



Centro de
Estudios de
Estrategia

Noviembre / 2017



“Las Bitcoins entusiasman y asustan”

Autor: Javier Vicuña



Las bitcoins y sus dueños andan de fiesta, pues incrementaron su valor hasta los 9 mil dólares, poco menos de una semana después de alcanzar los 8 mil dólares. Con ello suma una ganancia en el año por arriba de 850%.

El precio de la mayor criptomoneda por su valor de mercado se está elevando mientras gana la atención de los grandes inversionistas a pesar de las advertencias de que se trata de una burbuja económica.

Todos, desde los ejecutivos de Wall Street hasta los inversionistas de riesgo, han valorado apostar por la moneda digital, con algunos más escépticos que otros.

La bitcoin ha escalado más de 40% en las últimas dos semanas.

El alza en su precio arrastró a los inversionistas. El número de cuentas en Coinbase, una de las mayores plataformas para negociar bitcoins y su rival ethereum, ha casi triplicado a 13 millones en el último año, de acuerdo con Bespoke Investment Group. La bitcoin escaló a un máximo histórico de 9 mil 518 dólares en Nueva York, antes de emparejar ganancias, de acuerdo con Bloomberg.



La rápida apreciación ha dificultado a los analistas e inversionistas optimistas mantener sus predicciones al día. Mike Novogratz, administrador de fondo de cobertura, quien está empezando un fondo de US\$500 millones en criptomonedas, dijo la semana pasada que la bitcoin terminaría el año a US\$10.000. Al día siguiente, el jefe de investigación de Fundstrat, Thomas Lee, duplicó su precio objetivo a US\$11.500 para mediados de 2018. En un movimiento hacia los inversionistas dominantes, CME Group ha dicho que planea ofrecer contratos futuros en bitcoins, los cuales podrían empezar a negociarse en diciembre.

JPMorgan Chase & Co., el mayor banco de Estados Unidos, comenzó a valorar la semana pasada si ayuda a sus clientes a apostar por bitcoins a través de contratos futuros, de acuerdo con una persona que conoce las negociaciones. El CEO de JP Morgan, Jamie Dimon, uno de los principales detractores de las criptomonedas, considera que se trata de un fraude y ha descalificado a sus compradores al considerarlos 'estúpidos'. En contraste, la jefa de finanzas del banco, Marianne Lake, ha tenido un tomo más mesurado hacia las monedas digitales. La firma está abierta al potencial uso de las criptomonedas una vez que estén propiamente reguladas, dijo el mes pasado. El total de capitalización de mercado de las criptomonedas actualmente se ubica en los 290 mil millones de dólares, según el sitio Coinmarketcap.com

Amazon se cura en salud

La industria de la salud en Estados Unidos ha estado temblando por meses por la posibilidad de que Amazon comience a vender medicamentos con receta, lo que generaría una fuerte competencia para un sector que mueve unos US\$450.000 millones al año. La empresa de Jeff Bezos no ha explicitado sus intenciones y los analistas e inversionistas han estado recolectando fragmentos de información para evaluar si finalmente dará el paso.

Pero la mera idea de que Amazon entre al mercado farmacéutico ya tiene consecuencias. De hecho, muchos analistas la citan como la razón principal para un acuerdo entre CVS Health, uno de los mayores operadores de farmacias en el país, con Aetna, una aseguradora. Las recientes decisiones de las cadenas farmacéuticas para ofrecer entrega de medicinas a domicilio al día siguiente también han sido vinculadas a la posibilidad de que Amazon ingrese al mercado.

No es sólo el tamaño de la oportunidad que podría ser tentador para la gigante del e-commerce, sino también la posibilidad de bajar los precios e irrumpir en una industria opaca, en la que no es fácil saber a quién culpar por el creciente costo de los medicamentos.



Casi todos en EE.UU. están de acuerdo en que las medicinas son demasiado caras, pero la industria no sabe a quién hacer responsable: las empresas farmacéuticas, los vendedores o los administradores de beneficios farmacéuticos (PBM, su sigla en inglés), quienes actúan como intermediarios entre los fabricantes de medicamentos y sus clientes.

“Creo que hay mucha oportunidad para tomar medidas de eficiencia con un impacto en el control de los precios de las medicinas en este país”, dijo Michael Rea, director ejecutivo de Rx Savings, una empresa que fabrica software para ayudar a los empleadores y a sus trabajadores a rebajar sus gastos en medicinas.

Agregó: “Un nuevo competidor como Amazon pondría presión sobre las farmacias y los PBM para que hagan más con menos”. La especulación sobre Amazon ha hecho que un año ya muy tórrido sea incluso peor para las cadenas de farmacias. Los inversionistas ya han borrado más de US\$40.000 millones del valor de mercado de sus mayores operadores (Walgreens Boots Alliance, CVS y Rite Aid) desde el inicio de 2017.

Sus problemas incluyen el precio decreciente de los medicamentos genéricos, lo que ha recortado el dinero que las empresas ganan por receta, y un entorno poco amigable para el retail físico, en momentos en que los clientes se van a internet. “El retail médico tiene mucho de qué preocuparse si Amazon juega sus cartas bien. Podría ofrecer medicamentos genéricos mucho más baratos que los grandes actores”, dice Alex Schmezer, director ejecutivo de Mesa Rx, una consultora de ahorro farmacéutico.

Aunque Amazon ha guardado silencio sobre sus planes, se ha vuelto crecientemente interesada en la salud durante los últimos meses, sosteniendo reuniones con ejecutivos de la industria y contratando a personas con carreras en los seguros y PBM. La empresa también ha invitado a varios ejecutivos de empresas que operan en el sector farmacéutico a sus oficinas de Seattle, según dos personas que estuvieron presentes en las reuniones, en que los participantes hablaron de los desafíos que enfrenta la industria y el alto precio de las medicinas. Una persona presente en las reuniones dijo que los ejecutivos de Amazon ven el plan de salud de la empresa, que cubre a unos 260.000 empleados, como un experimento que sería útil si la empresa entrara al sector farmacéutico.

Amazon rechazó emitir comentarios sobre esos encuentros. Sin hechos concretos, los analistas especulan cómo sería una entrada de la empresa de Bezos a los medicamentos con receta. Para Ana Gupte, analista de Leerink, la empresa entraría primero a la venta mayorista utilizando su capacidad de bodega y experiencia logística. “Esos márgenes son pequeños, pero Amazon opera con márgenes incluso menores”, manifestó. Gupte piensa que Amazon luego entrará rápidamente a la venta directa a usuarios, incrementando la proporción de recetas entregadas por correo. “Si logra que la experiencia sea igual de transparente y amigable que en otros bienes y servicios, entonces aumentarán esa penetración”, señaló. La empresa también podría vender medicinas en farmacias minoristas en sus más de 450 tiendas de Whole Foods, sostuvo Gupte.

FiberCorp presenta los resultados del Estudio Pymes y Tecnología, un relevamiento sobre los servicios tecnológicos más contratados por las pequeñas y medianas empresas argentinas

De acuerdo a los resultados de la investigación, el 87% de las pymes cuenta con una conexión de Internet corporativa, mientras que el 73% contrata servicios de telefonía fija y el 65% de telefonía celular. Completan el ranking de los servicios más demandados el hosting de



página web (50%); transmisión de datos (45%); video vigilancia (33%); televisión por cable (33%); hosting de datos (31%); telefonía IP (29%) y herramientas en la nube (28%). Sin embargo, las prioridades no son las mismas para todas y, a medida que la empresa toma relevancia en cuanto a tamaño, comienzan a valorizarse otro tipo de servicios. Por ejemplo, cuando se trata de firmas medianas, es decir de entre 51 y 200 empleados, el 42% contrata el servicio de enlaces dedicados, en contraste con un 19% de las pequeñas – 10 a 50 empleados – y un 4% de las micro – 1 a 9 empleados. Los enlaces directos implican una conexión a Internet más estable en casos de uso intensivo, por ejemplo, para soportar la transferencia de archivos de gran tamaño por múltiples usuarios.

Por otro lado, las empresas medianas también son las que más utilizan servicios de video vigilancia (53%) y soluciones en la nube (35%). Con respecto a los factores que pesan a la hora de contratar servicios de conectividad, las pymes ubican el precio en primer lugar: el 66% de las empresas encuestadas respondió que lo tienen en cuenta. Además, el 45% se refirió a una necesidad de mantener acotados los gastos de soluciones tecnológicas al mínimo