

## **Muchas startups pierden el control justo cuando llega el dinero**

### **Mantener el control desde el minuto uno hasta el último segundo de la operación es el sueño utópico de la mayor parte de las empresas**

Mantener el control desde el minuto uno hasta el último segundo de la operación es el sueño utópico de la mayor parte de las empresas. Desde el 'buenos días' hasta el 'vuelva usted pronto', pasando por caja. La mayor parte lo consiguen sacrificando algunos posibles clientes poco dispuestos a pasar por el aro del desembolso y otros prescinden del sucio dinero escalando, eso sí, a niveles de usuarios nunca antes vistos a riesgo de no llegar a fin de mes. Siembre hubo clases.

La impopular monetización que tan poco entienden algunos y que tan necesaria es para otros ha creado un fenómeno curioso y común para muchas empresas tecnológicas de reciente creación. Justo en el preciso instante en el que el dinero entra en juego –vaya, qué casualidad–, ellos dejan de tener el control absoluto sobre la operación. O lo que es lo mismo: con el objetivo de ahorrarse las comisiones que probablemente lleve implícita dicha transacción, y que son de las que hacienda se lleva un porcentaje, cierran el acuerdo fuera de los dominios de la empresa. Problema para las startups y problema para el reino de Montoro, o el ministro de hacienda de turno.

Lograr usuarios puede salir realmente caro y si fuese por voluntad propia, como es el caso de Amovens, que ni quieren saber nada del dinero por sus trayectos de ride sharing ni lo van a hacer, el asunto podría tener un pase. También es cierto que, en su caso, entra en juego el hecho de que incluir una comisión les podría en el punto de mira de algunos que no ven con demasiados buenos ojos su actividad. Y en cierto modo es el caso de Wallapop, el eterno candidato a la monetización. Su estructura o modelo de negocio diseñado desde el día uno decidió que en ningún momento se penalizaría a los usuarios por sus transacciones; sólo si estos querían posicionarse por encima del resto o, llegado el momento, que el pago se hiciese a través de la app, contemplarían cobrar por el servicio. Hasta que no llegue el momento en el que quieran cambiar su rumbo, el problema no existe. O, al menos, no es relevante para el usuario. Tanto así con el histórico Vibbo que lejos de cobrar lo que incluyen es una cantidad ingente de publicidad y así financia su negocio.

En cualquier caso, destaca la ligereza con la que asumen su absoluta pérdida de control justo en ese momento, en el importante, el del dinero. Prima la "experiencia de usuario".

Los que no tienen elección

Es decir, los que tienen el verdadero problema removiendo cielo y tierra para evitarlo. Todos aquellos que han tenido que buscar el blindaje para evitar su particular fuga de capitales.

Esto ocurre, especialmente, cuando la actividad de dichas empresas está relacionada con poner en contacto a dos personas, estando la aplicación como mera pasarela de intermediación. Al contrario de lo que ocurre con las anteriores mencionadas, este modelo sí requiere pasar por caja; básicamente

porque viven de las comisiones y necesitan facturar.

Es muy común encontrar casos en los que, a través del chat de ciertas aplicaciones, llega un punto en el que el usuario piensa: ¿y por qué no le doy el teléfono y mejor hablamos directamente? Las plataformas suelen bloquear cualquier intento de intercambio de datos susceptibles de animar una charla fuera del entorno controlado: números de teléfono, mails y sucedáneos. Una práctica común en BlaBlaCar, Airbnb o GuDog.

El problema es que son tantos los bloqueos que muchas veces la conversación natural se frustra bastante y se suceden las quejas de los usuarios. La buena fe inicial de muchos apuntaría a que una vez hecho el acuerdo se volvería a la aplicación para abonar el pago. Pero eso no va a ocurrir nunca por lo que, de un problema para ellos vienen las consecuencias para los usuarios.

El presente comunicado fue publicado primero por [hipertextual.com](http://hipertextual.com)

#### **Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#) [Bienestar](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>