley. El espacio es muy luminoso, eso sí, con algunos toques de verde y gris corporativo. Solo hay salas para las reuniones y los puestos no son fijos [...].»

«El 24 de julio de 2015, Idealista anunció quién iba a ser su nuevo dueño. Apax se quedaba con la participación de los bancos e inversores que habían financiado los primeros quince años de vida del portal. **Aunque entonces no dieron detalles de lo que llegaron a pagar, la cifra se terminó sabiendo: unos doscientos veintiséis millones de euros por el 80 por ciento de la empresa.** Los Encinar y César Oteiza no se iban a ninguna parte. Seguían conservando el resto de las acciones y la gestión diaria de la empresa.»

«Además de convertirse en una **fuentes de información para gobiernos y organismos económicos, Idealista también vende sus datos a bancos, agencias inmobiliarias o fondos de inversión** que quieren estar al día de cómo evoluciona el sector. Así pueden monitorear el *stock* de vivienda de un barrio y su rentabilidad en comparación con otras zonas. Y repetir ese mismo ejercicio en cualquier punto de España, Italia o Portugal. **Es, probablemente, el mayor generador de contenido inmobiliario del sur de Europa.**»

«Hemos hablado de anuncios y datos, pero **aún hay una tercera pata de negocio que ha provocado muchos quebraderos de cabeza a Idealista en los últimos años. La empresa también ofrece a las agencias sus propios programas de gestión.** Es decir, un *software* para que puedan archivar, mantener, actualizar y compartir su base de datos de pisos en cartera. Se llama Tools, ‘herramientas’ en inglés.

Ahora imagina un grupo de inmobiliarias. Cada una con sus intereses, sus clientes, sus anuncios con fotografías de cocinas y salones tras un cristal. Aunque compiten entre ellas, deciden firmar un pacto. Crean una bolsa común de pisos que comparten entre diferentes agencias. De esta manera, **si una consigue un anuncio y otra lo vende, no gana solo una empresa sino dos. Es como un gran hipermercado de propiedades, mucho más fácil y cómodo para estos intermediarios.**

Pues ahora imagina que el Estado se pone a investigar esta manera de funcionar. Concretamente, el organismo que garantiza que la competencia entre empresas sea justa. **La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el peor temor de los cárteles que pactan precios y las multinacionales que ostentan monopolios.** Sus técnicos bucean entre toneladas de información para determinar si detrás de las compañías se esconden fraudes que merecen ser multados.

Eso es lo que pasó con algunas de estas inmobiliarias que compartían información sobre pisos, usando un sistema que a todas luces era legal. [...].»

«Aunque el portal inmobiliario se convirtió en uno de los grandes supervivientes de aquella generación de compañías defenestradas tras la burbuja de las puntocoms, no se encumbró como unicornio hasta dos décadas después de su nacimiento.

Para entonces Idealista ya había superado dos crisis más: la inmobiliaria y la del covid. Esta última obligó a Jesús a presentar un ERTE. A la plantilla de la empresa se le recortaron dos horas de jornada (y de sueldo) al día para intentar sortear el bache de la pandemia. [...]»

«[...] En septiembre de 2020, cuando España entraba en la segunda ola de la pandemia, se anunció por fin un nombre. El equipo de Idealista había estado manteniendo reuniones por videollamada con un gran fondo internacional. Un miércoles de madrugada se firmó el acuerdo por el que la firma sueca EQT tomaba el control de Idealista, comprando las acciones que estaban en manos de Apax.

El portal se valoró entonces en 1.321 millones de euros y consiguió de esta manera convertirse en unicornio veinte años después de su nacimiento. En solo cinco años, los ya antiguos dueños habían multiplicado más de cinco veces el dinero invertido. Se cumplió a la perfección el ciclo que tienen este tipo de fondos cuando compran una empresa tecnológica: se quedan como accionistas durante un tiempo, observan cómo sube el valor y venden. **Una operación redonda.**»

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| Así se hace un unicornio | 11 |
| 1 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 |

PENÍNSULA

PARA AMPLIAR INFORMACIÓN, CONTACTAR CON:

Itziar Prieto (Responsable de Comunicación Área de Ensayo)

M: 659 45 41 80 / E: iprieto@planeta.es