

## La niña bonita del LibreMercado

Por: Revista crisis. 01/12/2017

A principios de mayo de 2017 MercadoLibre.com (MeLi, como se la conoce en el mundillo corporativo) dio a conocer sus balances. Los resultados de esta página de comercio electrónico que abrió en 1999 y compitió durante largos años con DeRemate.com, hasta comérsela, eran espectaculares. En la plataforma de MeLi se habían realizado ventas por 2.334 millones de dólares, con un aumento del 31 por ciento en dólares con respecto al ejercicio anterior. Las publicaciones en la página habían subido casi un 60 por ciento, lo que daba muestras de la vitalidad y el crecimiento del sitio, que ya poseía 182,2 millones de usuarios registrados. La compañía emitió un comunicado oficial: “Seguimos enfocados en la transformación del comercio y los servicios financieros a través de la innovación en productos, fomentando el espíritu emprendedor y ofreciendo las mejores experiencias de usuario. Estamos consolidando nuestra posición de liderazgo en tecnología, pagos en línea y comercio electrónico en América”.

Sus palabras claves: “servicios financieros” –el core del negocio de una plataforma que sabe que cada vez le resultará más difícil competir con los planes expansivos de Amazon, reina del *e-commerce*–, “espíritu emprendedor” –un guiño a la ideología oficial– y “América” –la lucha por el significado de América, ya que en Estados Unidos el negocio de MeLi es prácticamente inexistente y su fuerte es América Latina. Por todos los medios nacionales y también por algunos medios extranjeros, circuló la fotografía del canchero Marcos Galperín, fundador y CEO de la compañía, acompañando al titular de mayor impacto: por primera vez en la historia, su empresa superaba a YPF en la cotización bursátil. El detalle: MercadoLibre cuenta con 3.500 empleados, YPF con 20.000. En mayo de 2017, MeLi valía 12 mil millones de dólares (se estima que Amazon vale 430 mil), mientras que YPF había cotizado en aproximadamente 9700. MeLi apenas quedaba 6 mil millones por debajo de Tenaris, del grupo Techint, que valía 18 mil millones. Globant, mucho más nueva, estaba cotizada en apenas 1.300 millones. Lo cierto es que MeLi está entre las cincuenta páginas más visitadas del mundo y tiene más de 166 millones de usuarios.

Galperín, el cerebro, fundador, imagen pública y CEO de la compañía es el cuarto de una familia de cinco hermanos. Nació en 1971 en cuna de oro. Su padre, Andrés Galperín, es el dueño de la curtiembre SADESA, fundada en Esperanza, Santa Fe,

en 1941 por su abuelo materno, de origen alemán. Según sus propias declaraciones, Galperín siente que tiene ADN emprendedor: “Cuando mis amigos estaban en Punta de Este yo estaba en Santa Fe, en la fábrica. Pero nunca fui empleado. Mis abuelos fueron emprendedores: el paterno llegó de Rusia con un dólar en el bolsillo y sin hablar el idioma, el materno llegó de Alemania y armó la empresa de cueros que mi padre, que sólo fue a la escuela pública, internacionalizó” En la actualidad SADESA está aliada con una compañía china y exporta el 90 por ciento de su producción. Miguel Alejandro Galperín, padre de Marcos, es un CEO activo y ambicioso. Ya en 1989 su empresa abrió oficinas en Hong Kong, mucho antes de que la gigantesca economía china fuera tapa de semanarios económicos del mundo. El cuero que es procesado y exportado por SADESA se utiliza, básicamente, como materia prima para zapatillas deportivas que son luego manufacturadas en China o en el Sudeste Asiático. En los ochentas le vendían cuero a la URSS.

## el desencanto y la ilusión

¿Pero qué hace Galperín? ¿Es un genio de las computadoras, un hábil mercader, un visionario? Más bien podría ser pensado como un banquero de segunda generación. Luego de formarse en Estados Unidos, antes de volver al país y al igual que el ex Ministro de Hacienda Alfonso Prat Gay, Galperín pasó un año trabajando para el Banco JP Morgan. Este es un punto fundamental para entender lo que viene en relación a MercadoLibre: como Jeff Bezos, dueño de Amazon, Galperín no es un ingeniero ni un programador, sino un especialista en inversión financiera. Estudió finanzas, nunca dejó de jugar fuerte en el mercado financiero, y es hacia allí hacia donde dirige a su compañía. De las finanzas viene MercadoLibre, y hacia las finanzas va. Como hubiera dicho el sociólogo alemán Max Weber, las afinidades electivas entre las finanzas y el ecosistema de negocios digital es altísima. Tan alta es la afinidad que los nuevos reyes de la internet ya sueñan con destrozarse –quizás debería decirse reemplazar, o simplemente destronar– a los Bancos. Para esto, la alianza de Galperín con Federico Sturzenegger, titular del Banco Central, es fundamental. No dejan de tirarse flores por Twitter. El último logro de los mieleros ocurrió en julio de 2017, con la eliminación del impuesto al cheque de las transferencias electrónicas.

Sin embargo el entusiasmo con el país, sus emprendedores y sus posibilidades, es para Galperín algo relativamente nuevo. De hecho, vivió en Uruguay durante catorce años. Aunque parece que lo hizo porque no soportaba a la Argentina -o a sus

condiciones laborales-, nunca aclaró bien los motivos de su mudanza. Pero sí dedicó a ponderar las virtudes del sistema democrático del país oriental, donde quizás piense volverse a fugar si la AFIP insiste con cobrarle impuestos o si la reforma laboral “a la brasilera” no prospera. Quizás haya vuelto a la Argentina presionado por su mujer y por sus hijos, o quizás para estar más cerca de las nuevas oficinas de la empresa, este año ubicadas en Vicente López, en los pisos superiores del mismo edificio inteligente donde se encuentran las oficinas del diario La Nación. Lo cierto es que Galperín lleva una vida tranquila, evita los monstruosos embotellamientos que se están convirtiendo en una nueva marca registrada de Buenos Aires, sale a correr tres veces por semana y medita junto a su mujer gracias a una app, además de hacer bastante “*home office*”. Como todo millonario, declara que le gustaría leer el triple de lo que lee, pero desprecia al papel y sólo utiliza el *kindle* que diseñó su admirado y temido Jeff Bezos.

Es posible que Marcos nunca pueda olvidarse del amargo regusto que deja el trabajo en el estado, de su ineficiencia, de la corrupción. Se mostró contrariado ante la venta de YPF a los españoles, pero aún más con su nacionalización efectuada por el gobierno de Cristina Kirchner en 2012. En su cuenta de Twitter, escribió: “Avergonzado por la expropiación de #YPF. trabajé ahí del 94 al 97. Conocí bien la corrupción de la YPF estatal”. Y luego aclaró: “No se tendría que haber vendido en su momento, pero tampoco se tendría que haber expropiado sin pagar. Me da miedo que ahora pase lo que pasaba antes, algo que era de terror. Sería muy triste que no aprendiéramos de nuestros errores”.

Pero el que parece triste en los últimos tiempos es él. El titular de la AFIP, Alberto Abad, considera que su acogimiento a la Ley del Software de Cristina Kirchner no fue correcta y pretende cobrarle 500 millones de pesos por año. Como Coca Cola, MeLi se puso a extorsionar al estado con no concretar inversiones y fugar -aún más- trabajo y logró el beneplácito del presidente Macri, que en forma insólita y mientras pide sacrificios a los trabajadores salió a respaldar a la empresa. Como si no fuera suficiente, la pasión evasora de Galperín se expresó también a través de su presencia en los Paradise Papers, con una sociedad en Cayman vinculada a la empresa de agronegocios El Tejar.

## **el fantasma del norte**

El camino hacia el edén de las finanzas y el *e-commerce* fue escarpado para Marcos. Cada vez que se lo preguntan, resalta que su compañía tardó más de siete

años en ser rentable. Galperín se niega a vender su empresa pese a las cuantiosas ofertas que recibió, y admira a los próceres de las multinacionales argentinas: Paolo Rocca de Techint y Luis Pagani, de Arcor. Sólo el 18 por ciento de su compañía pertenece al gigante norteamericano Ebay, con quien mantiene una sociedad en varios países, pero con la cual también compite. Para graficar esta relación, Galperín recurre al ejemplo del iPhone y Google: el buscador de los teléfonos es la página de Larry Page y Sergei Brin, pero se trata de dos titanes que batallan día tras día al interior del ecosistema digital.

El nueve de agosto de 2007 MeLi asomó su cabeza en la bolsa de Nueva York. Ese mismo día el cataclismo que llevó a la crisis mundial de 2008, originada en la burbuja inmobiliaria de los Estados Unidos, comenzó a hacerse sentir. Los mercados cayeron cuarenta puntos y por primera vez desde el atentado a las torres gemelas los gobiernos de Estados Unidos, Europa y Japón debieron inyectar dinero para que el sistema bursátil no se desplomara. Galperín recuerda ese momento: “Fue horrible. Habíamos hecho nuestro *roadshow*. Tres semanas con un equipo en Estados Unidos, donde estaba yo, y otro en Europa. En las reuniones, los inversores tenían detrás las pantallas de Bloomberg: todo rojo. Una IPO en ese momento era imposible y menos para una empresa latina”. Sin embargo, MercadoLibre cotizó bien, la demanda superó a la oferta y la empresa tuvo un gran debut. En 2006, antes de ingresar a la bolsa, tenía ingresos por cincuenta millones de dólares. En 2009 pasó a 180 millones, y en 2011 a 300 millones. Sin embargo, Galperín reniega del mundo ficticio de las acciones y las opciones, de los seguros de riesgo y la especulación: “Nunca, pero nunca, nos enfocamos en la cotización de la empresa o su valor de mercado. Las acciones no se pueden controlar, por eso pensamos en lo que sí podemos hacer: soluciones para pagos, logística, lo nuestro. De 2002 a 2004 trabajábamos muy fuerte pero no dábamos ganancias. Eramos el *poster-boy*, pero yo tenía mucha angustia porque manejaba una máquina grande y líder que no era sustentable. El día del primer balance positivo me saqué una mochila gigante de la espalda y sentí que la empresa iba a trascenderme”.

¿Porqué logró la empresa de Galperín subsistir y expandirse, sobreviviendo a la explosión de la burbuja de las punto.com, e incluso a la crisis de 2008, mientras que otras similares y muchas “copycats” (copias) se hundieron? Muchas personas otorgan un rol fundamental al “partnership” que Galperín logró con la norteamericana Ebay. Al parecer, las primeras inversiones recibidas por MeLi habían sido malgastadas en aviones de primera clase, publicidades de impacto poco mensurable y estrategias de crecimiento no concretadas. Porque hasta el súperman de los

emprendedores tiene sus pifies. Pero con el apoyo de Ebay, Galperín consiguió aire y nuevos inversores. En este punto acontece una paradoja. Ebay es un sitio mayormente de subastas, y en ese sentido más parecido a lo que proponía DeRemate, mientras que la mayoría de las ventas de MercadoLibre se produce a través de precios fijos, por lo que en realidad sería un copycat de Amazon. Las cosas, sin embargo, no son tan simples. Amazon posee depósitos propios y ofrece una enorme cantidad de mercaderías compradas, almacenadas y distribuidas por la compañía, al punto que se comporta como un supermercado, mientras que MercadoLibre sería más bien una mezcla entre Amazon y PayPal, la compañía de pagos virtuales fundada por Elon Musk. Es hacia allí hacia donde apunta sus cañones Galperín. Y en esta ingeniería de negocios tiene un enemigo voraz: Amazon.

La empresa norteamericana ya compite con MercadoLibre en Mexico y está desembarcando en Brasil, dos plazas que tornan a la Argentina casi insignificante. En ambas MercadoLibre combate palmo a palmo con firmas poderosas en el terreno del *e-commerce*, como Lojas Americanas o Submarino en Brasil, y Linio o el propio Walmart en México. Pero ninguna de estas competidoras es la obsesión de Galperín. Ni siquiera Google, que es capaz de conducir las búsquedas de objetos o servicios de una manera que podría terminar con MercadoLibre. Lo que lo preocupa es Amazon: sus galpones, su política agresiva, su volumen, su tipo de arreglo con los distribuidores y la logística. La guerra de Galperín es contra Amazon y contra los bancos. Su mayor capital es el tráfico, lo conocida que es la página. Porque, aunque parezca increíble, el nombre, la web, el hábito de consumo, las credenciales acumuladas históricamente, en síntesis la marca, es el principal activo que tiene el gran *entrepreneur* argentino, más allá de sus ingenieros y sus tecnologías. La historia reciente ya le ha enseñado lo volátiles que son las audiencias y los consumidores digitales, y lo sensibles que son hacia el cambio tecnológico, hacia las revoluciones productivas dentro del *software* y, principalmente, hacia los descuentos como los que acostumbra a realizar Amazon para liquidar a las compañías que no puede comprar.

Y en el mundo del emprendedurismo digital que Galperín glorifica las cosas suceden demasiado rápido. De hecho, cuando hace menos de un mes, y desde Brasil, Amazon anunció que extenderá sus operaciones hasta la Argentina, las acciones de MercadoLibre bajaron 15 puntos. Desesperado por la protección de un Estado al que desprecia, pero esperanzado con la ayuda de sus compañeros de travesuras offshore que desfilan en el elenco gobernante, Marcos empezó a levantar teléfonos

en busca de protección cuando pocos días más tarde el actual lobbysta y ex embajador de Estados Unidos, Noah Mammet, confirmó la noticia.

## adiós al trabajo

Durante el kirchnerismo, MercadoLibre fue protegida y alentada impositivamente por la Ley de “Productores de Software y Servicios Informáticos” del Ministerio de Economía y Producción, fechada en 2007. Según esta Ley 25922, que según la AFIP fue usufructuada en forma irregular, la empresa de Galperín tiene una bonificación del 70 por ciento de las contribuciones patronales y el 60 por ciento del impuesto a las ganancias hasta el 2019. Pero estos beneficios no alcanzaron a sus trabajadores. Se dice que los costos laborales argentinos y el poder del sindicato de empleados de comercio hicieron que la empresa abriese oficinas en Montevideo, con trabajadores uruguayos al parecer más dóciles. O al menos eso es lo que deben haber sentido Elina Escudero, Leandro Salinas y Yanina Arellano cuando en 2011 fueron despedidos, luego de que intentasen convocar a elecciones y postularse como delegados de base en la compañía.

Sus condiciones de trabajo eran las siguientes: cobraban un 26 por ciento menos que el salario mínimo vital y móvil, eran obligados a trabajar horas extras y durante los feriados, más un sábado y domingo por mes, sin remuneraciones adicionales, bajo la presión de arbitrarios objetivos por productividad que muchas veces se conformaban en causal de despido. Y, por supuesto, no se podían organizar para lograr mejoras en sus condiciones de trabajo.

El despido de los empleados causó una reunión de conciliación entre Galperín y un robot llamado Armando Cavalieri, líder del Sindicato de Empleados de Comercio (SEC). Al parecer el tecnócrata y la máquina habían logrado llegar a un entendimiento inicial. De hecho, Elina Escudero declaró a La Política Online que “Ramón Muerza, el secretario de organización de la regional Capital del Sindicato de Comercio, me confesó que no podían organizar la elección de delegados de base en Mercado Libre porque Cavalieri había acordado con Galperín que le pagaría una deuda de 900 mil pesos por afiliaciones a cambio de impedir que hubiera una representación de base”. El acuerdo espurio y a espaldas de los trabajadores cayó cuando un fallo de primera instancia de la Justicia ordenó a MercadoLibre reincorporar a los empleados despedidos. Ante ese panorama, Cavalieri desandó sus pasos y Galperín intentó llegar a un acuerdo en la Cámara de Diputados.

El casi absoluto silencio sobre las prácticas laborales de MercadoLibre desde 2011 es de todos modos llamativo. Lo cierto es que esta tensa calma entre la compañía mimada por el ecosistema empresarial y gubernamental argentino, tuvo una fuga radioactiva –o una movida de ajedrez, depende de cómo se la lea– en Twitter. En esta red social, Galperín profetizó lo siguiente: “Viendo la reforma laboral brasilera, Argentina puede 1) imitarla 2) salirse del Mercosur 3) resignarse a perder millones de empleos”. ¿Ambigüedad? ¿Diagnóstico? ¿Expresión de deseo?

## **comunismo financiero**

En una entrevista a José Del Río para La Nación, y como si hablara ante algún fondo inversor, el CEO se puso vehemente: “Mercado Libre va ser cien veces más grande de lo que es. Logramos democratizar el comercio y lo vamos a seguir haciendo. Y ahora vamos a democratizar el dinero. El dinero está atrapado en un sistema muy caro y muy ineficiente. Vamos a liberarle el dinero a la gente que no está bancarizada, que es el cincuenta por ciento. A la larga o a la corta, todas las industrias van a tener que transformarse por internet. La de medios ya lo sufrió y el comercio también. A la financiera le está llegando” Y siguió: “Antes, cuando no existía Internet, los banqueros generaban algo súper valioso, conectaban todas las cuentas de banco con todos los comercios. Ahora eso vale poco, porque la red de redes conecta a todos los comercios con todas las redes de bancos, con todos los individuos, tengan o no tengan cuenta bancaria, de todo el mundo. Si yo mando un mensaje de whatsapp a un grupo de cincuenta personas cuesta cero pesos; pero si yo quiero pagar al comercio con tarjeta de débito cuesta tres por ciento, y lo único que hice fue enviar un mensaje de whatsapp que sale de mi cuenta bancaria y va a la cuenta del comercio. En Estados Unidos el Lending Club (Club de Préstamos) es una plataforma digital donde los que quieren prestar su dinero pueden hacerlo a los que necesitan comprar algo, sin intermediación de los bancos. Mi visión es democratizar el sistema de pagos y de créditos. Soy un fanático de la tecnología porque mejora la vida de la gente. Por eso nuestra tecnología compite con las mejores del mundo: Amazon, Alibaba, Paypal, Ebay”.

El entusiasmo mesiánico y tecnófilo que Marcos profesa lo llevó a decir que “el modelo financiero tiene fallas estructurales. Las ganancias siempre son privadas, pero cuando hay una crisis las pérdidas son de la sociedad. Sin embargo la solución no es más regulación. Quizás sí pagar más impuestos a las ganancias para generar fondos anticíclicos. Hay que alinear mejor los incentivos, no puede ser que cuando

ganen se la lleven y cuando pierden hay que salvarlos para que no se arme una crisis catastrófica como la de 2001”. Cuando no se trata de su propio patrimonio, estamos casi frente a un socialista utópico: “Ya se producen alimentos como para que no exista el hambre. De hecho, en la Argentina se producen alimentos como para cuatrocientos millones de personas y no podemos alimentar a los cuarenta que somos. El tema es cómo se distribuye, cómo se dan los incentivos correctos. En los Estados Unidos se está discutiendo el ingreso mínimo, si las máquinas van a empezar a producir todo, y eso yo sí creo que puede pasar, que los robots nos saquen mucho trabajo, ¿entonces qué vamos a hacer? Y no hagamos nada: que hagan nuestro trabajo los robots y repartamos el dinero”.

Con sus contradicciones, con la puerilidad de sus anhelos, y con la venturosa sincronización entre sus intereses materiales y sus aspiraciones ideales, que muchos podrían tildar de farisea, los profetas del emprendedurismo digital en la Argentina, de los que Galperín es un excelso representante, son una insignia del actual momento del capitalismo. Formados en las finanzas y en los centros globales del neoliberalismo, fascinados por la hipervelocidad, la circulación de las imágenes y la desaparición de lo tangible, fogoneados por la picardía argentina en su versión de zona norte, y subordinados a la lógica del capital financiero y de una competencia sin cuartel donde el sentido de la existencia es un insumo cada vez más escaso y la meritocracia no parece convencer a las nuevas generaciones, los más benjamines entre los dueños del capitalismo periférico se encuentran en una encrucijada que sólo el tiempo y la dialéctica del avance tecnológico podrán resolver. ¿Un pirata cínico disfrazado de profeta tecnológico o el ideólogo de un nuevo mundo donde la relación salarial se desdibuja en tanto dispositivo de subjetivación, con consecuencias imprevisibles? Probablemente ninguna de las dos cosas. O, acaso, bastante de cada una.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: revista crisis

**Fecha de creación**

2017/12/01