



knowsquare .

PREPARADO POR: ÁNGEL J. SANTOS

5 DE JUNIO DE 2009

# LA ECONOMÍA VIRTUAL

---

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

A la mayoría de nosotros si nos preguntaran qué es la economía virtual, seguramente pensaríamos que nos estaban hablando de la economía sumergida, esa que evita en España un estallido social de enormes proporciones cuando las cifras del paro superan los cuatro millones y ya se empieza a hablar de cinco como horizonte realista en el inicio de 2010. Otros más chistosos la identificarían con los trapicheos cada vez más imaginativos necesarios para llegar a fin de mes con una nómina menguante y unos gastos crecientes. O quizá se referirían a la economía inexistente de muchos de nuestros jóvenes que terminan sus estudios y engrosan la enorme bolsa de los que buscan su primer empleo, y se las ven y se las desean para disponer de un mínimo de dinero de bolsillo.

Pocos pensarían que se trata de un fenómeno, mucho más que anecdótico o sectorial que puede cambiar en el futuro las relaciones comerciales y las transacciones en internet y por tanto afectar de manera muy tangible a la economía real.

El comercio electrónico a través de internet es una realidad desde hace muchos años. Libros, discos, viajes, suscripciones, entradas para espectáculos, asistencia a eventos, flores, la compra diaria o semanal y muchas otras cosas se pueden adquirir y se adquieren por internet. Aunque en España aún estamos lejos de la penetración de este tipo de comercio en países como EEUU o Inglaterra, es claro que se trata de un canal perfectamente definido, con reglas claras de juego y donde las empresas cada vez apuestan más fuerte por sus ventajas de coste, inmediatez, flexibilidad, seguridad etc., frente a los canales tradicionales.

Sin embargo el tremendo auge de las redes sociales como *Facebook*, *Twitter* y otras que disponen de acceso directo a numerosas aplicaciones de pago (juegos, *chatrooms*, compra de tarjetas o multitud de aplicaciones con funcionalidades muy diversas) están cambiando las reglas de juego.

Tradicionalmente el pago en internet se realiza por medio de pasarelas de pago protegidas (por ejemplo *Pay Pal* y otras) a las que se accede directamente desde la página del comercio electrónico y, tras la preceptiva introducción de la información, normalmente tarjeta de crédito, se completa el proceso de la transacción y se recibe el servicio o la confirmación de entrega si se trata de una mercancía.

Pero si el usuario está disfrutando de una productiva sesión de juego o de intercambio social (por ejemplo concertando una cita a través de una empresa de contactos para solteros) no quiere verse interrumpido para rellenar la información de pago.

Asimismo los numerosos proveedores de estas aplicaciones disponibles directamente a través de las redes sociales no están muy satisfechos con los costes de transacción y las comisiones derivadas del pago electrónico, diseñado para transacciones de mayor valor económico.

Como respuesta a estas dos críticas surge la moneda virtual, que permite al usuario comprar dinero virtual con dinero real de una sola vez y luego disponer de ese crédito para ir pagando las distintas transacciones durante un periodo de tiempo, sin más recargos (es decir reduciendo en esencia el coste de transacción) ni necesidad de abandonar la aplicación.

Este concepto no es nuevo: se utiliza en casinos, tanto reales como virtuales, desde hace tiempo, en parques temáticos o incluso en las ferias de pueblo. Lo que cambia ahora es el hecho de que el dinero virtual, la moneda virtual, pueda ser utilizado en diferentes redes, en vez de que cada una disponga de la suya propia, y para comprar diferentes servicios o mercancías a distintos proveedores. Además

puedes recibir y aceptar pagos en esa moneda virtual, bien por ganancias en juegos de apuestas o bien por la venta de tus mercancías o servicios. En síntesis, se está desarrollando una nueva economía que utiliza una moneda virtual: una economía virtual.

En el entorno de la web se ha acuñado un término hace tiempo, que luego se ha extendido a otros entornos: “monetizar”, que significa desarrollar en negocio una idea o un concepto nuevo y ganar dinero con esa idea. Pues bien, la economía virtual y las monedas virtuales van a jugar un papel relevante en cómo se va a monetizar a partir de ahora las nuevas ideas y aplicaciones web.

Para que cualquier medio de pago se consolide tienen que darse una serie de condiciones, que sin entrar en mucho debate técnico se resumen en cuatro:

- Tiene que estar respaldado por alguien creíble que actúe como garante ya que la transacción se basa en el valor asignado a la moneda, no el valor *per se* de la misma.
- Tiene que ser aceptado por muchos para que sea realmente un medio de trueque que permita la adquisición de múltiples bienes y servicios.
- Tiene que tener un estándar de valor, es decir un sistema de medida por el cual el precio refleje de alguna manera el valor del bien.
- Tiene la posibilidad de mantener el valor en el tiempo, es decir puedes obtenerlo ahora y utilizarlo en el futuro sin que pierda su valor (como sabemos el sistema no es perfecto y existe la inflación y la posibilidad de que el garante desaparezca, pero al menos en el corto plazo el dinero mantiene su valor)

Mientras el dinero virtual se utiliza exclusivamente dentro de un sistema cerrado, por ejemplo los Disney dólares, o las fichas de un casino, no es más que un elemento de comodidad para el cliente y, para la empresa, una forma de conocer con anterioridad cuánto se va a gastar el cliente y reducir los costes de transacción. Lo mismo ocurre en el entorno *web*. Pero, ¿qué pasa si *Facebook* lanza su moneda virtual? Más que “sí”, deberíamos decir cuándo, porque parece que esas son las intenciones de la primera red social del mundo.

¿Cumpliría la moneda virtual de *Facebook* los criterios enunciados para consolidar su moneda como medio universal de pago virtual? En el entorno de *Facebook* existen un número muy grande y creciente de desarrolladores de aplicaciones que se beneficiarían y serían los primeros usuarios de su moneda virtual. Para ellos la moneda virtual reduciría las barreras y costes de entrada y acercaría sus productos y servicios a los millones de usuarios de *Facebook*. El negocio del que estamos hablando va a significar en 2009 una facturación cercana a los 500 millones de dólares que hasta ahora ha utilizado exclusivamente a terceros como proveedores de medios de pago. Si *Facebook* desarrolla su moneda virtual, es fácil pensar que será capaz de atraer a más usuarios a utilizarla y a más desarrolladores de aplicaciones a desarrollar sus programas para *Facebook*, haciendo crecer el volumen de transacciones.

**groupCARD** *share the love* School's out. Start a GroupCard for the graduate today.

Home Create a Card My Cards Celebrity Cards **Shopping Cart (1)** Help

**SUCCESS! YOUR MESSAGE FOR ANTHONY HA HAS BEEN ADDED.**

Printable cards and upgrades take effect immediately ;-)  
Printed cards get delivered in 6-12 business days.

**Your Order**

Product	Card	Description	Quantity		
Printable, Downloadable Card Upgrade		A fast, easy way to download the card and print it yourself. Everyone in the group gets access to this high resolution pdf download with unlimited use.	1	\$4.99	Remove

**Choose your Payment Method** Secure Transaction

 Pay with Facebook
  
 
 
 

El tamaño aquí sí que es importante. Según datos de la propia compañía, en la actualidad hay más de doscientos millones de usuarios, el 70% fuera de los EEUU, y más de 660.000 desarrolladores y 52.000 aplicaciones activas. Y por si fuera poco, el grupo demográfico que más crece es el de mayores de 35 años, es decir con un mayor poder adquisitivo.

Si *Facebook* triunfa con su moneda virtual, es posible que convenza a otras plataformas de usuarios (como *Apple*, *Google*) a utilizar su misma moneda o llegar a acuerdos cruzados de cambio (como el cambio de divisas en la economía real) con estos u otros verticales que ya han desarrollado su moneda interna (*Microsoft points*, *SparkCash*, *Hi5 Coins*). Otras compañías como *Pay Pal*, al ver reducirse su negocio tradicional de medios de pago electrónicos pueden verse también tentadas a desarrollar su propia moneda virtual o a aceptar la de terceros, y por tanto convertirse en agentes monetarios de las nuevas monedas virtuales.

En ese escenario se habrá consolidado una nueva economía virtual, basada en una o varias unidades monetarias virtuales que se utilizaran para comprar y vender servicios y mercancías en múltiples entornos *web*. Es cierto que se mantiene en esta economía virtual un vínculo directo a la economía real. Para acceder a la moneda virtual hay que comprarla con dinero real. Pero en ese entorno un nuevo proveedor puede aceptar el pago por sus servicios en el entorno *Facebook* a otra compañía (no a usuarios individuales) en moneda virtual, desarrollándose así una economía entre profesionales, un "*business to business*" en moneda virtual. Estas compañías podrían pagar a sus empleados en parte con moneda virtual, ampliando y extendiendo su uso. El escenario potencial es fascinante y sin otros límites que la imaginación.

Creo que este fenómeno, que es imparable y que está ocurriendo sin que muchas de nuestras autoridades económicas o de nuestros expertos y académicos sean totalmente conscientes de ello, puede cambiar el panorama económico en un breve plazo y va a suponer una oportunidad de creación de valor y riqueza. También podrá generar conflictos e irregularidades y por tanto no está exento de riesgos. Habrá que estar atentos y seguir con interés su desarrollo y evolución.

**Coda:** Si alguien está interesado en aprender más sobre este asunto, le recomiendo visitar el blog de Lisa Rutherford, Twofish.

Ángel J. Santos