

# EL CASO UBER EN MÉXICO: UN CRI DE COEUR

*Francisco González de Cossío\**

Hay algo profundo e interesante en el caso Uber. Los orígenes del problema tienen causas que exigen conocimiento, entendimiento y discernimiento. Y la respuesta ciudadana y política es sintomática de algo que pensadores y economistas han desde hace tiempo identificado, pero sus reflexiones —y las lecciones que arrojan— aún no se entretajan en el tejido social. Vale la pena por ende recordarlo ya que, como solía decir Hazlitt, todas las lecciones de importancia tienen que ser aprendidas de nuevo en cada generación. Uber ofrece una ocasión para ello.

## I. Uber: un innovador que osó tener éxito

Uber es un innovador. Las voces que dicen distinto son, respetuosamente, ya sea quienes no han acabado de comprender el funcionar del mercado o personas que ven en riesgo un espacio de comodidad.

Uber detectó una necesidad insatisfecha, y creó un modelo de negocio para atacarla. Al hacerlo, identificó y redefinió un segmento de mercado, diseñando una forma de dar valor. Dado que lo ha hecho en una forma centrada en las necesidades del consumidor, ha sido tremendamente exitoso. Como resultado, está desplazando a quienes ocupan áreas colindantes a dicho segmento de mercado. (No en todos, pero sí en algunos.)

En respuesta, ha sido víctima de agresión, denostación y a veces prohibición. Ello es lamentable pues al hacerlo todos perdemos. La sociedad pierde en términos agregados. El motivo: Uber es un modelo ganar-ganar. Gracias a Uber, el **consumidor** se hace de una opción que es ideal para ciertos segmentos de mercado. (Nótese que hablo de una ‘opción’. Los taxis y los chóferes privados son servicios que atienden a dos segmentos de mercado diferenciables, aunque exista un espacio de traslape.) El **proveedor** también gana: dada la flexibilidad del modelo existen personas diversas que encontraban en Uber una opción para incrementar sus ingresos.<sup>1</sup>

Siendo que todo lo anterior es loable y socialmente deseable, la pregunta es obligada: ¿por qué el repudio? Respuesta: por que hay a quien no le conviene. Es así de sencillo.

---

\* Profesor de Competencia Económica, Universidad Iberoamericana. Observaciones bienvenidas a [fgcossio@gdca.com.mx](mailto:fgcossio@gdca.com.mx)

<sup>1</sup> Personas dedicadas a otras actividades canalizan sus espacios de ocio a prestar servicio de chofer vía Uber a fin de incrementar sus ingresos. Ello es posible dada la flexibilidad del modelo Uber.

Hay quien ha criticado a Uber aduciendo todo tipo de argumentos. Unos rudimentarios y otros que vale la pena explorar pues son interesantes. Ejemplifican los primeros la diatriba que vivimos el 25 de mayo en la Ciudad de México. Durante las manifestaciones que paralizaron parte de la ciudad (sin que las autoridades lo evitaran), se escucharon comentarios diversos cuyo común denominador fue estridencia e ignorancia. Por ejemplo, que son “piratas”, “irregulares”, “inseguros”, “ilegales”, competencia desleal, no pagan impuestos. Mi favorito fue (*sic*):

“Están dispuestos a fomentar el capital de estas empresas parásito internacionales? Que lo único que hacen es conectar a usuarios con unidades para prestar el servicio. Esta empresa sólo está incrementando su capital y están absorbiendo dinero de la ciudad, es un perjuicio económico para el DF”.

Es interesante como un proceso económico deseable puede hacerse parecer negativo mediante una inflexión expositiva peyorativa. Quien haya emitido el comentario tiene que leer un texto elemental de economía: el proceso que describe y que adjetiva como “parasito” no sólo dista de ser criticable; es plausible.

Pero despejada la diatriba, existe algo digno de comentario: la aseveración que constituye competencia “desleal”. Aunque nunca es sustanciada, es desatinada: la competencia desleal es mejor entendida como la protección del aviamiento. El *goodwill*. Aunque su regulación y aplicación deja mucho que desear en el caso mexicano, quienes lo han (hemos) explorado han concluido que busca “mantener la contienda limpia”. ¿Cuál contienda? La batalla por el mercado. Competir. Como dice un tratado reciente que se basa en una metáfora deportiva:<sup>2</sup> de la misma manera que en el box hay reglas (no puedes pegar debajo de la cintura), en la competencia también la hay. Aunque el objetivo de competir es ganar, lo cual puede implicar hacer cosas por ganarle al rival, no todo se vale. En el caso mexicano, se ciñe a tres cosas: confundir o inducir al error al consumidor respecto de los productos de un competidor (incluyendo procesos y características), o desacreditar al rival.<sup>3</sup>

Entendido el concepto, se observa una ironía: *no solo no está Uber compitiendo deslealmente, sino que está siendo objeto de competencia desleal*. La campaña de desprestigio enderezada en su contra actualiza el concepto “competencia desleal”, pues no se está rivalizando competitivamente, sino que se le está denostando. Se busca desplazarlo vía desacreditación.

Luego entonces, la conclusión a la que debe llegar un observador desinteresado es que *Uber no está compitiendo deslealmente; está compitiendo*. Punto. El problema es que está teniendo éxito, y al hacerlo amenaza un espacio de comodidad. Ante ello, vale la pena ver qué debe hacer la autoridad, y qué ha hecho en el caso mexicano.

---

<sup>2</sup> COMPETENCIA, Ed. Porrúa, 2ª ed., 2015.

<sup>3</sup> Artículo 6 bis del Código de Comercio.

## II. El papel del gobierno. Lo bueno, lo malo y lo feo del caso mexicano

La respuesta de la autoridad a lo anterior debe ser semejante a la del árbitro en el box: poner orden a efecto de encausar la competencia. Que la contienda ocurra en el ring y siguiendo las reglas. Para ello, debe evitar dejarse ‘capturar’.<sup>4</sup>

Lamentablemente, ello no siempre se ha logrado. Si se observa el panorama mundial, se observará que la respuesta al problema social ha sido variopinta. Mientras que algunas jurisdicciones han sucumbido a la tentación (regulando o prohibiendo), otras han mostrado entereza.

México actualiza tanto el elogio como la crítica: ha tomado dos pasos loables, y uno deplorable.

El 4 de junio de 2015 la Comisión Federal de Competencia Económica (“COFECE”) emitió una opinión sobre este tema (OPN-008, 2015). Hizo una explicación sobre el fenómeno económico, destacando cómo resuelve fallas del mercado (incluyendo asimetrías de información y problemas de coordinación), es innovador, y es una nueva alternativa que redundará en bienestar del consumidor. Destaca su eficiencia. Consideró positiva la presencia de plataformas y la posibilidad de que otras nuevas entren al mercado, dados los beneficios que ofrece al consumidor la posibilidad de que pueda utilizar los servicios de diversas ERT (“empresas de redes de transporte”).

La COFECE recomendó que se reconozca una nueva categoría o modalidad para la prestación de este servicio que tiene un impacto relevante en la dinámica social. Al hacerlo, el marco normativo debería privilegiar la competencia y la libre concurrencia, evitando restricciones tales como (a) autorizar o registrar vehículos para prestar el servicio o limitar su número imponiendo requisitos adicionales como de placas especiales y/o cromáticas; y (b) regular los esquemas tarifarios, los cuales actualmente son determinados por las propias ERT en función de la oferta y demanda del mercado. Concluyó enfatizando que, mientras no se ajuste el marco normativo, cualquier interpretación puede resolverse a favor del interés general. Es decir, permitiendo actividades que generan opciones eficientes en beneficio del consumidor.

El 15 de julio de 2015 fue publicado en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el *“Acuerdo por el que se crea el Registro de Personas Morales que Operen y/o Administren Aplicaciones y Plataformas Informáticas para el Control, Programación y/o Geolocalización en Dispositivos Fijos o Móviles, a través de las cuales los Particulares pueden Contratar el Servicio Privado de Transporte con Chofer en el Distrito Federal”*<sup>5</sup> (el **“Decreto**

---

<sup>4</sup> ‘Captura’ es un término de arte de la teoría de la regulación. Significa que el regulador acaba siendo ‘capturado’ por el regulado. Como resultado, más que promover los intereses generales para los cuales fue creado, promueve los intereses del ente que debería estar regulando. (¿Suena familiar?)

<sup>5</sup> Décima Octava Época, No. 133 bis, p. 5.

*Uber*”). Ello ocurrió a la par de un decreto similar, pero ceñido a taxis.<sup>6</sup> En esencia, establece lo siguiente:

1. **Registro:** Obligación de registrarse.
2. **Constancia Anual:** obligación de anualmente obtener permiso para operar.
3. **Requisitos:** Un régimen que los vehículos deben cumplir. Por ejemplo, se exigió un valor mínimo de unidad de \$200,000, contar con cuatro puertas, radio, aire acondicionado, bolsas de seguridad.
4. **Revisión Anual:** se establece la posibilidad de que exista una revista vehicular anual.
5. **Prohibición:** de prestar el servicio de chofer o administrar la prestación de dicho servicio si no se está registrado.
6. **Fondo para el Taxi:** se exigirán aportaciones a un “Fondo para el Taxi, la Movilidad y el Peatón” conforme a mecanismos y lineamientos que establecerá un Comité Técnico.

Mientras que el actuar de la COFECE merece aplauso (por atinado y valiente), el Decreto Uber merece reproche. *No había una necesidad de regulación.* Las cuestiones reguladas son ya superadas y mejor manejadas por el régimen auto-impuesto por Uber. Y en cambio se cierra los ojos al hecho que muchos taxis no lo cumplen, muchos dada su informalidad. Por ende, el decreto es sobre-regulatorio. Lo que es más, ostenta captura. El que se haya optado por regular es criticable, particularmente por el cómo se reguló. No tuvo en mente los mejores intereses del consumidor. Aprovechó una coyuntura para establecer un régimen que lastima a quien debería aplaudir; y no regula a favor del consumidor. El paso más deplorable es el fondo del taxi. Exigirle el 1.5% de sus ingresos a los chóferes Uber para que los taxis puedan contar con un App semejante es un gran desatino. *Permite que se le cuelguen al innovador.* (Es tanto como exigir a Apple que aporte al fondo de investigación y desarrollo de Nokia.) Ello tendrá por efecto encarecer la actividad y vedar oportunidades otrora existentes. Resultado: un ganador claro, un ganador a medias y un claro perdedor.

El *ganador* es quien (verdaderamente) se beneficie del fondo para el taxi.<sup>7</sup> El *ganador a medias* son los taxistas que lograron ponerle una piedra en el camino a sus adversarios – pero “a medias”, pues la victoria resuena pírrica. El *perdedor*: toda la sociedad. Por definición, habrá menos oferentes y precios más altos.

---

<sup>6</sup> “Acuerdo por el que se crea el Registro de Personas Morales que Operen, Utilicen y/o Administren Aplicaciones para el Control, Programación y/o Geolocalización en Dispositivos Fijos o Móviles, a través de las cuales los Particulares pueden Contratar el Servicio Público de Taxi en el Distrito Federal”, Id. p. 2.

<sup>7</sup> Lamentablemente, este tipo de pasos son con frecuencia usados con ‘otras finalidades’, que generalmente benefician a unos cuantos y permanecen desconocidas al público en general.

Especialmente corrosivo es el mensaje que manda: que en México, para competir, se vale presionar para capturar y obstaculizar a un rival.

Las instituciones legales son el resultado del desarrollo previo y la presión ejercida por los intereses existentes en la sociedad. Luego entonces, el caso Uber era (es) una oportunidad preciosa para mandar el mensaje correcto: en México, ‘competir’ significa dar valor. Dar mejores productos a mejor precio. Las artimañas, los ‘trucos’, no tienen cabida.

### III. Aún hay una oportunidad para enmendar

Todavía existe una oportunidad para corregir, y consiste en tomar tres pasos:

1. **No seguir el ejemplo del Distrito Federal.** Que las demás entidades federativas no repliquen el Decreto Uber del DF; que sigan la opinión de la COFECE y no regulen. O si optan por regular, que sea reconociendo la actividad y no estableciendo requisito alguno como los contenidos en el Decreto Uber. Y que la ponderar qué lineamientos establecer, recordar la advertencia de la COFECE: *“cualquier interpretación puede resolverse a favor del interés general, es decir, permitiendo actividades que generan opciones eficientes en beneficio del consumidor”*.<sup>8</sup>
2. **No implementar el fondo del taxi:** que su aspecto más nocivo (el Fondo del Taxi) no se aplique. Que nunca se lleve a la práctica.
3. **Que se abroge el Decreto Uber.**

---

<sup>8</sup> Opinión COFECE, p. 8, párrafo final.