

El vendedor de burbujas capitalistas.

Por: Tomás Rodríguez Ansorena. NUEVA SOCIEDAD. 30/04/2020

¿Quién es y qué personifica Masayoshi Son?

La pandemia movió las coordenadas y ya no sabemos dónde queda el futuro. Mientras la izquierda repiensa el Estado, los mercados se dan el golpe del siglo y se encaminan a una nueva resurrección. Un hombre personifica esa pulsión del capitalismo por reinventarse y autodestruirse en el intento. La burbuja de las «punto com» le estalló en la cara, pero se recuperó para formar el fondo de capital de riesgo más grande del mundo, el dinero detrás de WeWork, Uber y Rappi. El japonés Masayoshi Son es un fundamentalista schumpeteriano obstinado en romper mercados solo por innovar, un hombre de su tiempo para quien la estabilidad es conservadora. Y por eso, ni la pandemia le va a impedir seguir vendiendo futuro.

Mientras los paranoicos suspiraban por haber salido ilesos del Y2K, Masayoshi Son se paró frente al espejo y vio al hombre más rico del mundo. En febrero de 2000, las acciones de su empresa, SoftBank, le habían permitido, según sus cálculos, elevar su fortuna por encima de la de Bill Gates, el líder indiscutido del momento. Pero duró apenas tres días en la cima. La caída fue brutal. En cuestión de meses, su compañía perdió 93% de su cotización y su fortuna personal, valuada en 70.000 millones de dólares, sufrió una de las implosiones más grandes de la célebre burbuja de las «punto com». Entre su frondoso portafolio figuraba Kozmo, una startup de delivery online que llegó a emplear a 3.300 personas y que entregó pizzas, CD de Madonna, buzos GAP y lattes de Starbucks sin cobrar un centavo por el servicio. La idea era primero escalar (sobre su deuda), luego fidelizar y recién después ser rentable. En abril de 2001 bajó la última persiana.

Ahora, cuando el fantasma de una nueva burbuja empieza a asomar (aún tapada por la ola del coronavirus), Masayoshi vuelve a ser un protagonista estelar. Con 100.000 millones de dólares, su fondo de capital de riesgo Vision Fund –creado por SoftBank en 2016– es el más grande del mundo y una pieza clave en el boom de las startups deficitarias, una fiebre del oro emprendedora con proyectos que, pese a carecer de un horizonte claro de rentabilidad, recibieron toneladas de dólares gracias a la tasa regalada que ofrecieron los principales bancos centrales del mundo durante los últimos 10 años. La sobreliquidez del mercado le permitió a SoftBank

financiar, por ejemplo, las locas aventuras del CEO de Wework, Adam Neumann, cuya compañía cayó de los 47.000 millones de dólares de valuación a menos de 10.000 luego del escrutinio previo a su frustrada salida a la bolsa. Seis meses después, aún con el CEO eyectado, WeWork pende de un hilo (una síntesis del caso WeWork puede leerse en la introducción del libro de Alejandro Galliano: ¿Por qué el capitalismo puede soñar y nosotros no?). También invirtió 7.700 millones de dólares en Uber en 2017, lo cual lo convirtió en su principal accionista. Uber salió a la bolsa con un valor de 42 dólares por acción en mayo de 2019 y seis meses después valía la mitad. El año pasado, tuvo pérdidas de casi 1.000 millones de dólares por mes y su horizonte de rentabilidad operativa está proyectado para 2021.

Estas dos apuestas, entre otras, le costaron a SoftBank 6.500 millones de dólares y una caída de 69% en sus beneficios netos de 2019. Pero, sobre todo, resultaron muy mala publicidad. Los fichajes de SoftBank quedaron a la merced del test de Wework: ¿qué estás haciendo con la plata que te dimos? En América Latina, donde su director para el Cono Sur es el ex-ministro de Modernización de la Ciudad de Buenos Aires, Andy Freire, tiene conformado un fondo de 5.000 millones de dólares con el que ya invirtió en algunas startups. Pero donde más se observa el riesgo de sus papeles es en Rappi, la startup colombiana que pedalea una carrera sin cuartel contra al menos tres grandes competidores y que, de paso, está cambiando la fisonomía laboral del continente. Entre las varias inquietudes que presenta su modelo de negocio, hay una sustancial: ¿es viable económicamente? ¿Realmente un helado puede costar lo mismo en una heladería que traído en bicicleta?

Según Bloomberg, el mecanismo es más o menos así: «SoftBank identifica una startup para invertir, empuja a sus fundadores a expandirse agresivamente y se beneficia por inflar su valuación. El método estaba funcionando, al menos hasta que Wework se autodestruyó operativamente». En eso coincide un colega de Masayoshi, el inversor de riesgo –y 57° hombre más rico del mundo– Ray Dalio: «Debido a que los fondos tienen tanto dinero para invertir, las startups no necesitan obtener ganancias. Ahora hay tanto dinero queriendo comprar sus sueños que, en algunos casos, los inversores les inyectan capital que los emprendedores no quieren (ni necesitan). Pero los inversores los amenazan con que, si no toman el dinero, financiarán a sus competidores». Lo más llamativo de Masayoshi, además, es que uno de sus principales inversores (casi 60% del Vision Fund, según varias fuentes) es el príncipe saudita Mohamed Bin Salman. Curiosa transferencia de capital: del petróleo (sangriento, dirían algunos) de Arabia Saudita a los sueños

cibercolaborativos de Silicon Valley.

La mirada de Masayoshi, sin embargo, está más allá. No tiene tiempo para responder a las críticas, mucho menos ahora que a su castillo de cristal le están imponiendo la cuarentena. Su vida es la de un fundamentalista schumpeteriano obstinado en romper mercados solo por innovar. Un hombre de su tiempo, para quien la estabilidad es conservadora. Y que, por eso, lo único que tiene para vender es futuro.

El joven aprendiz

Hasta que se fue a California a los 16 años, Masayoshi no se llamaba Son sino Yasumoto. Sus padres eran zainichi, como se conoce a los residentes coreanos en Japón, llegados en general como semiesclavos del imperio japonés. Como además eran discriminados (aún lo son), era común que tomaran prestado un nombre japonés.

Su abuelo trabajó casi toda su vida en una mina de carbón y su padre deambuló por cientos de trabajos precarios y parciales hasta que se estabilizó, a mediados de la década de 1950, con un negocio de pachinkos, la versión primigenia del pinball. A pesar del bullying, el pequeño Masayoshi Yasumoto tuvo una infancia apacible y desarrolló una pasión infrecuente por el estudio y la lectura. En la adolescencia se topó con Yudaya no Shoho (algo así como «La manera judía de hacer negocios»), bestseller de Den Fujita, dueño de todos los McDonald's de Japón. Según un perfil de The New York Times de 1992, fue un hombre que «prosperó haciendo que los japoneses amaran todo lo antijaponés». En su libro, describe las «tácticas de los judíos en los negocios» y afirma que «en el capitalismo, todas las maneras de hacer dinero son aceptables; la única justicia es ganar». Ese antisemitismo al revés le valió algunos retos de la casa matriz de McDonald's, pero Fujita nunca renegó de su vindicación de la supuesta avaricia judía. Él quería ver esa virtud en su propia raza, la de los artesanos de Osaka.

Masayoshi había encontrado a su ídolo. Y tan fanatizado estaba que se fue hasta Tokio para rogarles a los administrativos del edificio corporativo de Fujita que le permitieran verlo, simplemente verlo. Finalmente le concedieron una reunión de 15 minutos. «¿Qué debo hacer, maestro?», le preguntó. «Mirar al futuro, no al pasado», le respondió el venerable empresario. Y, además, le recomendó que estudiara inglés. Así que, en 1973, apenas cumplidos los 16 años, se inscribió en un programa

intensivo de cuatro semanas en la Universidad de Berkeley. Y aunque nunca terminó de dominar la «r», Son descubrió allí su destino. Se maravilló con esos cuerpos hollywoodenses que hablaban con igual intensidad de la Guerra de Vietnam, el futuro de las computadoras o las enseñanzas de Osho, y para quienes además daba lo mismo que él fuera coreano o japonés. Cuando regresó al hogar, les anunció a sus padres que había tomado una decisión: su futuro estaba en «América».

Emprender

Image not found or type unknown



Masayoshi cuenta que mientras estaba en la universidad les dijo a sus amigos que necesitaba 10.000 dólares para cubrir sus gastos, pero que solo tenía cinco minutos disponibles al día. «¿Cómo hago?», les preguntó, y antes de que alguno osara decir algo, contestó que la solución era «inventar». Comenzó entonces a despertarse cinco minutos antes de lo habitual para ordenarle a su cerebro que inventase algo que se pudiera patentar. La idea más potable de aquellos brainstorming madrugadores fue un traductor electrónico por voz. Preguntó entre sus profesores quién podía ayudarlo y llegó a Forrest S. Mozer, un físico atómico que en 1974 había diseñado una calculadora para ciegos. La idea del diccionario parlante no era precisamente nueva, pero lo que motivó al científico fue el modelo de negocios: un dispositivo sencillo para vender en aeropuertos y zonas turísticas.

Después de algunos contratiempos, el equipo llegó a un prototipo de teclado, pantalla LCD y procesador de voz que al insertarle los caracteres «konichiwa» devolvía el fonema «hello». Masayoshi viajó a Japón con el rústico aparato, visitó a una decena de compañías e inesperadamente consiguió vender la patente del desarrollo por un millón de dólares. La que compró fue Sharp Corporation, la centenaria compañía japonesa que en los años 80 seguía en la cima pero que, como otros gigantes del sol naciente (Sony, Toshiba, Panasonic, Sanyo), no resistió la aceleración de internet y el ascenso de China.

Como suele ocurrir, el primer millón le cambió la vida a Masayoshi, quien inmediatamente puso el capital a trabajar. En 1981 fundó SoftBank como una distribuidora de software y editorial de libros y revistas sobre informática. Se

convirtió en un evangelizador de la revolución digital y organizó ferias y conferencias que lo pusieron en el centro del negocio de la computación. Para 1990 ya había invertido en varios emprendimientos y en 1994 salió a la bolsa nipona con una valuación de 3.000 millones de dólares. En 1996 lanzó el primer portal de internet de Japón: Yahoo! Japan, y en 1999 SoftBank ya era la quinta compañía más grande del país. Ese año, Newsweek lo nombró «asiático del año» por su aporte fundamental a la apertura del mercado de capitales japonés y por acelerar el crecimiento de «tomadores de riesgo que habrían sido sofocados por reglas más rígidas». Su gran jugada fue la creación del NASDAQ Japan (o JASDAQ), que utilizó para captar fondos frescos para las compañías digitales japonesas. El ascenso fue formidable. La caída también.

Plop

«El mercado se llenó de gente que no entiende internet», dijo en diciembre de 2000 mientras los inversores seguían con la boca abierta por el golpe que se habían dado. «Solo tienen pasión por el dinero», sermoneaba Masayoshi: «El mercado sube y baja. Es así. Uno no decide ser golfista solo porque el día está lindo. Si llueve, seguís siendo golfista». Masayoshi creía, casi místicamente. Y no tenía pensado quedarse en el piso lamentando los millones perdidos.

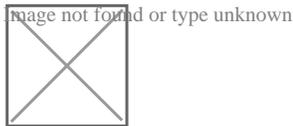
Dos inversiones le permitieron resurgir. La más conocida es Alibaba, el Mercado Libre de Asia. En 1999, durante una visita por China, conoció a Jack Ma, «el único emprendedor que no tenía un modelo de negocios y no quería mi dinero», según relató en el Tokio Forum de noviembre pasado. Lo que sí tenía Ma era «espíritu de luchador» y una profunda convicción en internet: «Jack fue el único con los ojos brillantes: atrapé mi corazón». Primero le ofreció 50 millones de dólares, pero solo pudo inyectarle 20 millones. Ma, que hoy es el hombre más rico de China, tenía dudas sobre su propio éxito. 15 años después, cuando Alibaba salió a la bolsa, esa participación se multiplicó hasta llegar a los 60.000 millones de dólares. Se trata de una de las inversiones más lucrativas de la historia.

La otra buena jugada provino de una idea un tanto rústica para Masayoshi: ¿qué hacer si estalla la burbuja del software? Pues bien, apostar al hardware. En 2001, SoftBank ya se había desprendido de sus activos contaminados y lanzó al mercado japonés Yahoo BroadBand (o «banda ancha»), con el objetivo declarado de desbancar a la poderosa NTT con una internet mucho más rápida que, además, no ocupaba la línea de teléfono. Para 2003, ya era el mayor proveedor de DSL (línea

de abonado digital) del país, y se había asociado con el Banco Mundial para llevar la tecnología al Sudeste asiático.

Pronto advirtió que sin telefonía celular no podría sobrevivir mucho más. Así que primero adquirió la sucursal japonesa de Vodafone y luego llegó a un acuerdo de exclusividad para introducir el iPhone en Japón. A menos de 10 años de casi quebrar, Masayoshi surfeó sin sobresaltos el año 2008 y la crisis económica más grande desde el crack de 1930. Si bien ya no era el hombre más rico del mundo, podía mantener su mansión en Tokio, donde todavía juega al golf en su cancha indoor. Construida a medida, tiene la tecnología para recrear el clima y hasta los aromas de los circuitos top del mundo, medioambientes ficticios para perfeccionar su juego.

Todo lo sólido se desvanece en el market



La trayectoria empresarial de Masayoshi es una visita guiada por la asignación de recursos del capitalismo en su fase digital. Y es especialmente interesante su etapa post-2008, con un mundo decidido a emitir y empresas y emprendedores dispuestos a endeudarse. Es el caso de muchas de las petroleras que apostaron al shale en Estados Unidos. Tras la guerra de precios entre Arabia Saudita y Rusia desatada por la recesión global coronavirósica, la deuda que tomaron no solo se les está viniendo encima sino que está arrastrando a los bancos que les prestaron. Lo mismo podría estar sucediendo (otra vez) con el mercado hipotecario de Estados Unidos, con precios que crecieron 59% desde el piso que tocaron en 2012 luego del crash de 2008 y acreedores en cuarentena. En este fenómeno hay un jugador novedoso: Airbnb observa cómo los superhosts que se endeudaron para comprar múltiples propiedades no saben qué hacer con ellas.

En lo que respecta a Masayoshi, lo que se preguntan los especialistas es si estamos frente a una «burbuja tecnológica» o a una «burbuja de SoftBank». Pero quizás valga preguntarse por la asombrosa expansión que durante los últimos 10 años tuvo el mercado privado, es decir, el no público, no bursátil. En forma de equity (porción de propiedad sobre una empresa), deuda privada o capital de riesgo, esta forma de inversión explotó desde el reseteo de 2008. Según The Economist, el mercado se

polarizó: «El crecimiento de las inversiones pasivas (en grandes compañías o en fondos indexados) hizo menos amigable el ambiente para empresas medianas o pequeña». ¿Qué quiere decir esto? Que mientras Wall Street se volvió cada vez más eficiente para valorizar a monstruos como Apple o Facebook, las inversiones más arriesgadas perdieron terreno. Al mismo tiempo, el endurecimiento (necesario) de las regulaciones para ingresar y mantenerse en la bolsa hizo más atractivas las inversiones en entornos «menos rígidos». Ahí es donde entran gurúes de la innovación como Masayoshi, cuya promesa central es que al menos uno de los cientos de revolucionarios emprendedores en los que invierte va a dar un batacazo. Pero en 2018 prometió que WeWork iba a ser el «próximo Alibaba». Y, no, eso está lejos de suceder.

«La escandalosa inmoralidad del capital se deriva exclusivamente de su creatividad para matarse a sí mismo», escribió Nick Land invocando al fantasma de Karl Marx en su ensayo sobre Bitcoin. «Si el vector básico del capital es una tendencia al abandono social, lo que abandona más esencialmente es a sí mismo. Por eso es que la izquierda se encuentra tan frecuentemente encerrada en una lucha por defender al capitalismo tal como es frente a lo que amenaza por convertirse» (o, como reza el título de Galliano, ¿por qué el capitalismo puede soñar y nosotros no?). Masayoshi, uno de los grandes «disruptores» de su época, parece empeñado en esa autodestrucción creativa, o su viceversa; una lógica del exceso centrífugo, con partículas estrellándose para formar algo nuevo. ¿Cuánto puede resistir el capitalismo a su propia naturaleza autodestructiva? ¿Y cuánto puede resistir conservador, aquietado, en cuarentena? Masayoshi no tiene dudas. La fuga es siempre hacia adelante.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: NUEVA SOCIEDAD.

Fecha de creación

2020/05/01