

El autor analiza la entrada de Amazon en un número creciente de sectores y vaticina que el Gobierno de EEUU acabará troceando el grupo.

¿Comprarías el lunes acciones de Amazon?



Enrique Quemada

Amazon está rozando el billón de dólares de capitalización. Parece que las próximas semanas seguirá subiendo, buscando superar el valor de Apple (1,087 billones de dólares). ¿Cómo lo conseguirá? El lema del presidente de Amazon, Jeff Bezos, es “tu margen es mi oportunidad”. Esta propuesta de valor llena de alegría a millones de consumidores, que ven cómo bajan y bajan los precios de los productos que vende. Amazon ha sido instrumental para contener la inflación en Estados Unidos.

Algunos se harán las siguientes preguntas: ¿Es Amazon realmente buena para los consumidores?, ¿O está creando un monopolio que va invadiendo y destruyendo de manera implacable empresas y puestos de trabajo, sector tras sector?, ¿Está Amazon contribuyendo a una concentración cada vez mayor de la riqueza en unos pocos?

Muchos lectores estarán de acuerdo con Jeff Bezos cuando explica que “el balance del poder se está girando hacia los consumidores en lugar de las empresas. Si tienes una empresa, la mejor manera de responder al mercado es poner la mayor parte de tu energía, atención y dinero en crear un gran producto o servicio”. Parece que los buenos de Amazon ven una oportunidad en la codicia de los competidores por tener grandes márgenes.

Entiendo que estas frases suenan como música celestial a los que no simpatizan con los empresarios, que no son pocos. Jeff Bezos es para mucho consumidor lo que Walt Disney

fue para los niños: un ídolo. En este caso, un modelo de empresario que les está simplificando su vida y abaratando los costes de aquello que compran por Internet.

En mi último artículo en *Expansión.com* explicaba cómo Amazon está invadiendo casi todos los sectores con su lema “The Everything Store”, desde la venta de libros hasta comida fresca; consiguiendo también que las grandes empresas de Internet como Netflix o Spotify confíen en su servicio de datos en la nube; o incluso lanzándose a la producción audiovisual con series como *Transparent*.

Mientras Amazon invade cada nuevo sector, naturalmente aterra a los empresarios que estaban ganando dinero ahí pues, de repente, les resulta imposible competir con un gigante al que le sobra la caja y que está dispuesto a perder los euros que sean necesarios hasta dominar cada uno de los sectores en los que entra. Estoy hablando de los pequeños y medianos empresarios españoles (detestables para algunos) de alimentación, electrónica o menaje del hogar...: hablo de las empresas que contratan trabajadores, pagan sus sueldos, sus futuras cotizaciones sociales y también pagan entre un 25% y 30% de sus beneficios en impuestos. He abierto un debate en Twitter sobre en qué sectores va a entrar Amazon. Ha habido opiniones para todos los gustos. Merece la pena verlas en <https://twitter.com/Enrique-Quemada>.

Negocio publicitario

Este año, Amazon parece que ya entra en el sector de la publicidad. Ha contratado y creado un equipo publicitario potente para convertirse en vehículo de venta publicitaria para terceros. En Estados Unidos, el 50%

HACIA EL BILLÓN DE DÓLARES DE CAPITALIZACIÓN

Cotización de Amazon, en dólares.



Fuente: Bloomberg

Expansión

Mientras Amazon invade cada nuevo sector, aterra a los empresarios que ganaban dinero ahí

de los productos se buscan en Amazon (y se compran ahí), generalmente a través del sistema de voz Alexa y el 25% se localizan vía Google. Amazon está dispuesta ahora a usar sus datos para hacer mayor frente a Google y a Facebook (que, aunque parezca sorprendente, tienen menos información que Amazon).

Estoy convencido de que Amazon va a entrar en banca, con Amazon-Lending, en moneda electrónica con AmazonCoins (pagará a sus empleados en AmazonCoins y hará un descuento del 20% a los que compren en su tienda con AmazonCoins), creará el Amazon BlockChain (que sustituirá a Amazon Web Services),

se convertirá en agente inmobiliario, entrará en el sector de viajes, ofreciendo descuentos en vacaciones, cruceros y alquiler de automóviles... Creo más sencillo decir en qué sectores no va a entrar.

Jeff Bezos es el hombre más rico de la historia, con un patrimonio valorado en 150.000 millones de dólares. La historia no se repite, pero rima. Me he acordado de quien fue el otro hombre más rico de la Historia. John D. Rockefeller proporcionó luz a millones de personas. En 1885 bajó el coste del petróleo para el ciudadano desde 58 a 8 céntimos el galón (un galón son 3,7 litros) y permitió a la gente de a pie iluminar, por primera vez en sus vidas, toda su casa por la noche.

John D. Rockefeller era dueño de Standard Oil, una empresa que producía, transportaba y refinaba petróleo. Empezó con integración horizontal para pasar luego a integración

vertical, dominando todo lo relacionado con el petróleo, desde producción a la logística pasando por el marketing, reduciendo precios y eliminando competidores. Hasta que en 1911 la corte suprema de Estados Unidos dictó que Estándar Oil era un monopolio ilegal. Y lo trocearon. Sus trocitos, ExxonMobil o Chevron, entre otros, siguen siendo dos de las compañías más grandes del mundo.

Me temo que la historia se repetirá y el Gobierno estadounidense se verá forzado a trocear Amazon para evitar un monopolio devastador que concentre la riqueza en tan pocas manos y aumente la ya escandalosa desigualdad que existe en EEUU (y en España). Pregunto al lector que esté de acuerdo con mi tesis: ¿Cuánto tiempo piensas que tardará el Gobierno estadounidense en trocear Amazon?

Presidente de ONEtoONE Corporate Finance Group

Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo y Martí Saballs

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrun

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Emelia Viaña, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gauna (Nueva York)

Empresas Yovanna Blanco / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Investigación Miguel Ángel Patiño
Emprendedores / Jurídico Sergio Saiz / Opinión Ricardo T. Lucas / Andalucía Nacho González / Comunidad Valenciana Julia Brines
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Bruselas Miquel Roig / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. / BARCELONA. 08007. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5. planta 15. sector 4. Tel. 94 473 91 00. Fax 94 473 91 58. / VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2. 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 8.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax 986 43 81 99. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. NUEVA YORK. Tel. +1 303 5862461. Móvil 639 88 52 02. / LONDRES. Tel. 44 (0) 20 77825331.



PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Nicola Speroni

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICIDAD Tel: 91 443 55 09 / SECRETARÍA DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Tel: 616 506 719 / COORDINACIÓN Tel: 91 443 52 58 / 91 443 52 80 Fax: 91 443 56 47 / INFORMACIÓN PUBLICIDAD marketingpublicitario@unidadeditorial.es / CATALUÑA Mar de Vicente. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08007 Barcelona. Tel: 93 496 24 22 / ZONA NORTE Marta Melar. Plaza Euskadi, 5. planta 15. sector 4. 48009 Bilbao. Tel: 94 473 91 07 / LEVANTE Marcos de la Fuente. Plaza de América, 2. 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel: 96 337 93 27 / ANDALUCÍA Y EXTREMADURA Rafael Marín. Avda. República Argentina, 25. 8.ª B. 41011 Sevilla Tel: 95 499 07 21 / INTERNACIONAL Juan Jordán de Urries. Avda de San Luis, 25. 28033 Madrid. Tel: 91 443 55 24.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 123 124. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 / DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva. IMPRIME: BERMONT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 670 71 50. Fax 91 327 18 93.

