



L'ambició d'Amazon

Amazon, l'empresa més extraordinària del món, tot just comença a caminar. Encara que té prou potencial per satisfer les expectatives dels inversors, l'èxit portarà un gran problema.

© The Economist

Amazon és una companyia excepcional. Inicialment una llibreria en línia, ara s'emporta més de la meitat de cada dòlar que es gasta per internet als Estats Units. És el proveïdor d'informàtica en núvol més important del món. Aquest any Amazon probablement dedicarà el doble en televisió que HBO, una cadena per cable. Els productes físics de la seva pròpia marca inclouen bateries, ametlles, vestits i uns altaveus connectats a un assistent virtual amb activació mitjançant la veu que pot controlar, entre altres coses, els llums i l'aspirador.

Tanmateix, els accionistes d'Amazon treballen sota la premissa que això només és el començament. Des de l'inici del 2015, el preu de les seves accions s'ha enfilat un 173%, set vegades més de pressa que els dos anys anteriors (i 12 vegades més de pressa que l'índex S&P 500). Amb una capitalització borsària d'uns 400.000 milions de dòlars, és la cinquena empresa de més valor del món. Mai abans una companyia no havia valgut tant durant tant de temps i alhora havia fet tan pocs diners: el 92% del seu valor es preveu que generarà beneficis a partir del 2020.

Això es deu al fet que els inversors anticipen una pujada extraordinària dels ingressos, d'unes vendes de 136.000

milions de dòlars l'any passat a mig bilió durant la pròxima dècada, i un fort ascens dels beneficis. Les esperances que hi tenen dipositades impliquen que probablement es tornarà l'empresa més rendible dels Estats Units. Els motius per a l'escepticisme no van gaire més enllà que això: Amazon haurà de créixer més de pressa que gairebé cap altra empresa de la història contemporània per justificar el seu valor. En serà capaç?

És fàcil assenyalar alguns dels obstacles. Els rivals no es quedaran de braços plegats. Microsoft té aspiracions en la informàtica en núvol; Walmart ja té uns ingressos que s'acosten als 500.000 milions de dòlars i està agafant múscul a internet. Si passés alguna cosa a Jeff Bezos, fundador i màxim responsable d'Amazon, el forat seria complicadíssim d'omplir. Però el més sorprenent de l'empresa és la probabilitat que té d'assolir uns objectius sense precedents.

Una empresa que té de tot

Això és causat en bona mesura per l'enfocament inusual de l'empresa en dues dimensions de la vida corporativa. El primer és el temps. En una era en què els executius es queixen rutinàriament de la pressió d'aportar resultats a curt termini, Amazon està centrat decididament en un horitzó llunyà. Bezos posa l'accent en la inversió contínua per impulsar els seus dos negocis principals, el comerç electrònic i Amazon Web Services (AWS), la seva branca d'informàtica en núvol.

En el comerç electrònic, com més compradors atreu Amazon, més botigues i fabricants hi volen vendre els seus productes. Això dona a Amazon més líquid per a nous serveis —com ara enviaments en dues hores i vídeo i música en *streaming*— que atreuen més clients. D'una manera semblant, com més clients fan servir AWS, més pot invertir Amazon en nous serveis, que atreuen més clients. Un tercer cercle virtuós comença a girar al voltant d'Alexa, l'assistent de veu de l'empresa: a mesura que els programadors creen serveis per a

Alexa, es torna més útil per als clients, cosa que dóna motius als programadors per crear encara més serveis.

Mentre els accionistes mantinguin la fe en aquest model, l'emocionant valoració d'Amazon sembla una profecia auto-complerta. La companyia podrà continuar invertint, i la despesa la mantindrà més poderosa. La seva fe se sustenta en l'història d'Amazon. Ha tingut fracassos —l'intent de fabricar un *smartphone* va ser un fiasco— però el negoci comença a produir diners sense parar. L'any passat el flux de caixa (abans de les inversions) va ser de 16.000 milions de dòlars, més de quatre vegades el nivell de fa cinc anys.

Si la manera de gestionar els marcs temporals a Amazon és inhabitual, també ho és l'ampli ventall de les seves activitats. La llista d'actuals i possibles competidors de l'empresa, com es descriu als seus documents anuals, inclou empreses de logística, motors de cerca, xarxes socials, productors alimentaris i productors de "mitjans de comunicació físics, digitals i interactius de tota mena". Un ventall d'aquesta envergadura recorde més el d'un conglomerat que el d'un minorista, la qual cosa fa que el preu de les accions d'Amazon sembli encara més inflat: els mercats de valors normalment apliquen un "descompte de conglomerat" per reflectir les seves ineficiències.

Molts d'aquests serveis contribueixen a la pròpia expansió d'Amazon i a la d'altres empreses. L'exemple obvi és AWS, que impulsa les operacions d'Amazon i les d'altres empreses. Però Amazon també lloga espai de magatzem a altres venedors. Està construint un centre de transport de càrrega aèria de 1.500 milions de dòlars a Kentucky. Està fent tests de tecnologia en botigues per permetre als clients que se saltin la caixa registradora del tot, i està experimentant amb el repartiment a domicili amb *drones*. Aquestes eines presumiblement podrien servir a altres clients, també. Hi ha qui pensa que Amazon podria convertir-se en una nova mena d'empresa de serveis públics, que ofereixi la infraestructura al comerç, des de la capacitat informàtica fins als pagaments o la logística.

Un gegant no es pot amagar

I aquí rau el problema real de les expectatives a l'entorn d'Amazon. Si arriba pràcticament a satisfer-les, atraurà l'atenció dels organismes reguladors. Per

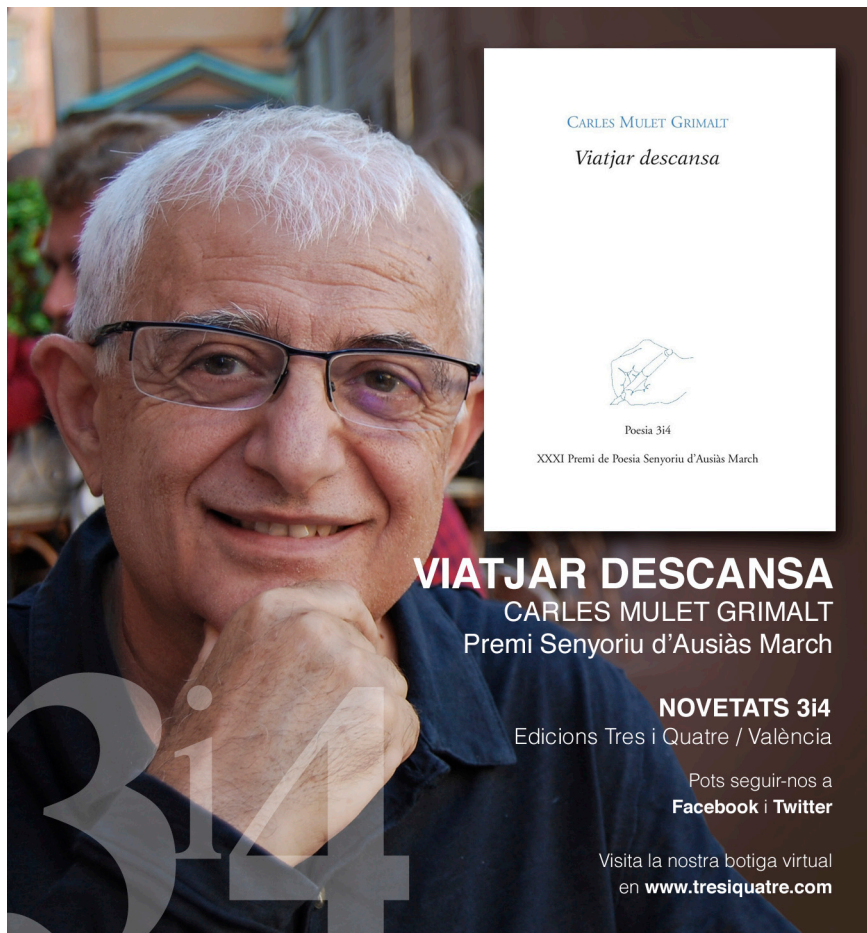
ara, no és probable que Amazon faci activar l'acció antimonopoli. Encara no és el minorista més gran dels Estats Units, el seu mercat més madur. Les autoritats antimonopoli nord-americanes es fixen sobretot en l'efecte d'una empresa en els consumidors i els preus. Des d'aquest punt de vista, Amazon sembla que està immaculada. Els consumidors l'aplaudeixen; és la companyia més ben considerada als Estats Units, segons una enquesta de Harris. (AWS també és una benedicció per a les *start-ups*.)

Però a mesura que creixi també creixeran les preocupacions pel seu poder. Fins i tot segons els arguments antimonopoli estàndard, el creixement pot suposar un problema: si l'empresa obté tants diners com esperen els inversors, una estimació aproximada fa pensar que els seus guanys podrien ser de l'equivalent dels beneficis combinats d'empreses de mitjans i minoristes occidentals que cotitzen en borsa. Però les autoritats reguladores també estan canviant la manera de considerar la tecnologia. A Europa, Google és acusat de

fer servir la seva influència com a motor de cerca per ampliar el seu poder a negocis adjacents. La comparativa immunitat davant la responsabilitat legal de les plataformes digitals —per publicar contingut incendiari sobre Facebook, posem per cas, o per investigar els conductors d'Uber— cada cop és menor.

El model de negoci d'Amazon també animarà les autoritats reguladores a pensar de manera diferent. Els inversors valoren el creixement d'Amazon per damunt dels beneficis; això fa més temptadors els preus abusius. En un futur, les empreses podrien dependre cada cop més d'eines que proveeix el seu principal rival. Si Amazon es converteix efectivament en una empresa de serveis públics de l'àmbit comercial, augmentaran les veus que demanaran que es reguli com a tal. Els accionistes fan bé de creure en el potencial d'Amazon, però l'èxit farà entrar l'empresa en conflicte amb una bèstia encara més forta: el Govern. •

Traducció d'Arnau Figueras



CARLES MULET GRIMALT
Viatjar descansa

Poesia 314
XXXI Premi de Poesia Senyoriu d'Ausiàs March

VIATJAR DESCANSA
CARLES MULET GRIMALT
Premi Senyoriu d'Ausiàs March

NOVETATS 314
Edicions Tres i Quatre / València

Pots seguir-nos a
Facebook i Twitter

Visita la nostra botiga virtual
en www.tresiquatre.com