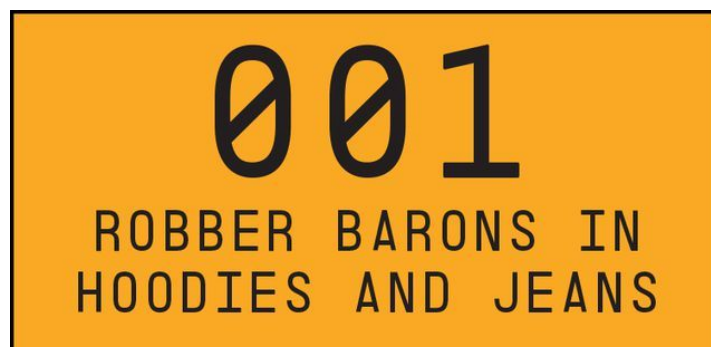


La máquina come almas, mata empleos y evasora de impuestos de Silicon Valley.

[Scott Galloway. 8 de Febrero de 2018.](#)

Traducción de Julio Alonso. Septiembre de 2018.

Cuatro compañías dominan nuestras rutinas como ninguna otra en la historia: Amazon, Apple, Facebook, y Google. Amamos nuestros dispositivos celulares y los servicios que funcionan en pocos clics, pero estos monstruos disfrutan de una dominación económica sin restricciones, logrando una acumulación de riquezas a una escala que no se veía desde la edad dorada de los monopolios. ¿Cuál es la única salida? Destrozar a las grandes empresas de tecnología.



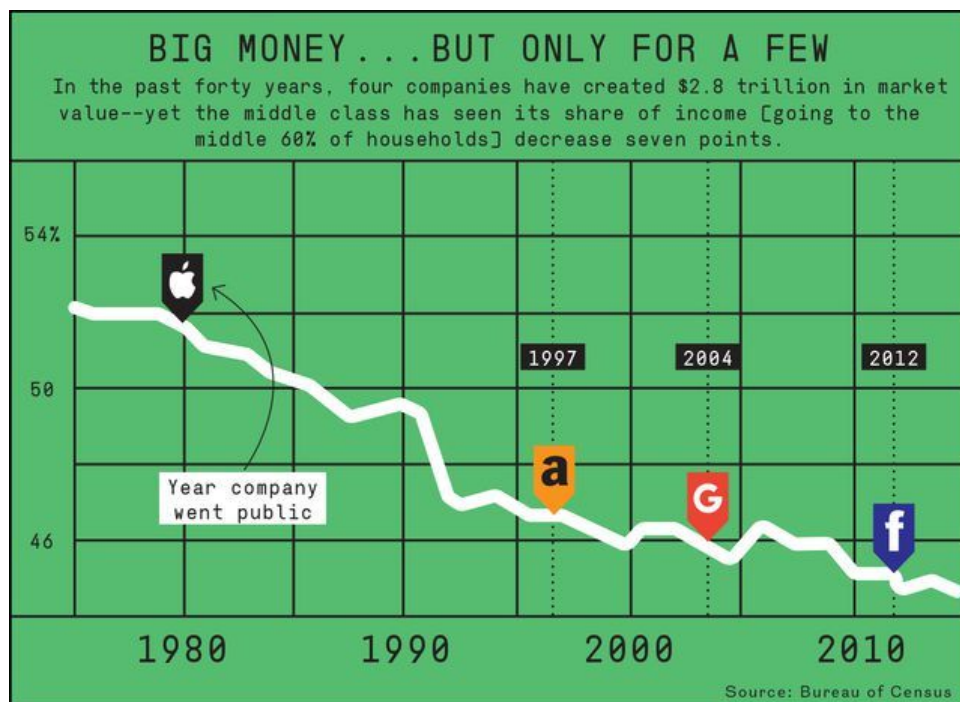
Me beneficié enormemente de las grandes empresas de tecnología. Prophet, la consultora que co-fundé en 1992, ayudó a las compañías a navegar el nuevo escenario configurado por la aparición de Google. Red Envelope, el e-commerce que co-fundé en 1997, nunca hubiera

salido del nicho si Amazon no hubiera encendido el interés del mercado en estas iniciativas de comercio electrónico. Recientemente, L2, que fundé en 2010, nació de la nueva onda de compañías que buscaban posicionarse en el mercado a partir de la explosión de nuevas plataformas sociales y dispositivos móviles.

Los beneficios de las grandes empresas de tecnología también se han acumulado para mí en otro nivel. En mi cartera de inversiones, la apreciación de las acciones de Amazon y Apple restableció la seguridad económica de mi hogar después de ser atropellado por la Gran Recesión. Finalmente, Amazon es hoy el reclutador de estudiantes más grande en los cursos de negocios y marketing digital que doy en la Escuela Stern de la Universidad de Nueva York. Estas empresas han sido grandes socios, clientes, inversores y reclutadores. Y en la suma de haber trabajado dos décadas con ellos, además de haberlos estudiado el mismo tiempo me llevó a la siguiente conclusión: es hora de destrozarlos.

Durante la década pasada, Amazon, Apple, Facebook y Google- o como los llamé, “los Cuatro Grandes”- han agregado más valor económico e influencia que otra entidad comercial en la historia del mundo. Juntas, tienen una capitalización de mercado de casi un billón de dólares (el PBI de Francia), casi un 24% de acciones de los top 50 en el S&P 500, muy cercano al valor de cada acción comercializada en Nasdaq durante el 2001.

Pero, ¿qué tan grandes son? Consideren que Amazon, con un tope de \$ 591 mil millones de dólares, vale más que las acciones combinadas de Walmart, Costco, T.J. Maxx, Target, Ross, Best Buy, Ulta, Kohl’s, Nordstrom, Macy’s, Bed Bath & Beyond, Saks/Lord & Taylor, Dillard’s, JCPenney y Sears.



Mientras tanto, Facebook y Google (o conocido como Alphabet) valen en conjunto mil trescientos billones. Podrías unir a las cinco agencias publicitarias más grandes (WPP, Omnicom, Publicis, IPG y Dentsu) con las cinco compañías mediáticas de gran porte (Disney, Time Warner, 21st Century Fox, CBS y Viacom) y aún así necesitamos agregar cinco compañías de telecomunicaciones (AT&T, Verizon, Comcast, Charter y Dish) para acercarnos solamente al 90% de lo que Google y Facebook valen.

¿Y qué sucede con Apple? Con un tope de mercado de casi \$900 mil millones, Apple es la compañía de mayor valor público. Aún más, es destacable que la misma registra márgenes de ganancias de 32%, cercana a marcas de lujos como Hermès (35%) y Ferrari (29%). En 2016, Apple logró 46 mil millones en ganancias, un botín más grande que cualquier otra empresa norteamericana, incluyendo el JPMorgan Chase, Johnson & Johnson y Wells Fargo. Aún más, las ganancias de Apple fueron más grandes que las de Coca-Cola o Facebook. Este cuatrimestre, llegará a doblar las ganancias que, por ejemplo, hizo Amazon en toda su historia.

La riqueza e influencia de los Cuatro son asombrosas. ¿Cómo llegamos aquí? Como escribí en mi libro, Los Cuatro, la única forma de construir una compañía con la dominancia e influencia masiva de Google, Amazon, Facebook y Apple es recurrir a un órgano humano central que hace que la adopción de la plataforma sea instintiva.

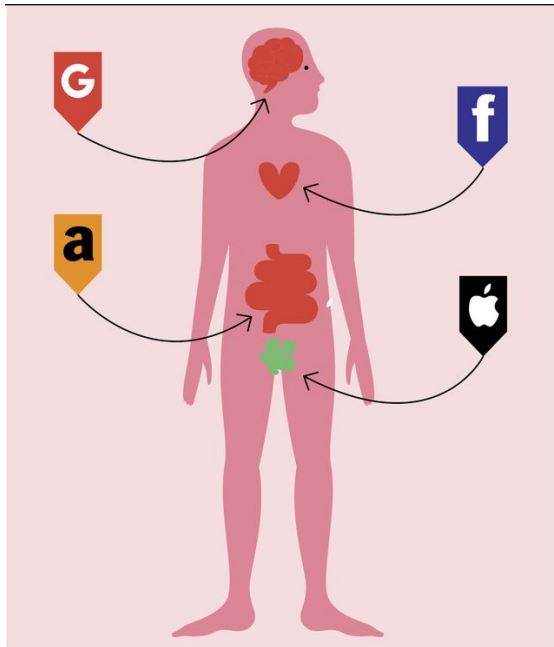
Google: alteración de la mente

Nuestros cerebros son los suficientemente sofisticados para preguntar de forma compleja pero lo suficiente para contestarlas. Desde que el Homo sapiens emergió de las cavernas, descansamos en un rezo para dirigirnos ese problema: levantamos nuestra mirada al cielo, hacemos la pregunta, y esperamos una respuesta de un ser más inteligente: “¿estará bien mi hijo?” “¿quién va a atacarnos?”

THE NEW BODY SNATCHERS

Want to build a firm with billions of users and hundreds of billions in value? Appeal to a core human organ that makes adoption of the platform instinctive. Google is God, Facebook is love, Amazon is consumption, and Apple is sex.

A medida que las naciones occidentales se enriquecieron, las religiones organizadas han jugado un rol menor en nuestras vidas. Pero el vórtice entre las preguntas y respuestas aún permanece, creando una oportunidad. A medida que más y más personas se alienan de las religiones tradicionales, miramos a Google como nuestro oráculo inmediato que todo lo sabe, buscando respuestas tanto a necesidades superfluas como profundas. Google es nuestro Dios moderno. Google apela al cerebro, ofreciendo conocimiento a todos, sin importar la procedencia social o nivel educativo. Si tenés un celular con conexión a internet tus respuestas siempre serán contestadas.



Google es nuestro Dios moderno. Google apela al cerebro, ofreciendo conocimiento a todos, sin importar la procedencia social o nivel educativo. Si tenés un celular con conexión a internet tus respuestas siempre serán contestadas.

Pensá en cada miedo, esperanza o deseo que le has confesado a Google y preguntate si alguna vez confiaste tus secretos a alguna otra entidad. ¿Existe alguien que te conozca mejor que Google?

Facebook: el corazón de la cuestión.

Facebook apela al corazón. Sentirse amado es la llave para el bienestar general. Los estudios en niños de orfanatos rumanos con retraso en sus desarrollos físicos y mentales revelaron que la demora no se debía a una nutrición deficiente, como se sospechaba, sino a la falta de afecto humano. Sin embargo, uno de los rasgos de nuestra especie es que necesitamos amar casi tanto como necesitamos ser amados. Susan Pinker, una psicóloga desarrollista, estudió la vida en la isla italiana de Sardinia, donde los centenarios son seis veces más comunes que en el continente y diez veces más que en Estados Unidos. La investigadora descubrió que entre los factores genéticos y de estilo de vida, los sardinistas pusieron el énfasis en las relaciones personales y con interacciones cara a cara como llave para su longevidad. Otros estudios también encontraron que un factor decisivo no es la genética, sino el estilo de vida, especialmente en la relación de nuestros vínculos.

Facebook le da a sus dos mil millones de usuarios mensuales las herramientas necesarias para llenar esa necesidad de amar a otros. Es reconfortante reencontrarte con alguien de la secundaria. Es bueno saber que podés seguir en contacto con amigos que se mudaron. Lleva minutos, con un "Me gusta" en la foto de un bebé o comentar una publicación de tus amigos para reforzar las amistades como así también las relaciones familiares que son importantes para nosotros.

Amazon: siempre consumiendo.

Lo que la vista es para los ojos y el sonido para los oídos, la sensación de querer más, insaciabilidad, es para las tripas. Anhelamos más cosas psicológicamente al igual que el estómago ansía más azúcar, más carbohidratos, después de una comida indulgente. Originalmente, este instinto operaba al servicio de la autoconservación: demasiado poco significaba inanición y muerte segura, mientras que demasiado era raro, una hinchazón o una resaca. Pero abran sus armarios en este momento, y seguramente encontrarán un montón de cosas que ni siquiera necesitan. Racionalmente sabemos que esto no tiene sentido, pero la sociedad y nuestro cerebro no han logrado aún encontrar frenar ese instinto de que siempre necesitamos más.

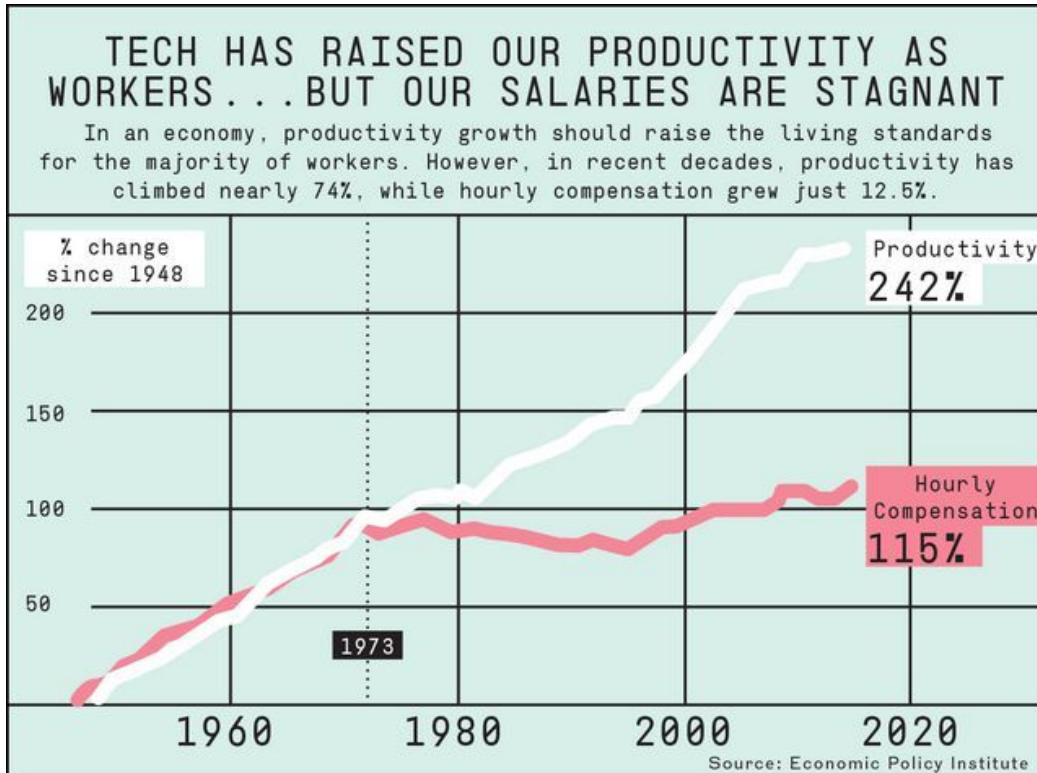
Amazon es el intestino grueso del ser consuntivo. Almacena nutrientes y los distribuye al sistema cardiovascular del 64% de los hogares estadounidenses que son miembros de Prime. Ha adoptado la mejor estrategia en la historia de los negocios, "más por menos", y la ha implementado de manera más efectiva y eficiente que cualquier otra firma en la historia.

Apple: configurado para vibrar.

El segundo instinto más poderosos luego de sobrevivir es la procreación. Como criaturas sexuales, queremos mostrarnos elegantes, inteligentes y creativos. Queremos mostrar poder. El sexo es irracional, el lujo también lo es, y Apple aprendió tempranamente que debería apelar a nuestra necesidad de ser objetos de deseo- a cambio de incrementar sus márgenes de ganancias- al posicionarse en las publicidades de Vogue, usando supermodelos en los lanzamientos de productos y construyendo locales físicos como templos de vidrio para su marca.

Una computadora Dell puede ser poderosa y rápida, pero no indicar membresía y la innovación que entrega una MacBook Air. De igual manera, un iPhone es algo más que un teléfono e incluso un smartphone. Los consumidores no pagan 1000 dólares por un iPhone X porque están fascinados con el reconocimiento facial. Es solamente para mostrar un buen pasar en la vida, que aprecian las artes y que tienen un buen ingreso. Es una señal para otros, si te juntas conmigo, tus hijos seguramente sobrevivan más que si lo hacés con alguien que tiene un Android. Después de todo, los usuarios de Iphone en promedio ganan más que los usuarios de Android. El cerebro, el corazón, el intestino grueso y la ingle: apelando a estos cuatro órganos, los cuatro han expandido sus servicios, productos y sistemas operativos en nuestra psiquis.

Nos han convertido en consumidores más exigentes y exigentes. Y lo que es bueno para el consumidor es bueno para la sociedad, ¿verdad?



Bueno, si y no. Los Cuatro tienen tanto poder sobre nuestras vidas que la mayoría de nosotros seguramente tendríamos un problema en el caso de que uno de ellos desapareciera. Imaginen no tener la posibilidad de comprar un iPhone, o tener que usar Yahoo o Bing para realizar búsquedas, o perder los miles de recuerdos que han postado en Facebook / Instagram. ¿Qué sucedería si no pudieras ordenar nada más mediante un click en la aplicación y que llegue mañana?

Al mismo tiempo, hemos entregado tanto de nuestras vidas a los ejecutivos de Silicon Valley que hemos comenzado a conversar sobre los lados negativos de estas empresas. A medida que los Cuatro han crecido dominantes, hemos murmurado nuestra preocupación-e incluso resentimiento- al punto de que se empieza a oír. Luego de años de entusiasmo, finalmente estamos considerando que el gobierno, o alguien, debe ponerles un freno.

No todos los argumentos son igualmente de persuasivos, pero valen la pena darlos a conocer antes de que llegemos a la razón real por la que creo que debemos destruir a las empresas de Gran Tecnología.



Las grandes empresas de tecnología actuales aprendieron de los pecados del gangster original: Microsoft. En ocasiones, el coloso parecía sentir que estaba por encima del tráfico de campañas de relaciones públicas y cabilderos para suavizar su imagen entre el público y los reguladores. Por el contrario, los Cuatro promueven una imagen de juventud e idealismo, junto con la evangelización del potencial de la tecnología para salvar el mundo.

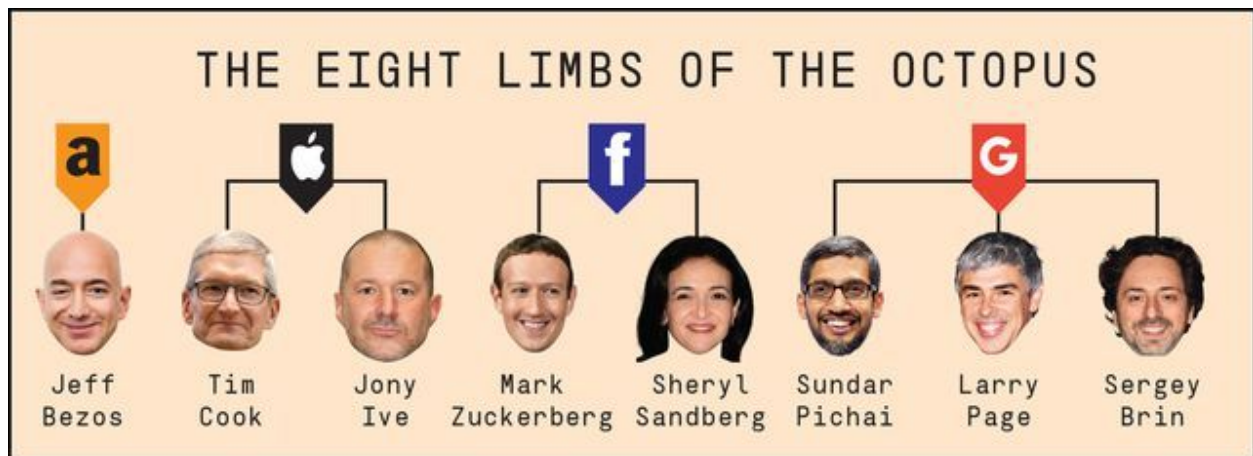
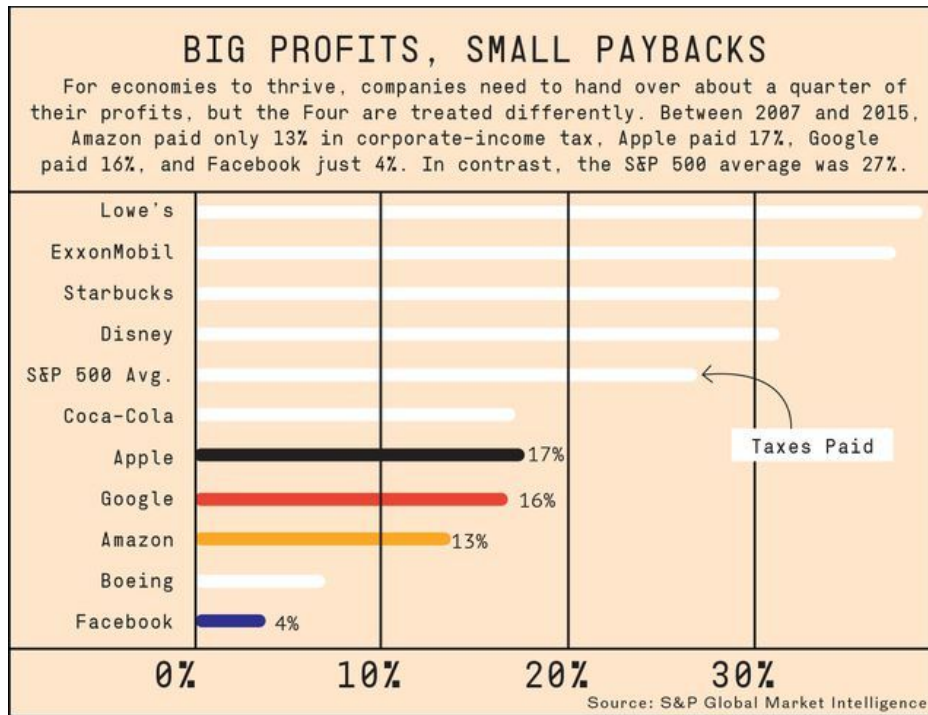
El sentimiento es sincero, pero más que nada astuto. Apelando a una superioridad moral más que la mera ganancia, los Cuatro son capaces de satisfacer una demanda creciente entre los empleados de las empresas llamadas “con objetivos determinados”. La mitología de la Gran Tecnología que comienza en el garaje aprovecha una antigua reverencia estadounidense por la ciencia y la ingeniería, una que se remonta al Proyecto Manhattan y al Programa Apollo. Lo mejor de esto, son los pronunciamientos vagos e indefinidos de estas compañías: “Piensa diferente” (Think different - Apple) o “No seas malo” (Don’t be evil - Google) promoviendo la ilusión definitiva. El progresismo político es visto en general como buscador del bien común pero débil, una imagen ofrecida como coartada perfecta para estas empresas que estaban acumulando gran poder.

Sheryl Sandberg (Facebook) les dice a las mujeres que se “inclinen” ([Lean In, 2013](#)) porque así lo cree, pero también debería haber registrado la ironía en el mensaje hacia el empoderamiento femenino, puesto en contra de un sitio diseñado originalmente para comparar a mujeres que estaban cursando en Harvard; incluso más aún sabiendo que su firma destruye cientos de miles de trabajos en una industria que contrata relativamente a muchas mujeres: sólo comunicación y medios.

Nuestro gobierno opera con un presupuesto anual aproximado del 21% de nuestro PBI, dinero que usa para mantener nuestros parques abiertos y nuestros militares armados. ¿Pagan las Grandes Firmas su parte de manera equitativa? Muchos pueden decir que no. Entre 2007 y 2015, Amazon sólo pagó el 13% de sus ganancias en impuestos, Apple el 17%, Google el 16% y Facebook solamente el 4%. En contraste, el promedio de impuestos de cualquier empresa dentro del S&P 500 fue del 27%.

Si, los Cuatro evaden impuestos... y tu también. Sólo que ellos son mejores en esto. Apple, por ejemplo, usa un truco contable para mover sus ganancias a otros países como Irlanda, donde

los impuestos son más bajos, y estamos hablando de la empresa que más dinero genera en el mundo. Desde Septiembre de 2017, esta compañía tiene casi 250 mil millones de dólares en el exterior de Estados Unidos, el valor aproximado de Disney y Netflix juntas. Pero Apple no está sola. General Electric también evade impuestos, pero no nos molesta tanto porque no estamos enamorados de GE ;)



Todas las anteriores son preocupaciones válidas, pero ninguna de ellas solas o juntas son razonables por sí solas para terminar con estas empresas. Propongo las siguientes para reforzar mi argumento:

Los mercados están fallando por doquier.

En este momento estamos en el medio de una crisis de mercado, en donde el gobierno está eclipsado por la fascinación pública con estas firmas. Los mercados robustos son eficientes y poderosos, pero como en los deportes no hay funcionamiento sin un referí/juez que intervenga, en un capitalismo sin regulaciones nos encontramos con situaciones como el cambio climático, crisis hipotecarias y sistemas de salud destrozados.

Los monopolios naturales no siempre son ilegales, o incluso indeseables. Estos existen en donde tiene sentido tener una sola firma que alcance el requisito inicial de trabajar a una escala mayor con inversiones que impliquen ofrecer un servicio a un precio razonable. La contracara de estar sola en el mercado es la estrecha regulación. Florida Power & Light ofrece servicio a más de 10 millones de personas y su empresa matriz, NextEra Energy tiene un tope de mercado de 72 mil millones. Sin embargo, el servicio y costo mantiene un estándar regulado por personas que son fiduciarios para el público.

Los Cuatro, al contrario, han logrado preservar sus poderes cuasi monopolícos sin regulación severa. Los describo como cuasi monopolios dado que, con la posible excepción de Apple, no han usado su poder para subir el precio de los consumidores

¿Cómo logran mantenerse cuasi monopolícos dentro del sector?

Es necesario recordar como Microsoft aniquiló a Netscape en los 90's. El proceso comienza de manera inocente, construyendo un producto fuera de serie (como Windows) que se convierte en un portal (ahora llamado plataforma) de entrada para todo un sector. Para asegurar su crecimiento, la compañía comienza a potenciar sus propios productos (Internet Explorer) y carga contra la competencia (Netscape) a partir del sometimiento a sus socios (Dell). Aún siendo el buscador más popular, con casi el 90% del mercado, Netscape no pudo competir contra los subsidios implícitos de Internet Explorer.

Esto ocurre todo el tiempo con los Cuatro. Ya sea con la lenta conquista de la primera página de resultados de Google que puede ser monetizada; productos por debajo del estándar de mercado en tu pantalla principal de iPhone (como Apple Music); o incluso coordinar que todas las firmas de tu compañía (Facebook) se dediquen a destruir una posible amenaza (Snapchat).

Monopolios anti naturales

Quizá el consumidor está a gusto con estos monopolios “naturales”. El Departamento de Justicia no pensó lo mismo. En 1998, el gobierno federal demandó a Microsoft por prácticas anticompetitivas. Durante el juicio, uno de los testigos confesó que los ejecutivos de Microsoft habrían dicho que desean “cortar el oxígeno de Netscape” al ofrecer gratis el Internet Explorer.

En Noviembre de 1999, una corte encontró violaciones a las leyes antimonopólicas por parte de Microsoft y ordenó a la empresa que se dividiera en dos: una vendería Windows y otra vendería aplicaciones para Windows. La división fue denegada por la corte de apelaciones, y en última instancia Microsoft acordó con el gobierno que buscaba frenar las prácticas monopólicas de la empresa con medios menos estrictos.

El acuerdo fue criticado por indulgente, pero sería interesante preguntarse si Google - objeto de adulación por cualquier librecambista y evangelista del mercado sin regulaciones- podría existir hoy de no existir este antecedente. En la ausencia de un caso antimonopolio como precedente, seguramente Microsoft hubiera usado su ventaja comparativa en el mercado para posicionar su buscador Bing, en detrimento de Google, de la misma manera que destruyó a Netscape.

Efectivamente, el caso del Departamento de Justicia ha sido uno de los actos de oxigenación de mercado más grande en la historia del comercio electrónico, el cual liberó billones de dólares. La concentración de poder obtenida en este tiempo por los Cuatro ha creado un mercado desesperado por oxígeno. Me he sentado en docenas de lanzamientos de empresas pequeñas con capital de riesgo. La narrativa es universal y estática: “Nosotros no competimos directamente con los Cuatro, pero seríamos uno grandes candidatos para que nos compren.”



El poder sin regulación de los Cuatro se manifiesta como un restrictor de mercado. Consideremos Amazon: se ha convertido en una fuerza dominante tan importante que incluso puede lograr trucos mentales Jedi para infligir dolor en sus potenciales competidores incluso antes de entrar al mercado. Los movimientos en las acciones de mercado son intercambiadas bajo dos señales: el rendimiento de la firma y el macroclima económico. Sin embargo, tanto inversos públicos como privados han agregado una nueva señal: que hará o no hará Amazon en el sector económico correspondiente.

El día que Amazon anunció que entraría en el mercado de los repuestos dentales, y las acciones de las compañías bajaron hasta un 5 por ciento. Cuando Amazon anunció que vendería drogas con prescripción, las acciones farmacéuticas bajaron también de un 3 a un 5 por ciento. A 24 horas de la adquisición de Whole Foods, las grandes reservas nacionales de comestibles cayeron entre un 5 y un 9 por ciento.

Cuando su comportamiento monopólico aparece, el equipo de relaciones públicas de Amazon cita rápidamente su cifra favorita: 4 por ciento, es la participación de los controles minoristas de Amazon (en línea y fuera de línea) en los EE. UU., solo la mitad de la cuota de mercado que posee Walmart. Es una poderosa defensa ante el pedido de dividir al bégimo. Pero hay otros números, esos que no ves en los comunicados de prensa:

- 34%: participación en los negocios de servidores en línea
- 44%: participación del comercio en línea solo en Estados Unidos
- 64%: casas norteamericanas que reciben el servicio Amazon Prime
- 71%: participación del comercio con los dispositivos de voz
- \$1.4 mil millones: cantidad de impuestos corporativos pagados por Amazon desde 2008, contra los \$64 mil millones que paga Walmart.

¿Y qué sucede con Facebook? 85% del tiempo que pasamos en nuestros dispositivos celulares lo usamos en esa aplicación. Cuatro de las cinco aplicaciones más usadas globalmente: Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger son propiedad de Facebook Inc. Y las cuatro se han alineado bajo el comando de Zuck para destruir a la quinta: Snap Inc. (Snapchat). Esto significa que nuestros teléfonos no son más vehículos de comunicaciones, son dispositivos de entrega al servicio de Facebook Inc.

Facebook incluso tiene un base de datos interna que puede anunciarle cuando una aplicación competitiva está ganando audiencia con los usuarios, para que red social pueda o adquirir la firma (como hizo con WhatsApp o Instagram) o matarla imitando sus características (como hace con Stories y Bonfire, apuntadas a Snapchat y Houseparty)

Google, por su parte, tiene control del 92% de las acciones de mercado del comercio de búsqueda en Internet, que vale alrededor de \$92.4 mil millones de dólares a nivel mundial. ¿Cómo nos sentiríamos si una compañía controlara el 92% de la construcción a nivel mundial o el intercambio de productos para la misma? ¿O el 92% de la producción de papel o productos derivados del mismo? Nos preocuparía su poder e influencia o diríamos que son unos increíbles innovadores como hacemos con Google?

Y por último se encuentra Apple, la firma más exitosa vendiendo un producto de bajo costo a un precio exorbitante. El costo total del material para armar un iPhone 8 Plus es de 288 dólares, una fracción del precio de góndola a 799 dólares.

Para ponerlo de otra manera, Apple tiene el mismo margen de ganancia que Ferrari con el volumen de producción de Toyota. Sumado a esto, Apple tiene un público más que leal. Sostiene una retención de clientes del casi 92%, comparado con el 77% de los usuarios de Samsung. En Febrero del 2017, el 79% de todos los usuarios activos de iOS ya habían actualizado la versión más reciente del software, contra el 1.2% de los dispositivos activos de Android.

Apple usa los privilegios de estar en la vida diaria de sus consumidores para infundir sus poderes cuasi monopolísticos en posibles competidores como Spotify. En 2016, la firma le denegó una actualización a la aplicación de Spotify para iOS, esencialmente para bloquear el acceso de los usuarios de iPhone a la última versión del servicio de música. Al tener casi el doble de suscriptores que Apple Music, Apple compensa la discrepancia colocando un impuesto del 30% en su competencia.

Incluso Apple no tiene problemas en usar su popularidad entre sus consumidores a su favor. Se descubrió recientemente que programaron la última actualización de software para deteriorar el rendimiento de la batería de modelos viejos de iPhone como estrategia para que compraran versiones más nuevas de forma más rápida. Esa es la confianza de un monopolio.

Al final del siglo XIX, el término trust (por oligopolios) se usó como una forma de describir a estas grandes empresas que controlaban la mayoría de un mercado particular. Roosevelt ganó popularidad como el destructor de oligopolios dentro del mercado de la carne, ferroviarios y cuarenta más casos contra casos oligopólicos durante su presidencia. Nos adelantamos casi 100 años, al 2016, tenemos a nuestro candidato Donald Trump anunciando que su administración no aprobará la fusión de AT&T con Time Warner porque “es mucha concentración de poder en las manos de muy pocos” Un año más tarde, el Departamento de Justicia logró bloquearlo.

Entonces, nuestros presidentes siguen peleando la verdadera pelea, ¿verdad? Tratemos de entender la situación. AT&T tiene casi 139 millones de suscriptores de teléfonos móviles, 16 millones de usuarios de su servicio de internet, y casi 25 millones de suscriptores de video, casi 20 millones de ellos fueron adquiridos de la compra a DirecTV. Por su parte, Time Warner es dueño de las productoras HBO, Warner Bros., TNT, TBS y CNN. Una fusión vertical entre ambas significa, en teoría, una mega corporación capaz de crear y distribuir contenido sobre su red de millones de usuarios.

¿Mucho poder en la mano de pocos? Quizá, pero si estamos preocupados por el contenido y distribución, entonces Teddy seguramente hubiera golpeado las puertas de Jeff, Tim, Larry y Mark hace casi una década. En este momento cada uno de los Cuatro tiene el contenido y distribución combinadas de Time Warner y AT&T combinadas.

En Estados Unidos adoramos a estas empresas innovadoras y no hacemos nada. Solamente son conocidos los casos de la comisión europea para la competición, llevados adelante por

Margrethe Vestager, quien no tiene miedo a las grandes compañías. En mayo del año pasado, logró apostar una multa por 122 millones a Facebook y WhatsApp por su habilidad de pasar información de una a otra. Un mes más tarde, penaliza a Google por \$2.7 mil millones por prácticas monopólicas.

Es un buen comienzo, pero las multas no son representativas de los niveles de negocios que manejan. Con este tipo de pequeñas multas, solamente estamos diciendo que tienen vía libre para romper las reglas, hacer lo que quieran y luego pagar una mínima multa y relativa a sus ingresos para cumplir con la condena social.

Lamentablemente tenemos un reflejo nauseabundo cuando hablamos de regulación, uno que invita a que nos pongan etiquetas. Desde que comencé a recomendar que Amazon debería ser partido en varias empresas, periodistas en Fox News comenzaron a introducirme como "Socialista".

No hay lugar a duda que los mercados deben ser regulados, y que nuestra economía se basa en ello. Pero existe una gran diferencia entre regulación y la prevención de conflictos. Lo que perdemos en esta historia es que poder evitar conflictos de mercado con grandes empresas es lo que mantiene un economía de mercado saludable. Cuando los mercados fallan, es necesario tener en el campo un juez que pueda reorganizarnos.

Busca en tus sentimientos... imagina dos mercados. Uno que incluya estas compañías

Amazon | Apple | Facebook | Google

Y otro que incluya todas estas compañías independientes.



Por qué debemos romper las grandes compañías de tecnología? No porque los Cuatro sean malos y nosotros buenos. Es porque entendemos que la única manera que podemos permitirnos una competencia saludable es cortar la cabeza de los árboles. Esto no es una acusación contra los Cuatro, ni una retribución, sino el reconocimiento de que una parte clave de un ciclo económico saludable es eliminar a las empresas cuando se vuelven invasoras, causan muertes prematuras y no permiten que surjan otras empresas. La ruptura de la gran tecnología debería suceder y sucederá, porque somos capitalistas. Es la hora.