

Empresas superestrella

A principios de los ochenta, Sherwin Rosen, economista de la Universidad de Chicago, publicó un famoso artículo titulado «La economía de las superestrellas». En él, exploraba las razones por las que, de forma creciente, unas pocas personas en el mundo del arte o el deporte, por ejemplo, eran capaces de ganar sumas astronómicas y concentrar una parte muy significativa de los ingresos de su profesión. ¿Por qué los ingresos de Pavarotti –un tenor excepcional– eran cientos de veces superiores a los de un buen cantante de ópera?

Una parte de la respuesta era relativamente intuitiva: los grandes talentos ofrecen algo único, un producto diferenciado que no tiene sustitutos perfectos y por el que estamos dispuestos a pagar una prima considerable. Pero, además, existe una razón aún más relevante asociada a la tecnología: en la economía de las superestrellas, los costes de producción apenas crecen con el tamaño del mercado –a Pavarotti le suponía el mismo esfuerzo cantar ante 1.000 o 100.000 personas y el coste de reproducir su música en alta fidelidad, y por lo tanto llegar a una audiencia de millones, era cercano a cero. Rosen cerraba su artículo con un interrogante premonitorio: «¿Hasta dónde llevarán el fenómeno de las superestrellas la televisión por cable, el video y los ordenadores personales?». Como se ha visto, muy lejos.

En la actualidad, además de continuar contando con talentos superestrella a nivel individual, la globalización y la digitalización han facilitado la formación de empresas superestrella. Se trata de corporaciones de alcance global que han aprovechado la caída de barreras comerciales entre países, la liberalización de sectores y el desmantelamiento de antiguos monopolios públicos, o que lideran la era de la transformación digital con nuevos modelos de negocio. Por ejemplo, plataformas digitales como Amazon o Google.

Las plataformas digitales crean valor al facilitar la interacción directa entre dos o más grupos. Amazon, por ejemplo, lo hace entre comerciantes y compradores. Estas plataformas se caracterizan por contar con economías de escala (porque añadir un usuario no tiene apenas coste) y, especialmente, por lo que se denominan efectos de red cruzados: el valor para los clientes de una de las partes de la plataforma aumenta con el número de clientes que participa en la otra parte. Tanto las economías de escala como los efectos de red pueden crear altas barreras de entrada y, con ello, un mercado en el que el ganador se lo lleva todo (*winner-take-all*).

Las empresas superestrella pueden contar, a veces, con una posición de dominio en sus respectivos mercados. Lógicamente, ello puede crear suspicacias e incluso el rechazo de partes de la sociedad (sobre todo de los competidores). Pero no podemos olvidar que la posibilidad de llegar a dominar un mercado como consecuencia del éxito de una empresa es un poderoso incentivo a la innovación y uno de los motores del crecimiento de la productividad en nuestras economías. Lo que no debe permitirse es el abuso de una posición dominante, que es precisamente lo que deben perseguir las autoridades de la competencia.

Desafortunadamente, identificar y probar un abuso de posición dominante no es sencillo, pues prácticas que *a priori* podrían considerarse anticompetitivas pueden ser legítimas en determinadas circunstancias (fijar un precio por debajo del coste, por ejemplo, para conseguir suficiente masa crítica en una plataforma). En la práctica, se debe encontrar un equilibrio que evite un *laissez faire* excesivo (manga ancha a la superestrella), pero también una protección desmesurada a competidores que pueden ser menos eficientes que la superestrella. En cualquier caso, siempre, por descontado, en un marco de seguridad jurídica.

Por último, un terreno de juego equilibrado también exige que las empresas, sea cual sea su tamaño, cumplan con sus obligaciones fiscales. En este ámbito, la creciente importancia de empresas que pueden mover beneficios entre distintas jurisdicciones con relativa facilidad exige mayores esfuerzos de coordinación internacional en la definición de las bases imponibles. Para comenzar, al menos, a nivel europeo.

Enric Fernández
Economista jefe
28 de febrero de 2019