

Corporate ambitions. Amazon, the world's most remarkable firm, is just getting started. Amazon has the potential to meet the expectations of investors. But success will bring a big problem

Enviado por cristobalrn en Dom, 04/02/2017 - 14:27

Cita:

The Economist [2017], "Corporate ambitions. Amazon, the world's most remarkable firm, is just getting started. Amazon has the potential to meet the expectations of investors. But success will bring a big problem", *The Economist*, London, 25 de marzo, <http://www.economist.com/news/leaders/21719487-amazon-has-potential-meet...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Marzo 25, 2017

Revista descriptores:

Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual

Estudios de caso: actividades - empresas [3]

Formas de la competencia entre grandes empresas [4]

Relaciones de propiedad y control: empresas sin nacionalidad versus internacionalización del capital [5]

Tema:

Amazon, sus grandes ambiciones, su estrategia corporativa, y el gran problema que traería su éxito: la regulación gubernamental.

Idea principal:

Amazon, una "compañía extraordinaria" que comenzó vendiendo libros por internet, representa más de la mitad de cada dólar que se gasta en compras *online* en los Estados Unidos. Además, es el proveedor de computación en la nube (*cloud computing*) líder en el mundo. Su propia marca de productos incluye baterías y parlantes vinculados con un asistente virtual activado por voz que puede controlar, entre otras cosas, las lámparas y rociadores de la casa.

Los accionistas de Amazon se mueven bajo la premisa de que el éxito de la empresa está apenas comenzando. El precio de las acciones de Amazon ha aumentado 173% desde inicios de 2015, "siete veces más rápido que en los dos años previos (y 12 veces más rápido que el índice S&P500). Con una capitalización bursátil de alrededor de 400 mil millones de dólares, es la quinta empresa más valiosa del mundo. Nunca antes una empresa había valido tanto por tanto tiempo generando tan poco dinero: 92% de su valor se debe a ganancias que se esperan después de 2020".

Lo anterior se debe a que los inversionistas anticipan un aumento extraordinario en los ingresos, con ventas que se elevarían de 136 mil millones de dólares a más de 500 mil millones de dólares en la próxima década, así como un gran aumento en las ganancias. “Las esperanzas puestas en ella implican que probablemente sería más rentable que cualquier otra empresa en Estados Unidos”. El espacio para el escepticismo es grande: “Amazon tendría que crecer más rápidamente que casi cualquier compañía grande en la historia moderna para justificar su valuación. ¿Es posible que lo haga?”. Algo de lo que más sorprende de esta empresa son las elevadas posibilidades que tiene de lograr esos objetivos sin precedentes.

Esto se explica por la forma inusual que tiene esta empresa de aproximarse a dos dimensiones de la vida corporativa. La primera de ellas es el tiempo: mientras los ejecutivos tienden a buscar los objetivos de corto plazo, Amazon se concentra en invertir para impulsar con firmeza sus dos principales negocios (el comercio en línea y su brazo de programación en la nube, Amazon Web Services) en un horizonte distante. “Mientras los accionistas mantengan su fe en este modelo, la valuación de Amazon parece una profecía auto-cumplida. La compañía será capaz de seguir gastando, y su gasto seguirá haciéndola más poderosa. Su fe está sustentada en el récord de Amazon”: su flujo de efectivo en 2016 fue de 16 mil millones de dólares, más de cuatro veces el registrado hace cinco años.

La otra característica corporativa inusual de Amazon es la amplitud de sus actividades. “La lista de los actuales y potenciales competidores de la compañía [...] incluye empresas logísticas, buscadores web, redes sociales, empresas de alimentos y productores de ‘medios físicos, digitales e interactivos de todo tipo’. Una envergadura de esa amplitud evoca más a un conglomerado que a un minorista, lo que hace que el precio de la acción de Amazon parezca aún más inflado: los mercados de valores típicamente aplican un ‘descuento de conglomerado’ para reflejar sus ineficiencias”.

Dada la amplitud de sus actividades y las nuevas áreas que está desarrollando (entregas a domicilio con drones, entre otras), muchas personas piensan que Amazon podría convertirse en un nuevo tipo de servicio público [*utility*], que provee de infraestructura al comercio, desde la base computacional hasta los pagos y la logística. “Y es aquí donde está el problema real con las expectativas que rodean a Amazon. Si se acerca de alguna forma a cumplirlas, atraerá la atención de los reguladores”. Por ahora, es poco probable que Amazon despierte la acción de las agencias *antitrust*. No es aún el más grande minorista en los Estados Unidos, país que representa su principal mercado. Sin embargo, mientras Amazon crezca, lo harán también las preocupaciones sobre su poder. Incluso siguiendo los criterios convencionales de competencia, Amazon puede tener problemas: “si genera tanto dinero como sus inversionistas esperan, un cálculo grueso sugiere que sus ingresos podrían representar el equivalente a 25% de las ganancias combinadas de las empresas occidentales minoristas y de medios que cotizan en bolsa”.

“El modelo de negocios de Amazon también alentará a los reguladores a pensar de forma diferente. Los inversionistas valoran el crecimiento de Amazon por encima de sus ganancias: eso hace que la fijación de precios predatorios sea más tentadora. En el futuro, las empresas podrían depender cada vez más de las herramientas que provee su mayor rival. Si Amazon se convierte en un servicio público de comercio, habrá más y más peticiones de que se le

regule como tal. Los accionistas están en lo correcto al creer en el potencial de Amazon. Pero el éxito pondrá a la compañía en conflicto con una bestia aún mayor: el gobierno”.

Datos cruciales:

De cada dólar de ventas por internet en los Estados Unidos, Amazon representa más de cincuenta centavos.

Desde inicios de 2015, el precio de las acciones de Amazon ha aumentado en 173%, siete veces más rápido que en los dos años previos y 12 veces más rápido que el índice S&P500.

Nunca antes una empresa había valido tanto por tanto tiempo generando tan poco dinero: 92% de su valor se debe a ganancias que se esperan después de 2020”.

Nexo con el tema que estudiamos:

Amazon está reinventando la forma de comprar mercancías en el capitalismo contemporáneo al inyectar a los actos de comprar y vender elevadas dosis de contenido tecnológico: entregas de mercancías por medio de drones, el desarrollo de tecnologías en tiendas que permita a los consumidores llevarse las mercancías sin necesidad de pagar por medio de efectivo ni tarjetas de crédito, etc. Esto está significando que Amazon va desplazando a sus principales rivales (entre ellos, nada menos que a la gigantesca Wal-Mart). La vía de ese crecimiento es la diversificación productiva y la apuesta tecnológica de largo plazo.

Amazon no sólo está poniendo en aprietos a sus competidores, cuya estabilidad y viabilidad corre riesgo frente al explosivo crecimiento de esa compañía; está generando también grandes preocupaciones al interior de las agencias reguladoras, las cuales pregonan la competencia como el remedio para corregir las ineficiencias e inestabilidades del capitalismo pero disponen de medios y reglamentaciones limitadas para corregir a una empresa que desarrolla todas sus operaciones en internet.

Source URL (modified on 3 Abril 2017 - 12:08am): <http://let.iiec.unam.mx/node/1301>

Links

[1] <http://www.economist.com/news/leaders/21719487-amazon-has-potential-meet-expectations-investors-success-will-bring-big>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/19>