

LA BATALLA DE LOS GIGANTES: WAL-MART vs AMAZON.COM

El pasó de los anos, los adelantos del mundo en el sector tecnológico y como estos han ido afectando los hábitos de la sociedad han hecho que dos gigantes del mundo empresarial nunca antes vistos como rivales, hoy en día se enfilen hacia un enfrentamiento sin tregua por el liderato de la empresa más grande del mundo.

Si la tecnología ha hecho que hoy en día dos empresas vistas antes como líderes en sus terrenos respectivos ya estén mirándose las caras en un ring para lograr la supremacía en el área de ventas (e-commerce y brick and mortar).

Pero quien esta en mejor posición, quien tiene la mayor fortaleza, como compraran estos gigantes del comercio mundial? Veamos primero algunos números y cifras para entrar en contexto.

Año 2012:

- **WAL-MART Con USD 444 Billones superaba por un 16 a 1 las ventas de AMAZON.com!!**
- **WAL-MART representaba el 3% de la economía de los USA!!**

2014:

- **WAL-MART : Capitalización de Mercado de USD 245 Billones**
- **AMAZON.com : Capitalización de Mercado de USD 140 Billones.**

Año 2015:

- **WAL-MART alcanza los USD 484 Billones en ventas pero solo supera a Amazon por un factor de 5 (ventas de AMAZON.com USD 107 Billones)**
- **WALMART atiende cerca de 260 millones de clientes cada semana en los 27 países que sirve (tiendas y comercio electrónico).**
- **AMAZON.com tiene una base fiel de cerca de 50 millones de clientes solo en USA.**
- **WALMART : Capitalización de Mercado hoy: USD 205.6 Billones.**
- **AMAZON.com: Capitalización de Mercado hoy: USD 386.1 Billones!!!**
- **WALMART tiene unas ventas por empleado cercano a los 220,000 USD, mientras que AMAZON.com la tiene cercana a los 623,000 USD!!!!**

Estos números y el corto tiempo en que han cambiado, incluso que se han volteado las tendencias es una muestra clara de cómo el comercio al detal está cambiando y de la rapidez con la que esto está sucediendo.

Es claro que hay una fuerte y clara amenaza desde el punto de vista comercial de **AMAZON.com** hacia **WALMART** y esto el gigante del comercio lo sabe y está tratando de

reaccionar para evitar ser desplazado o minimizado en este nuevo terreno de batalla.

Los cortos tiempos parecieran indicar que la reacción de **WALMART** puede haber arrancado tarde pero tiene ciertas ventajas comparativas que de alguna manera lo posicionan todavía en una excelente situación.

Sigamos analizando los números y hechos hoy. Y como se perfila las potencialidades de crecimiento de ambas empresas.

Después de crecer por décadas las ventas y las ganancias netas de **WALMART** se han horizontalizado, no ha mostrado crecimiento representativo en los últimos años. Y una empresa que nos tenía acostumbrado a un crecimiento interanual de dos dígitos ahora muestra valores que difícilmente alcanzan los 2% y ganancias netas que incluso descienden con respecto a años anteriores.

Por otro lado **AMAZON.com**, sigue mostrando crecimiento pero la queja principal de los inversionistas es que no muestra aun una ganancia neta comparable a sus números de ventas sino más bien un margen muy bajo o casi inexistente. Lo que sí es claro y notorio es el potencial de crecimiento que tiene **AMAZON** en el mercado mundial y ese crecimiento debería traducirse en una ganancia proporcionalmente grande una vez alcanzado ese punto de breakeven relativo ya alcanzado o superado. Por economía de escala el crecimiento ahora debería empezar a traducirse en incremento de la ganancia neta a pasos agigantados según los entendidos.

Lo que **AMAZON** no hace es recompra de acciones, no pone un solo centavo en ello y no reparte tampoco dividendos a sus accionistas, todo va a ser reinvertido en el desarrollo futuro y crecimiento futuro. Por el lado contrario **WALMART** retorna Billones de dólares en capital a los accionistas en términos de dividendos y por ejemplo en junio de 2013 autorizo un plan de recompra de acciones totalizando 15 Billones de USD en recompra de acciones de la empresa. En los siguientes dos años ha destinado otros 6 Billones de dólares para ese motivo.

WALMART paga un dividendo cercano al 3% del precio de su acción.

Lo que si es cierto es que **WALMART** está implementando políticas que a la larga le beneficiara en términos de mejores sueldos a los empleados, más entrenamiento, reducir la rotación de personal y haciendo la operación mucho más eficiente y la atención al cliente o servicio al cliente una experiencia mas atractiva para el cliente.

Otro paso vital en esta carrera para mejorar su posición y prepararse para enfrentar la competencia de **AMAZON, WALMART**, ha lanzado los Mercados de Vecindario, que son tiendas y centros más pequeños (cerca de la quinta parte de una supertienda) y ha empezado a integrar las ventas por internet como parte de su nueva estrategia de integración del negocio en línea usando su infraestructura ya establecida de distribución.

AMAZON por otro lado tiene una base de clientes cercana a los 50,000,000 en los Estados Unidos lo que representa más o menos 14% de toda la población en USA con acceso a internet. Eso da una muestra del potencial de crecimiento que tiene aún en USA esta compañía. Si a eso añadimos los números a escala a nivel mundial, la situación se torna aún más atractiva: una población de 7,200,000,000 de almas y solo 42% tiene acceso a internet (cifra que ira subiendo en los próximos años) estamos hablando que el mercado para crecer de **AMAZON esta aun en pañales y a su disposición!!**

Brand Marketing:

Desde el punto de vista de marca, ambas empresas han realizado un excelente trabajo de fijación y desarrollo de marca. **WALMART**, Usando las redes sociales con mas de 32,000,000 de “likes” en Facebook; 700,000 seguidores de twitter y 55,000 Pinterest followers. Han realizado un muy buen trabajo de marca sumado a su presencia en más de 27 países y 260 MM

de clientes semanalmente!!!

AMAZON.com por su lado también ha realizado una labor extraordinaria desde el punto de vista de marca a través de su infinidad de sectores y canales de distribución y modelos de negocio ha logrado ser declarada como la marca con más valor del mercado, colocándose el valor de la marca en aprox., **USD 90 Billones!!!**

Estrategia de Mercadeo.

WALMART, ha basado su estrategia de mercadeo en tres grandes áreas:

- 1) Bajos precios, “**Ahorra dinero . Vive mejor**”, con esta estrategia **WALMART** está apuntando dar el mensaje al cliente que ofrecen el mejor precio y el mejor trato. Este modelo de bajos precios es apuntalado por una muy poderosa cadena de distribución a lo largo y ancho del mundo.
- 2) Fácil acceso de sus clientes. Con sus miles de tiendas físicas y fronting en e-commerce y acceso a sus supermercados abiertos 7/24 horas están buscando tener un muy fácil acceso para los clientes.
- 3) Campañas en los medios y redes sociales.

AMAZON.com, ha desarrollado una estrategia de direccionamiento de los clientes a través de algunos de sus canales o modelos de negocio o venta. El cliente es el elemento primordial en el modelo de negocio de **AMAZON**.

Han logrado o realizado un excelente trabajo de cubrir las necesidades de sus clientes e identificando y segmentando estas necesidades según los patrones de compra de sus clientes y sectorizándolos y separándolos de acuerdo a estos patrones de compra. Pudiendo ofrecerle lo que más probabilidad tienen estos clientes de querer comprar en el futuro. En esta estrategia han sido por demás exitosos.

En el caso de **WALMART**, ellos han identificado la debilidad que aún mantienen y donde tienen una alta oportunidad de crecer como es en el área de e-commerce. **Los números de ventas de WALMART en el ejercicio anterior están por el orden de los USD 13-14 Billones de dólares al año, esto es bastante bajo considerando las ventas totales del gigante en USD 484 Billones.** Por ello es que están enfilando las baterías en desarrollar ese mercado y una de los principales movimientos en ese sentido fue la reciente adquisición de la empresa **JET.com** una empresa de e-commerce ubicada en USA y con la que esperan mejorar notablemente el servicio e incrementar el market share en el área de comercio por internet.

La adquisición de **JET.com**, fue una operación de compra por USD 3,000 millones cash pagaderos en el tiempo más 300 millones de acciones de Wal-Mart pagaderas también en el tiempo. Lo que busca el gigante es desarrollar e incrementar sus números de venta por internet. Aunque al inicio las dos marcas: **WALMART.com** y **JET.com** serán operadas diferenciando la marca lo que se busca es ir integrando las operaciones para acelerar el crecimiento en el sector para competir con **AMAZON.com** en su terreno.

Recomendación:

Es evidente que son empresas muy disimiles y ambas tienen modelos de negocios y estrategias bien diferenciadas. Pero el crecimiento de ambas las ha llevado al borde de un enfrentamiento por una tajada cada vez más grande del mercado de ventas al detal. Y aunque una se perfila como la reina en un sector por el dominio que tiene del mismo, la otra ofrece una fortaleza en términos de números y ganancia que la otra aun no puede imaginar.

Una de ellas tiene un elevado potencial de crecimiento en este momento con excelentes posibilidades de potencializar ese crecimiento en términos de ganancia neta y el otro bien establecido y con una operación madura está en capacidad según su nueva estrategia de posicionarse con un alto potencial de crecimiento en el mediano y largo plazo.

Nosotros como inversionistas lo que recomendamos es posicionarse en ambas empresas diversificando de esta forma estrategias y apostando a que ambas están llamadas a dominar ese nuevo campo de batalla económica en el que se está transformando las ventas al detal a nivel mundial en un planeta cada vez más globalizado e interconectado.

AMAZON.com STRONG BUY
WALMART BUY and HOLD



Valor de WalMart vs Capitalizacion de mercado y Valor de AMAZON vs su capitalización de mercado



Comparacion WALMART vs AMAZON Historico de precios.

Enviar sus comentarios y preguntas por esta vía o directamente a mi WhatsApp. +17862009948

Un abrazo

David Unda