

**S**uposem que coneix una empresa que ofereix la major part dels seus serveis gratuïtament però que ha de fer fortes inversions per atendre la massiva demanda. Té unes pèrdues enormes i una font important dels seus ingressos és la publicitat d'altres empreses del mateix sector, que també tenen un volum de pèrdues molt gran i tancant a un ritme alarmant. ¿Compraria o recomanaria a algun les accions d'aquesta companyia? No. Doncs qui ha recomanat Terra-Lycos ho ha fet.

Malgrat tot, aquest no és un problema només de Terra-Lycos: la majoria de les empreses d'Internet tenen pèrdues i no sembla que en un futur pròxim puguin obtenir beneficis.

Durant aquesta última setmana es va saber que els recursos d'Amazon no li permetran passar de desembre sense una nova injecció de liquidesa i que e-Toys tancarà el 31 de març quan se li acabin els fons. Els inversors, que abans es mostraven entusiasmats amb

# Beneficis empresarials: una utopia en la nova economia?

José García-Montalvo. Professor del departament d'economia i  
empresa de la Universitat Pompeu Fabra

les perspectives futures d'aquestes empreses, els comencen a girar l'esquena preocupats per les pèrdues presents, fet que fa cada cop més difícil trobar finançament per a empreses d'Internet.

Com a reacció a aquest desinterès i a la necessitat d'obtenir informació per subsistir, les empreses d'Internet estan canviant d'estratègia per trobar el camí més ràpid cap als beneficis.

Si la frase "d'aquí a quatre anys l'empresa començarà a tenir beneficis"

era vista pels inversors com un sinònim de fortes inversions i possible predominança en el futur, en l'actual situació dels mercats financers aquest període es veu com un termini inacceptablement llarg.

Però d'on vindran els beneficis que convencin els inversors? En termes de mercat, Internet vol dir competència, menys costos d'informació i més eficiència.

Per als consumidors això suposa facilitar la recerca dels productes i els

serveis més barats, i reduir els costos de transacció. Les empreses, per la seva banda, s'enfronten a un mercat amb menys barreres d'entrada que en els sectors tradicionals.

Totes aquestes condicions acosten l'estructura de mercat a la competència perfecta que apareix als llibres de text. Però, com qualsevol estudiant d'economia sap, en una situació de competència perfecta els beneficis són zero! A més, les empreses d'Internet han de fer front a la desconfiança dels consumidors sobre la inseguretats de les transaccions, la qual cosa vol dir que han d'oferir preus molt atractius per convèncer els clients i compensar-los pel *risc*.

Tots aquests factors redueixen els marges fins a nivells ínfims. De fet, el problema d'una empresa com Amazon.com per obtenir beneficis no és la falta de clients –ja en compta amb més de 2 milions–, sinó que els seus marges són minúsculs. El que ja hem dit: avui en dia beneficis empresarials i Internet es repel·leixen com dos pols positius d'un imant.