

# ieNEWS

# 48

## OCT 2017

**Neville Brody**, un posmodernista, un tipo que creó un estilo propio al oponerse a todas las corrientes estilísticas de su época, que todavía sigue siendo nuestra época...



INSTITUTO DE  
ECONOMIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS / UNICÉN

**FCE** UNICEN  
**ECONOMICAS**

---

# Editorial

El Instituto de Economía es un centro de investigación dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Desde su creación en 2009, el Instituto ha estado ligado al desarrollo económico local, colaborando con los municipios de la zona y el sector privado.

---

**DIRECTOR**  
SEBASTIÁN AUGUSTE

**STAFF**  
SERGIO GUTIÉRREZ  
DANIEL HOYOS MALDONADO  
MARÍA DEL CARMEN ROMERO  
SEBASTIÁN RAMÓN  
SANDRO JOSÉ GUIDI  
MARIO RAVIOLI  
MARIO SEFFINO  
VERÓNICA BAZTERRICA

**COLABORADORES**  
LUIS ELISSONDO  
FERNANDO ERRANDOSORO  
SANTIAGO LINARES  
OSCAR NIELSEN

**BECARIO**  
LORENA LUQUEZ

**SECRETARIA EJECUTIVA**  
PIERINA FRONTINI

Estimados lectores.

Con el resultado de las elecciones se dio un fuerte sustento al gobierno para encarar una etapa de continuidad de cambios necesarios como una reforma laboral e impositiva e intervenciones en obras sociales y del poder de sindicatos.

La nota de Sebastián Auguste expone un análisis de los brotes verdes que viene mostrando la economía y que dejan un escenario más propenso que hace unos meses atrás, para tomar medidas de fondo y cambios legislativos como los mencionados. Posteriormente Daniel Hoyos desarrolla la compleja temática detrás de la última suba de combustibles y en las dos últimas notas Guillermina Simonetta y Luis Elisondo abordan aspectos de la generación millennials y la economía colaborativa.

Esperando que estas notas y las consultas de lectores y gráficos seleccionados sean de su interés.

Lo saluda cordialmente



**DR. SEBASTIAN AUGUSTE**  
Director Instituto de Economía

---

Las opiniones vertidas en esta publicación son de exclusiva responsabilidad de quienes la emiten y no representan necesariamente el pensamiento del Instituto de Economía, de la Facultad de Ciencias Económicas, la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires o sus autoridades. Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos parcialmente siempre que el extracto vaya precedido por una referencia completa al Instituto de Economía, FCE, UNICEN, seguida de la fecha de publicación del documento. En nuestra Web: <http://www.econ.unicen.edu.ar/ie/> puede suscribirse a este Newsletter. Para consultas o comentarios, escribir a [instituto\\_economia@econ.unicen.edu.ar](mailto:instituto_economia@econ.unicen.edu.ar).

## Escriben en este número



**Dr. Sebastián Auguste**

Doctor en Economía por la Universidad de Michigan, Ann Arbor, EE.UU. y Licenciado en Economía de la Universidad de Buenos Aires. Es Director del MBA de la Universidad Torcuato Di Tella y Director del Instituto de Economía en la UNICEN.



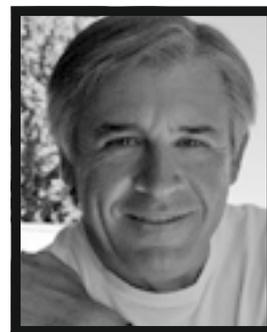
**Lic. Guillermina Simonetta**

Licenciada en Economía (UBA). Especialista en mercado de capitales (UBA-MERVAL-IAMC). Es Asesora y analista de mercados. Investigadora Visitante del Instituto de Economía, UNICEN.



**Dr. Daniel Hoyos**

Doctor en Economía (ESEADE) y Magister en Economía de Gobierno (UDES). Profesor Asociado del Departamento de Economía y Métodos Cuantitativos (UNICEN), Área de Especialización: Políticas Públicas.



**MBA Luis Elisondo**

Master en Administración de Negocios Facultad de Ciencias Económicas de la UNCPBA. Consultor en las temáticas de Sistemas y Tecnología Informática para la Administración Pública y Sector Privado. Docente de Grado y de Carreras de Postgrado de la FCE

## Sumario

**P4 - Brotes verdes y flores amarillas**

Por Sebastián Auguste

**P7- Combustibles ¿desregulados?**

Por Daniel Hoyos Maldonado

**P10- Los millenials y la economía**

Por Guillermina Simonetta

**P13- La Economía de la Colaboración y el poder de los Datos**

Por Luis Elisondo

**P16- Usted pregunta, IECON responde**

**P19- La coyuntura en gráficos**

**P23- Cuadro de variables financieras**

# Brotos verdes y flores amarillas

Por Sebastián Auguste

Ya hace varios meses que venimos destacando en nuestras notas las buenas señales en la economía, ya se veían los brotos verdes, ahora se vieron las flores amarillas en la votación del Domingo.

Decíamos que el riesgo argentino era político, de reversión al pasado, y no tanto económico. Cada vez que el riesgo de reversión se asomaba, los mercados financieros crujían. Por esto no sorprende el excelente desempeño de la Bolsa desde las PASO. El 9 de agosto de 2017 el Merval estaba en 20.925, post elecciones cerró a 27.783, un incremento en pesos de 32,8%; pero como el dólar estuvo tranquilo (de hecho bajó), en dólares el retorno fue de

35,5%, enorme. Este es un indicador más del optimismo, en este caso de los inversores, que es clave porque son los que se arriesgan a invertir en nuestro país. La confianza del consumidor aumentó a un ritmo similar, un 20% desde julio, pero liderado por el componente de bienes durables, que subió un 32% en los dos últimos meses (última medición corresponde al mes de septiembre). Recordemos que el índice de confianza se construye sobre tres pilares: las perspectivas de la gente respecto a la situación personal, las perspectivas de la situación macroeconómica y su consumo de bienes durables (el tipo de consumo más sensible a las expectativas). Los dos primeros son subjetivos, y la gente muchas veces contesta contaminada por sus percepciones políticas (¡la grieta!), pero el último es respecto a las compras que ha realizado, y aquí no hay política que sesgue. Por lo que la grieta está también presente en este indicador de confianza, y se nota cuando vemos que bienes durables subió 32% en dos meses pero la perspectiva de la macroeconomía 17,4%: hay quienes están aumentando su consumo pero dicen que la situación económica es pésima (y hablan de “ajuste”).

El indicador que había sido más adverso al gobierno nacional había sido las ventas en supermercados, que nos muestra cómo va el consumo masivo. El problema de este indicador es que en términos nominales subía, pero cuando se lo deflataba por la inflación, caía. Aquí hay un tema técnico importante, los precios no miden las ofertas y descuentos con tarjetas, las que han sido muy fuertes en el supermercadismo, con lo cual la dureza a mejorar de este indicador podría estar en esto, ya que las cantidades producidas venían subiendo. Sin embargo, en agosto (último indicador disponible) se vio el primer verde del año en las ventas de supermercados, con un



<https://es.dreamstime.com/photo>

incremento de 1,2% (interanual y en términos reales), luego de varios meses de mostrar caída. Es decir, el consumo de los hogares en los supermercados ya está por encima de lo que estaba en agosto de 2016 y casi al nivel del 2015, y esto ajustado por la inflación, obviamente. La industria está creciendo al 5% interanual (IPI de FIEL), al igual que la actividad total de la economía (EMAE del INDEC). El desempleo en el segundo trimestre de este año (dato a septiembre) está en 8,7%, por debajo del 9,3% del segundo trimestre de 2016. También bajo la cantidad de empleados buscando otro empleo, desde 15,7% en 2016 a 14,7% en 2017. En el GBA, donde tal vez se dio la mayor sorpresa positiva para Cambiemos, y es a la vez la zona con mayor tasa de desempleo del país, el desempleo cayó de 11,2% a 10,9%. En Cuyo se pasó de 5,2% a 3,8%, y en la Pampeana de 9,6% a 8,8%. Las únicas dos regiones con aumento del desempleo fueron la Patagónica (principalmente por la caída del empleo en Comodoro Rivadavia y Rawson/Trelew) y el NOA.

Con señales económicas positivas, sobre todo las que apuntan a la situación de mediano y largo plazo, y no tanto en el consumo, la oposición (sobre todo CFK y la izquierda) decidió jugar la apuesta contra “el ajuste y el tarifazo”, un slogan que no iba de acuerdo a lo que estaba sucediendo (tarifazo sí, pero es lo que Macri había prometido en el 2015 y la gente ya lo había votado). Hubo falta de realismo y de propuestas en una oposición que parece haber cerrado filas detrás de CFK, el sueño de Macri, puesto que es el candidato (candidata) de la oposición al cual le sabe ganar, y que tiene una imagen negativa tan alta que no presenta riesgos para una eventual reelección de Cambiemos en 2019. Para el peronismo esto me parece una muy mala señal. Está entrampado en una fórmula que no funcionó, sobre todo en lo económico. A las mala praxis económica del gobierno de CFK no se la está cuestionando, no hay autocrítica, y más bien se la está ensalzando como una panacea a la cuál habría que volver, sobre todo desde el Kirchnerismo, sin entender que la elección del 2015 se perdió por esto, y que el gobierno de Macri no fue tan malo como les hubiera convenido para que el pueblo vote mala praxis de nuevo. Los que fueron más críticos como Urtubey, no tuvieron un apoyo abierto, por lo que complica el panorama en el frente peronista: no se divisa el recambio, ni se moderniza el discurso.

La ideología está jugando una mala pasada. El peronismo como movimiento siempre fue pragmático, y esto explica cómo desde este movimiento surgieron presidentes tan distintos como Perón, Menem, Duhalde o CFK. Pero un núcleo duro de simpatizantes de este movimiento, reflejados en el Kirchnerismo, se resisten al pragmatismo y abrazan la ideología. Con el tarifazo y el ajuste la economía no debería crecer, pero los brotes verdes están. No hacen autocrítica de su gestión, y como todo estaba bien, no entienden como tantos del 54% que los votó en 2011 ahora no los votan. Es una traición y un error. Es el voto odio, es el voto influenciado por los medios hegemónicos. Es Clarín. La ideología, las ideas abstractas, por sobre los hechos. Pero esto obvia cosas muy importantes. Macri está siguiendo políticas económicas que en el mundo son consideradas buenas prácticas. Tenemos muchos países que han logrado desarrollarse siguiendo el tipo de políticas que Macri quiere seguir, y ninguno que lo haya logrado siguiendo las que CFK siguió durante sus gobiernos. El pragmatismo invita a revisar el romanticismo ideológico, el enamorarse de políticas económicas que no funcionan.

Vengo de estar en el exterior, y allí la mirada hacia nuestro país, sin las cargas ideológicas de la grieta, son positivas. Si los países que lo hacen bien creen que aquí las cosas se están empezando a hacer bien, es un dato a tener en cuenta. Alguien pragmático tomaría esto. Y ojo que no vengo de visitar a los “imperialistas” de los EE.UU. o el Reino Unido, sino países que no tienen ningún interés directo en que nos vaya bien o mal (porque para ellos no existimos).

Para los Kirchneristas, el tiro de gracia que queda para adelante es que a la economía de Macri le vaya mal, o bien que le vaya bien pero que pase algo grave institucionalmente que lo erosione (como alguna violación fragante a los derechos humanos). La mala noticia es que si se siguen tomando buenas medidas económicas las chances de que nos vayan mal son bajas (aún cuando no se sea brillante, con ser bueno alcanza).

Desde el peronismo, varios han mostrado el olfato necesario, pero la elección los tapó y pasó por encima. La polarización favoreció a Macri y perjudicó al peronismo y su renovación. Al pragmatismo peronista lo está dominando la ideología Kirchnerista, y esto es grave para un partido que es un movimiento y no un partido tradicional. Si se vuelve un partido en su forma tradicional, con dogma e ideología, pierde la flexibilidad que le permitió subsistir en un país tan cambiante como el nuestro.

Volviendo a lo nuestro, para la economía las flores amarillas del domingo son positivas, porque le da capital político para terminar de ordenar la situación económica y tomar las medidas más duras en el corto plazo, pero con beneficio en el largo (educación, salud, costo argentino). El optimismo ayuda, sobre todo si riega los brotes verdes que han estado creciendo a tasas muy interesantes

en los últimos meses. Lo que viene a futuro nuevamente depende de lo político más que de lo económico; depende de en qué medida Macri seguirá construyendo hacia un pragmatismo que resuelva nuestros problemas sin volverse dogmático. En sus dos años de gobierno ha mostrado problemas de gestión, de falta de experiencia, que sólo fueron tapados por la mala praxis económica del último gobierno de CFK –en el país de los ciegos el tuerto es rey. A partir de ahora se le pedirá más, y le pediremos más. El apoyo político debe ser leído con el peso de la responsabilidad de quién aún tiene que aprobar, y con ese peso y responsabilidad debería el gobierno encarar lo que le queda. Quedan dos años de gestión y mucho por hacer para acercarnos a los países desarrollados.



<http://bookboon.com/blog/2012/12/>

# Combustibles ¿desregulados?

Por Daniel A. Hoyos Maldonado

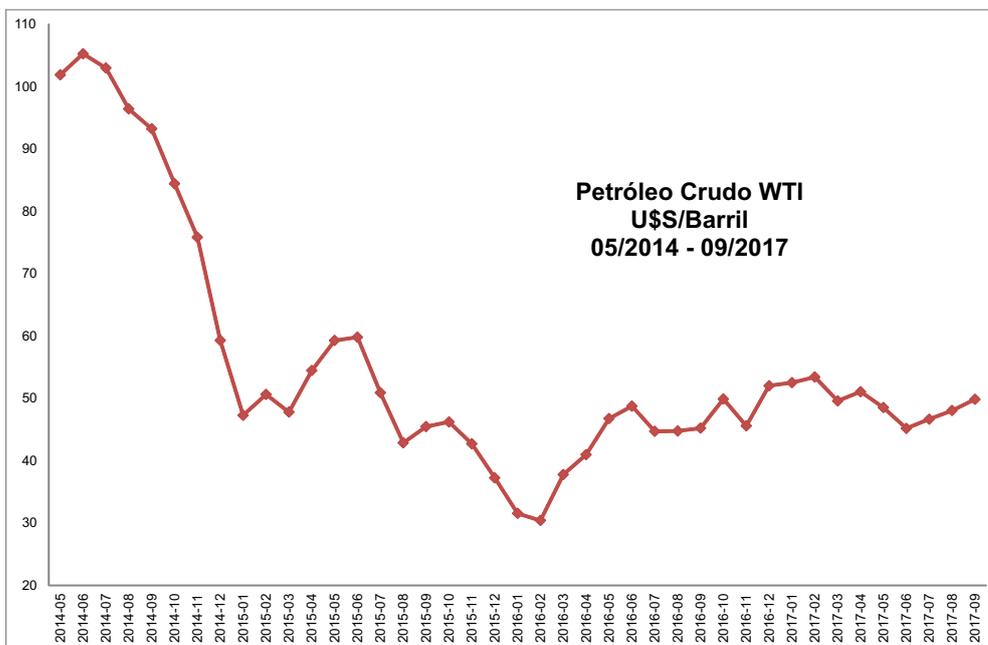
Desde el pasado 1 de octubre, el precio de los combustibles quedó sujeto al juego de la oferta y la demanda, concluyendo un proceso iniciado hacia fines de 2015. Si bien se esperaba que este nuevo marco rigiera a partir del primer día del año próximo, las condiciones del mercado internacional resultaron propicias para el adelantamiento de tal decisión.

En efecto, el comportamiento del precio internacional del petróleo crudo y la evolución del tipo de cambio convergieron para sustentar esta decisión.



<http://andigital.com.ar/economia>

Para comprender este escenario, debería repasarse el desempeño del precio del petróleo en los últimos años. Luego, de la crisis de 2008, el precio de este commodity se recuperó fuertemente hasta alcanzar, a mitad de 2014 U\$S 105/barril. Inmediatamente después de este evento, se inició una rauda caída que encontró su piso en febrero de 2016 (U\$S 30/barril). En los últimos meses, el precio ha mostrado signos de un cambio de tendencia estabilizándose en torno a los U\$S 50/barril.



Durante este proceso, el gobierno intentó aislar el mercado argentino de esta realidad. Así, se estableció el “barril criollo”. Esto es, un mecanismo para sostener el precio interno del petróleo por encima del internacional con el fin de que las empresas productoras no redujeran los niveles de oferta de esta materia prima en consonancia con la evolución del precio internacional. Al mismo tiempo, se establecieron medidas restrictivas sobre las importaciones de petróleo.

Traducido: durante este período, los consumidores argentinos no percibieron beneficio alguno de la reducción de los precios internacionales en sus compras de combustible.

Con la eliminación del barril criollo, se espera el inicio de una nueva etapa con un mayor alineamiento del mercado argentino con el internacional, lo cual debería reflejarse en el precio de los derivados del petróleo.

En principio, se espera que exista un ajuste de estos últimos precios en el corto plazo. En este contexto, el precio local de los combustibles no sólo dependerá de la evolución del precio internacional de su principal materia prima sino que, asimismo, las refinerías buscarán reflejar el comportamiento de los costos internos (en especial, el laboral), de la significativa carga tributaria y del tipo de cambio. Por supuesto que el factor regulatorio también tendrá su incidencia. Así, importará tanto las disposiciones en materia de importaciones y exportaciones como la aplicación de la Ley 26.093. Esta última norma estableció que tanto las naftas como el gasoil, comercializados en el país, deben contener una cuota de biocombustibles. Originalmente, la mezcla incluía un 5% de este tipo de carburante y, posteriormente, se duplicó su participación.

En este punto, un ejercicio que puede resultar útil es intentar trazar, en forma estilizada, las condiciones iniciales del mercado de combustibles a nivel regional. A tal efecto, se pueden tomar como ciudades de referencia a Azul, Olavarría y Tandil. El análisis se plantea sobre la base de información oficial de las ventas al público, para el lapso transcurrido entre enero y agosto de 2017, de dos tipos de combustibles (nafta súper y gasoil grado 2).

a) Nafta Súper

LOCALIDAD	Volumen Tandil = 100	OPERADORES	<sup>1</sup> C <sub>4</sub>	BANDERAS
AZUL	47,5	11	71,95	7
OLAVARRÍA	63,3	17	49,78	9
TANDIL	100,0	13	54,59	4

<sup>1</sup> Índice de concentración (C<sub>4</sub>): resulta de la sumatoria de las participaciones de las cuatro principales empresas del mercado.

a) Gasoil Grado 2

LOCALIDAD	Volumen Tandil = 100	OPERADORES	C <sub>4</sub>	BANDERAS
AZUL	58,4	12	69,85	7
OLAVARRÍA	139,0	17	66,38	9
TANDIL	100,0	13	56,96	4

Como se puede visualizar en las tablas precedentes, el tamaño de cada mercado difiere tanto en el volumen comercializado como en el grado de concentración del mismo. Este último aspecto se puede inferir del índice C<sub>4</sub> que refiere al porcentaje de participación de las cuatro principales firmas que operan en el mercado de referencia, calculado a partir de la cuota correspondiente a cada uno de los operadores participantes. Luego, si tal indicador se calculara en relación con la bandera, se observaría que el grado de concentración es, aún, superior.

En conclusión, el momento actual presenta un escenario donde conviven certezas e incógnitas. En el plano de las certezas, la medida implicó desandar un camino que generó un conjunto de distorsiones ciertamente gravosas para los ciudadanos – contribuyentes y de dudoso beneficio para el conjunto.

No obstante, en el corto plazo, es probable que tal decisión venga acompañada de un reajuste en los precios minoristas. Y se espera que el alineamiento del mercado interno con el internacional, conducirá a que los combustibles marchen al ritmo de los precios de la materia prima y del tipo de cambio.

Ahora bien, este escenario, también, plantea una doble incógnita.

En primer término, queda la duda si debe interpretarse a la liberación de los precios de los combustibles como un primer paso hacia una desregulación efectiva de este importante mercado. Nótese que un protagonista esencial de este escenario es YPF. Esta empresa, que interviene en todo el ciclo productivo y comercial, y su interés puede no ser totalmente funcional a un escenario de desregulación. Un caso similar al de Aerolíneas Argentinas y las “Low Cost”.

Finalmente, una cuestión no menor es cuál será el tratamiento futuro de la carga fiscal sobre los combustibles (supera el 50%). Un mercado más flexible requeriría una menor presión tributaria. Sin embargo, la magnitud de las proyecciones del déficit público, al menos, genera dudas respecto a las probabilidades de una efectiva corrección de esta carga impositiva.

# Los millenials y la economía

Por Guillermina Simoneta

Los Millennials, identificados como las personas nacidas entre 1981 y el 2000, tienen unas costumbres específicas que los definen y diferencian de otras generaciones, por un lado han convivido con la revolución tecnológica de los últimos años, y el uso y conocimiento de herramientas ha llevado a que en muchos aspectos sean más eficientes en el uso de tiempo y sus recursos, lo que se relaciona también estrechamente con sus prioridades tanto a la hora de conseguir un trabajo como de efectuar una compra. Esta generación ha vivido en nuestro país con las consecuencias de la crisis del 2001/2002 y a nivel global con la del 2008/2009 influyendo en su forma de ser y de pensar.



<https://digicom16.wordpress.com/>

## MILLENIALS

Las empresas por un lado han tenido que adaptarse a ese nuevo segmento de clientes, que demandan productos de una forma distinta y por otro lado han tenido que adaptarse a las características de este segmento dentro de su planta laboral. La “**economía digital**”, la cual se caracteriza por la inmediatez del mundo debido a la interconectividad entre las personas y los **Big Data** (espacio en el que se manejan cantidades inmensas de información guardadas en una nube, que usan los empresarios para hacer análisis con el fin de obtener beneficios específicos) cobran especial relevancia en este mundo más conectado.

Para los Millennials, el crecer con el cambio tecnológico les facilita entender la dinámica de la economía digital y que cualquier negocio debe estar de la mano con la tecnología pues esto, en términos financieros, le va a generar a las empresas disminución de costos y aumento de rentabilidades. A su vez, el desarrollo de la economía digital requiere inversiones cuantiosas siendo clave el rol del estado en las inversiones de infraestructura. Según datos del 2016 del Ente Nacional de Comunicaciones, hay en Argentina 62,10 millones de accesos de telefonía móvil. La tasa de penetración asciende a 142,40 por cada 100 habitantes y a 181,50 en el caso de la población activa. La mitad de las conexiones de telefonía móvil en los principales proveedores locales es mediante smartphones.

Según pudimos conversar con varios **Millenials de Tandil** hoy el foco de sus preocupaciones no pasa por cuestiones como la inflación, mucho más presente en la memoria de la generación X y la de baby boomers que vivieron la hiper de los '80, sino por acceder a trabajos con mejor salario pero

sin que implique un detrimento de otras variables, como tener tiempo de esparcimiento y ocio, las calidades de las tareas realizadas pesan más que el riesgo a perder el empleo. Es una generación más abierta a cambios y no es raro que prioricen viajes personales ya planificados cuando recién cambian de posición laboral.

Un estudio de **Goldman Sachs** subraya también esta idea a partir de un cambio de paradigma de los millenials: **no les interesa ser dueños, sino poder acceder**. Su visión respecto a las relaciones y a los negocios es muy innovadora y diferente a las prácticas tradicionales de otras generaciones. En este sentido, la economía colaborativa surge como resultado de las características de esta generación combinando necesidad con tecnología para maximizar un resultado. Uber es uno de los casos más representativos, modelo basado en una economía compartida y la tecnología para conectar a consumidores y oferentes del servicio de transporte. Por el lado de las finanzas VOII y WANAP son actualmente do bancos 100% digitales que han irrumpido para competir con la banca tradicional y que han entendido las necesidades de ese segmento etario que prioriza la rapidez y el uso de aplicaciones en su celular, junto con los sistemas de pagos PAY-U Y PAY-PAL entre otros.

**El bienestar** diario es uno de los focos de los millenials, y es por ello que se observan claras tendencias de la mano de este nicho de consumidores: se ejercitan más, han cambiado sus hábitos de comidas y fuman menos que las generaciones pasadas y todo con tecnología de por medio: usan aplicaciones para entrenarse y para buscar lugares de comidas más sanas. Los patrones de demanda de consumo entre los millenials, incluyendo el énfasis en la calidad de vida, influyen en cierta medida en esta demanda de viajes y ocio, productos tecnológicos y servicios personales y comidas-

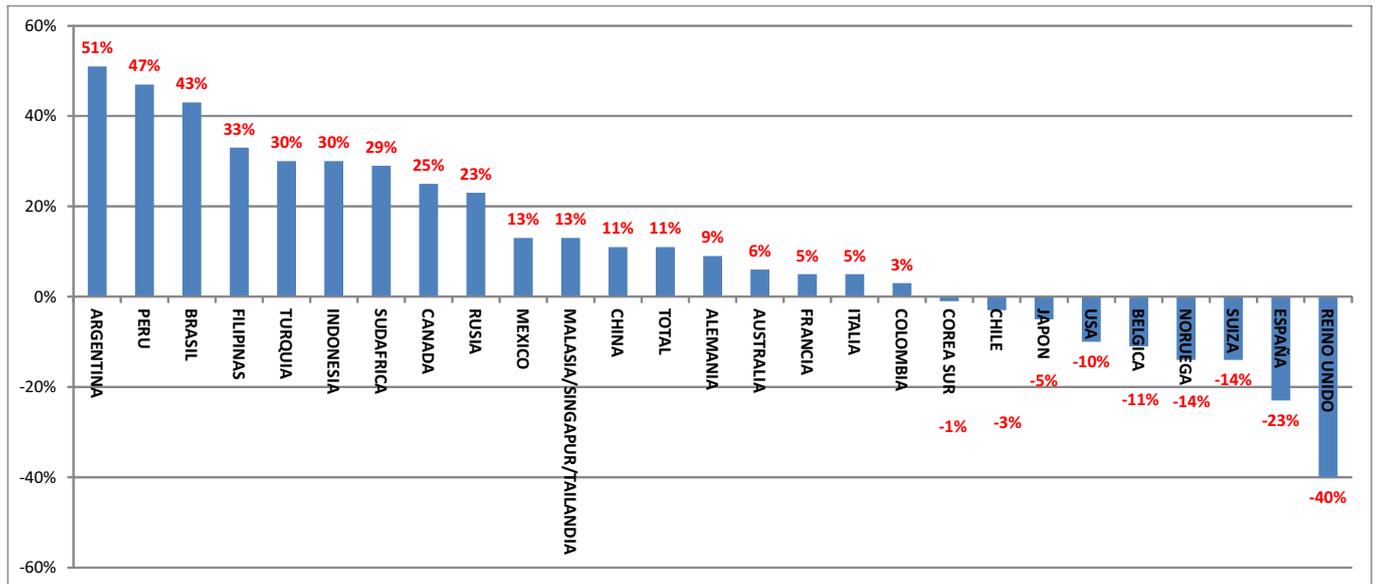
Según una encuesta de **Deloitte**, a más de 7.800 millennials de 29 países, nacidos después de 1982, con un título universitario, que trabajan en empresas privadas con más de 100 empleados, podemos observar:

Que los millenials consideran que las organizaciones están impactando de manera exitosa la creación de riqueza, pero están siendo menos efectivas en mejorar el bienestar de la gente o en proporcionar beneficios a la sociedad. Tienen una visión diferente acerca de cómo deben trabajar los equipos de líderes. La generación más joven está alineada con la prioridad de sus líderes en cuanto a “asegurar el futuro de la organización en el largo plazo.” Sin embargo, más allá de esto, ponen mayor énfasis en el bienestar de los empleados y en el crecimiento y desarrollo. Los rasgos de personalidad de quienes son identificados como verdaderos líderes por parte de la Generación del Milenio incluyen:

- Pensamiento estratégico (39%)
- Ser fuente de inspiración (37%)
- Fuertes habilidades interpersonales (34%)
- Visión (31%)
- Pasión y entusiasmo (30%)
- Toma de decisiones (30%).

Independientemente del género o de la geografía, sólo el 28% de los Millennials sienten que sus actuales empleadores aprovechan al 100% las habilidades que tienen para ofrecer. Esto deja una clara observación sobre la habilidad que tienen las organizaciones para entrenar y desarrollar a la gente joven que no manifestó mucha confianza en sus habilidades al momento de graduarse.

En lo que hace a nuestro país esta encuesta arroja un 51% de mejora en el índice de optimismo de esta generación en la encuesta de 2017 versus la de 2016, la mayor tasa dentro de los países relevados.



La idea de disfrutar del aquí y el ahora presente en los millennials a partir de las crisis locales y mundiales acompañada de una tecnología globalizadora provocaron grandes cambios generacionales y culturales. Esto impactó en el contexto que los rodea: **el consumo y el mundo del trabajo**. En muchos casos vemos un incremento de trabajos freelance. El millennial prefiere un trabajo temporal para tener vacaciones y muchos han dejado de trabajar en una multinacional para crear un negocio propio. Como las empresas sepan aprovechar estos nuevos espacios y las características de esta generación resultará clave en el desarrollo económico de los años siguientes, especialmente en nuestro país.



# La Economía de la Colaboración y el poder de los Datos

Por Luis Elisondo

La forma de producir y consumir bienes y servicios está cambiando. Ya en 2006 Don Tapscott y Anthony D. Williams en el libro “Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything”, establecieron una serie de nuevos conceptos y tendencias respecto del comportamiento en la producción y consumo de bienes y servicios. Entre estos conceptos me interesa resaltar los siguientes:

**Apertura:** El mundo está totalmente interrelacionado. Las empresas interaccionan con sus clientes y proveedores, haciendo que los límites organizacionales y de los procesos se hagan borrosos frente a la existencia de comunicaciones en línea.



<https://sites.google.com/site/>

Lo que hace mucho fue una concepción entre académica y filosófica - los programas de códigos abiertos y el poder compartir y aprovechar el conocimiento y trabajo de otros - es hoy una realidad donde los estándares tecnológicos abiertos permiten compartir e integrar servicios que han transformado el mundo de los negocios.

Lo que antes podía resultar casi impensado como que una empresa permitiera usar de manera gratuita una parte de su código de programación a otra, para que esta última pueda dar un servicio a sus clientes, era algo que posiblemente fuera muy difícil de digerir por parte de muchas firmas y que incluso apuntaban a estándares propietarios para tener “cautivos” a sus clientes. Es así que hoy encontramos un icono de Facebook™ y de otras muchas redes sociales en un sitio web de un periódico, en un sitio web de ventas y en casi todo tipo de servicio digital y que permite que los usuarios de dichos sitios compartan la información a través de dicha red social. Y esto se debe fundamentalmente a que tanto Facebook™ como las empresas que utilizan dicho servicio se ven beneficiadas al compartir el contenido que se genera y quizás lo más llamativo del caso es que no es una acción que la realizan las empresas sino los que son usuarios de las mismas.

**Interacción entre iguales:** La tecnología permite trabajar de manera colaborativa en la elaboración de productos y servicios. Múltiples plataformas de software están diseñadas para poder trabajar de manera colaborativa ya no solo dentro de una misma organización sino, si a si lo desea, entre múltiples organizaciones.

Un ejemplo es el servicio denominado Wikipedia que es el equivalente a una enciclopedia pero construida de manera colaborativa con el aporte de distintas personas. Esta actividad de generar contenidos, expresar deseos, compartir ideas ha dado origen al concepto de “prosumidor” que son aquellas personas que se permiten opinar que tipo de producto y servicio desean, realizan críticas, aportes y valoraciones o puntuaciones que luego son tenidas en cuenta por otros usuarios.

**Compartir:** Cuando se habla de apertura y de interacción entre iguales queda casi tácitamente expresado que nada de esto sería posible sin la voluntad de los actores de compartir el conocimiento. Lo que pone en jaque muchas cuestiones relativas a la propiedad intelectual y lo que ésta acarrea desde el punto de vista económico. Pero como las barreras entre organizaciones, productos y servicios se han vuelto difusas muchas empresas han entendido que el resguardar las ideas muchas veces actúa como un freno a la innovación y prefieren interactuar y colaborar con otras empresas y compartir los resultados.

**Globalización:** Los límites geográficos se han visto sobrepasados por el poder de las comunicaciones. Las plataformas de servicios abarcan a todos los países, incluso aquellos que han puesto limitaciones políticas han visto crecer servicios similares a los del resto del mundo como es el caso del sitio de comercio electrónico Chino denominado Alibaba™ que vende todo tipo de productos ya no solo en China sino en el resto del mundo.

La interacción de estos cuatro conceptos mencionados ha dado origen a nuevas compañías y nuevos servicios y han modificado la forma en que se ven los negocios a tal punto que hoy podemos decir que:

-Una de las empresas más grandes de transporte de personas no tiene ningún vehículo de su propiedad y se llama Uber™

-La empresa que más contenidos genera no es una editorial ni un periódico y se llama Facebook™

-Algunas de las empresas que más productos venden no tienen inventario y se llaman Amazon™ y Alibaba™

-Uno de los principales proveedores de servicios de alojamiento no tiene ninguna propiedad u hotel y se llama Airbnb™.

-Una empresa que empezó distribuyendo contenido y hoy es una de las grandes generadoras de contenidos se llama Netflix y fue creada por 1997 cuando Reed Hasting alquiló una película en una conocida tienda de alquiler de videos y al devolverla después de unos días de la fecha pactada tuvo que pagar un costo adicional.

Pero a los conceptos mencionados anteriormente me gustaría agregar un condimento adicional que es el poder de los datos. Estas empresas saben, en línea, exactamente qué es lo que se

compra, cuándo, desde qué lugar del mundo y si las personas realizan la operación desde su computadora personal o desde cualquiera de sus dispositivos móviles y además si lo hizo utilizando una aplicación móvil o desde cuál browser o navegador realizó la operación.

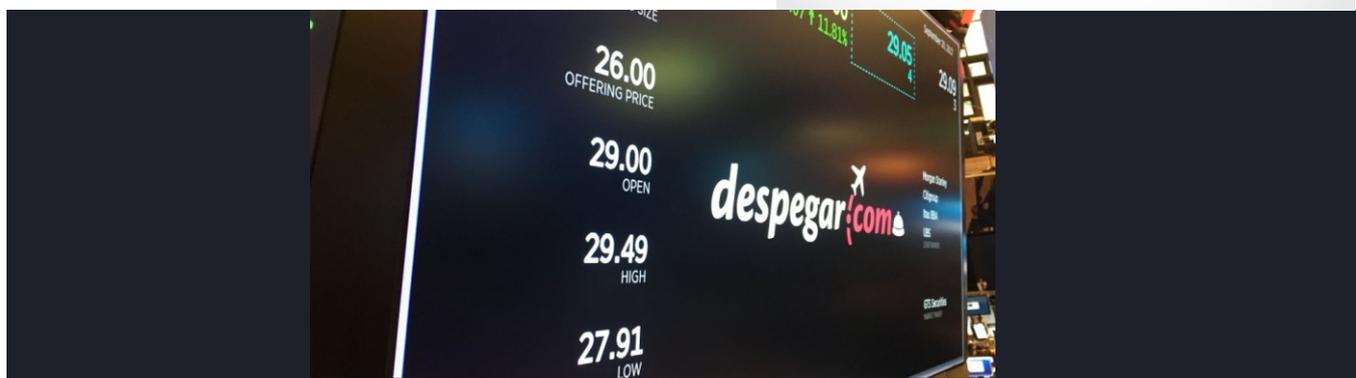
Este poder de los datos le permite a empresas como Uber™ tener tarifas variables en función de la demanda que existe en un momento determinado. Pero también permite a un sitio de comercio vía web indicarle a un consumidor que los que vieron un determinado producto también se interesaron por otros productos que pueden estar o no directamente relacionados y así podemos citar muchos ejemplos más de cómo los datos generan nuevas oportunidades de negocios.

La idea de este artículo es solo disparar la inquietud sobre el poder que tiene la tecnología sobre los distintos modelos de negocio que hoy damos por sentados y que si además le sumamos que la misma tiene la característica de avanzar de manera casi silenciosa e instalarse en la vida de la gente, que sin preguntarse mucho se sirve de la misma si considera que el servicio es realmente útil. Y es en este viejo, pero no por ello menos actual, concepto de utilidad (entendiendo utilidad como la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios en términos económico) en que deben fijarse las empresas para preguntarse: Realmente, ¿cuál es el servicio que estoy prestando? ¿que valor estoy agregando? ¿cómo las tecnologías combinadas con nuevos comportamientos sociales y económicos afectarán mi negocio?



## Usted pregunta, IECON responde

*Lo invitamos a enviarnos su consulta a [instituto\\_economia@econ.unicen.edu.ar](mailto:instituto_economia@econ.unicen.edu.ar) antes del 20 de cada mes para que nuestro equipo pueda darle una respuesta a sus consultas. Respetando su anonimato sólo se incluirá su nombre de pila.*



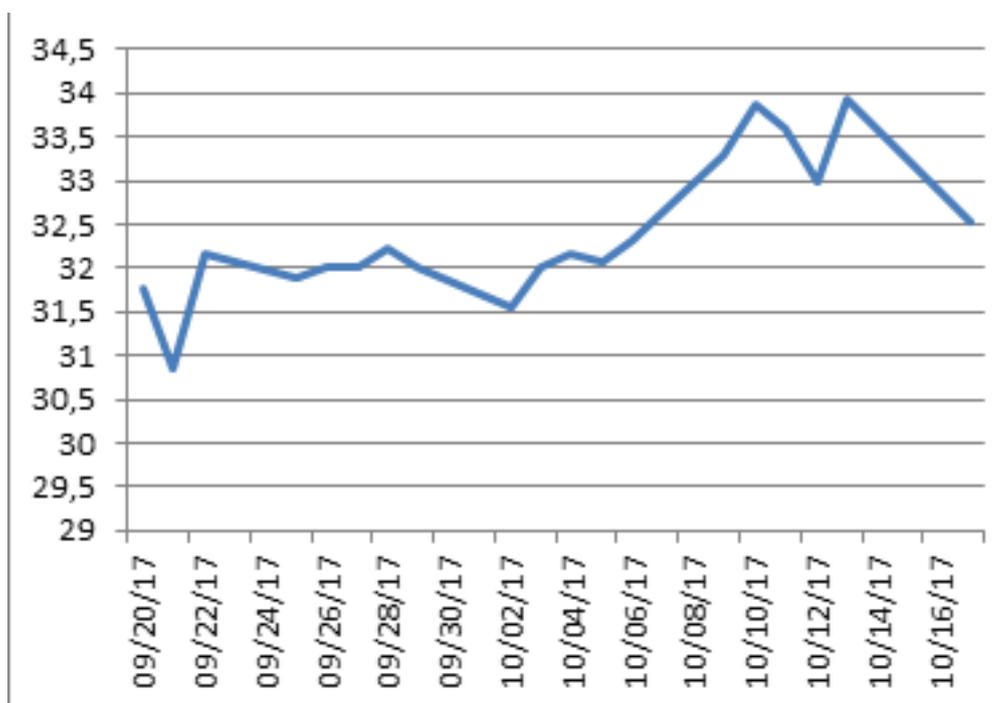
**Mariano: hace unos días Despegar.com hizo su oferta pública de acciones en Nueva York, ¿cómo ven la empresa y el sector?**

**IECON.** Efectivamente, el 20 de septiembre comenzó la operación de acciones de Despegar.com en la bolsa neoyorkina, con un precio de apertura USD 29. Despegar fue fundada en 1999 y hoy es la cuarta agencia de viajes más grande a nivel mundial con más de 2.700 empleados, oficinas en 20 países y facturación proyectada en 4.000 millones de dólares. La gran sorpresa fue que la demanda superó en más de 13 veces a la oferta: se esperaba recaudar unos u\$s174 millones y se obtuvieron alrededor de u\$s300 millones. La demanda inicial fue muy satisfactoria y de hecho por algunas semanas se observó una tendencia de avance/estabilización en la cotización de mercado, testeando días atrás un nivel de USD 33.67 de máximo intradiario. Sin embargo, el 12/10 con ese máximo se ha observado una señal de reversión bajista diaria en análisis técnico, respondiendo las últimas ruedas con recortes de precios en la emisora, accionar que puede dejar de trading mejores precios de especulación para inversores que quieran realizar una apuesta en DESP. Según varios analistas de finanzas la acción tiene ingredientes necesarios para beneficiarse, ya que la región foco de los ingresos de Despegar, (40% de su negocio se concentra en Brasil, otro 25% en Argentina y un 15% en México) se mantiene 10 años detrás de los mercados

desarrollados en lo relativo a Internet, el comercio electrónico y viajes online. Después de varios años de recesión en América Latina, Despegar está creciendo significativamente en medio de condiciones macroeconómicas más estables. Generó ingresos por USD 248,5 millones durante el primer semestre del 2017 y registró reservas brutas por unos USD 2.100 millones en la primera mitad del año. En este sentido, sus números y comparables con otras empresas del sector en cuanto a ratios y capitalización bursátil la dejarían bien posicionada para inversores de corto/mediano plazo que busquen **diversificar en el sector**.

ticker	Compañía	Precio	Capitalización
DESP	Despegar Com Inc	32.55	2.18B
EXPE	Expedia Inc	149.32	22.62B
CTRP	Ctrip.Com Intl. L...	54.45	28.50B
PCLN	Priceline Group Inc	1,935.47	94.93B
TRIP	Tripadvisor Inc	40.45	5.58B
TZOO	Travelzoo	7.97	101.06M

### EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DE DESP

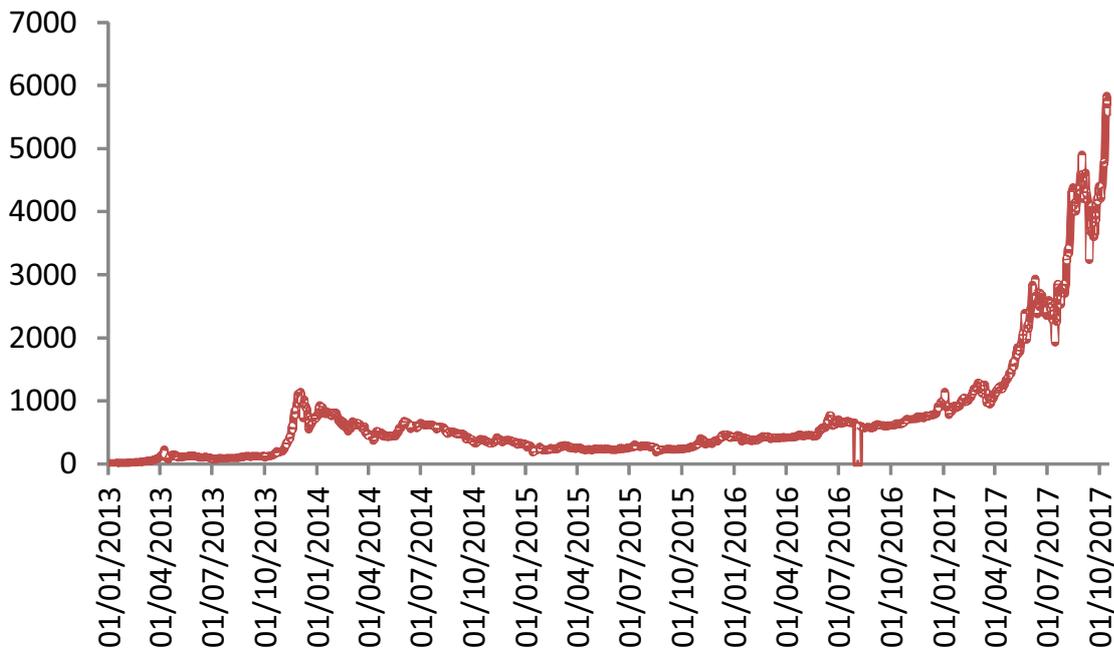




**Julián. Rusia le declaró la guerra a las criptomonedas buscando cerrar los sitios que las ofrecen en el país, pero por otro lado confirma que prepara el lanzamiento de una criptomoneda nacional. ¿Podemos interpretarlo como un síntoma de euforia del valor de estos activos, considerando la tendencia vertical de Bitcoin que trepó cerca de los 6000 dólares?**

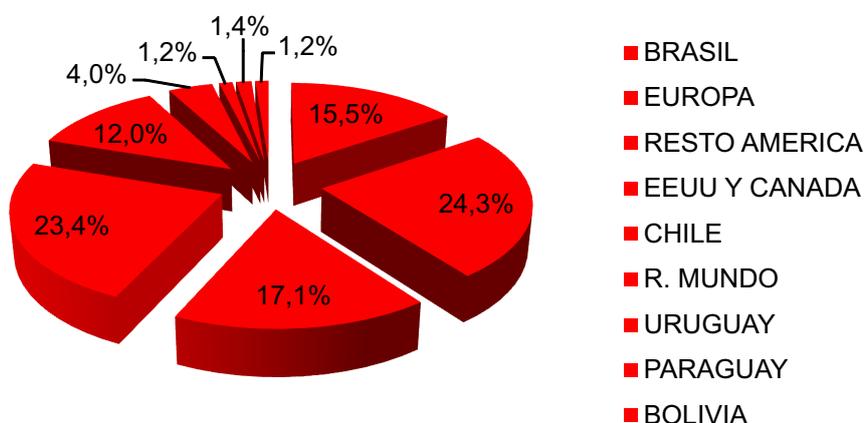
iECON. Ciertamente estas inconsistencias dan una fortaleza adicional al Bitcoin de corto plazo, ya que muchas veces las prohibiciones encuentran una veta para las operaciones de rusos que quisieran adquirir criptomonedas, así como ha pasado con tantos cepos que implican restricciones de cantidad o precio de productos. De hecho más allá de la volatilidad de corto plazo, mientras la cotización del Bitcoin se sostenga sobre 5215/5000 USD es factible que tengamos una continuidad alcista a 6500-6600 o 6800-6875 antes de fin de año siguiendo la línea de tendencia de máximos de este año. Sólo con quiebres de USD 5000-4950 deberíamos pensar en un proceso correctivo más importante del Bitcoin con siguiente sostén entre USD 4000-3800-3700 según el análisis técnico del activo. En este sentido parece que los inversores pueden estar especulando que la bifurcación SegWit2x prevista para noviembre aumentará aún más los precios.

## EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DEL BITCOIN

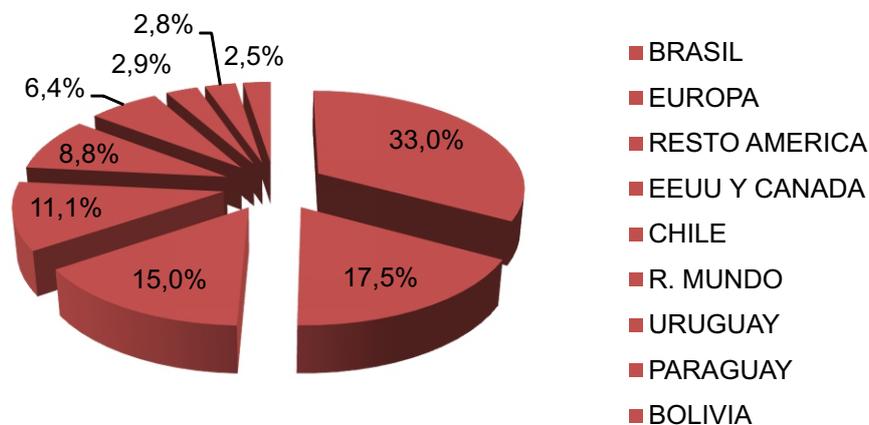


# La Coyuntura en gráficos

## TURISMO EMISIVO POR DESTINO. AGOSTO 2017



## TURISMO RECEPTIVO SEGÚN RESIDENCIA. AGOSTO 2017



**RENDIMIENTO EN % DE BONOS ARGENTINOS EN USS POR PLAZO DE DURATION**

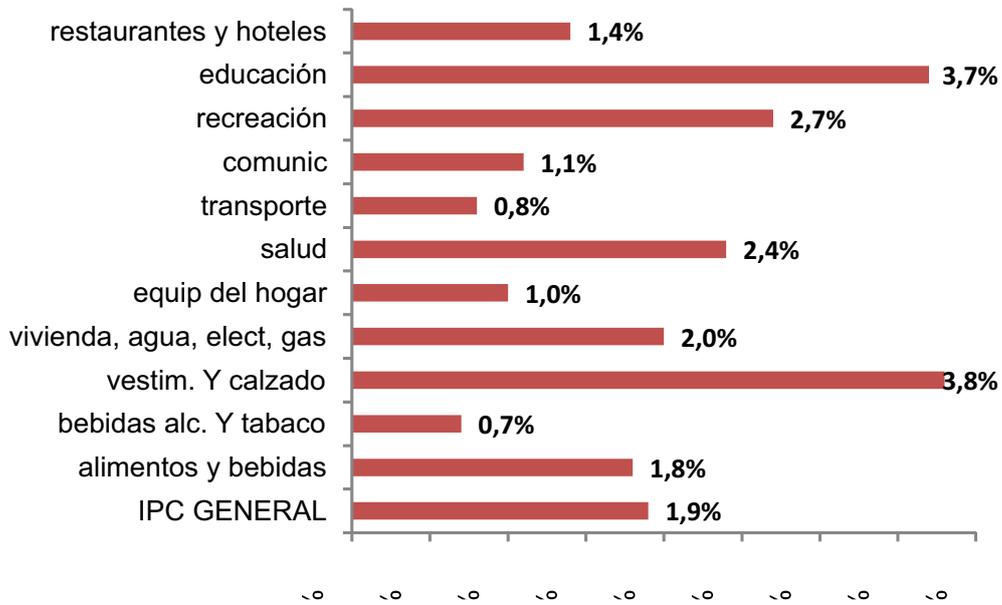
NOMBRE	TICKER	MOD DURATION	RENDIMIENTO
LETES USD 455	LTDG8	0,77	5,20%
BONAR 2022	A2E2	3,75	3,94%
BONAR 2027	A2E7	6,85	5,44%
BONAR 2019 (L. NY.)	AA19	1,45	0,45%
BONAR 2021 (L. NY.)	AA21	3,15	2,71%
BOCAN 2022	AA22	2,68	25,25%
BONAR 2025	AA25	5,42	4,54%
BONAR 2025 EXTERIOR	AA26	5,44	4,26%
BONAR 2026 (L. NY.)	AA26D	6,48	4,91%
BONAR 2037	AA37D	10,43	6,35%
BONAR 2037 EXTERIOR	AA46	10,62	5,92%
BONAR 2046 EXTERIOR (L. NY.)	AC17	12,05	6,71%
BONO ARGENTINA 2117	AC17C	14,2	7,00%
ARGENTINA 2117 C	AC17D	14,04	7,08%
BONAR 2036		9,94	7,56%

**RENDIMIENTO EN % DE BONOS DE LATAM POR PLAZO DE DURATION**

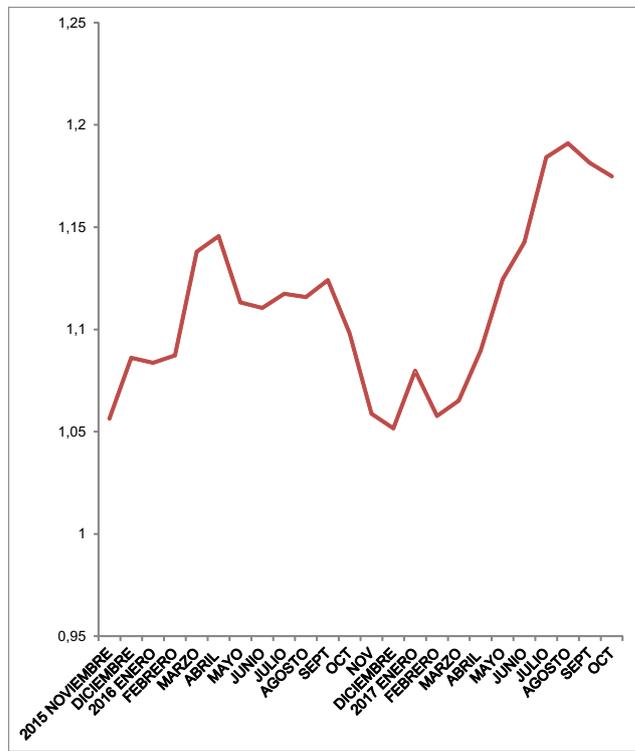
Brazil 6M	<b>7.085</b>
Brazil 9M	7.015
Brazil 1Y	7.105
Brazil 2Y	8.06
Brazil 3Y	8.66
Brazil 5Y	9.46
Brazil 8Y	9.69
Brazil 10Y	9.84
Chile 1M	2.39
Chile 1Y	2.79
Chile 2Y	3.33
Chile 3Y	3.75
Chile 4Y	3.75
Chile 5Y	3.84
Chile 8Y	4.21
Chile 10Y	4.55
Colombia 1Y	5.215
Colombia 4Y	5.57
Colombia 5Y	5.91
Colombia 10Y	6.38
Colombia 15Y	6.547
Peru 5Y	4.315
Peru 9Y	4.925
Peru 15Y	5.515
Peru 20Y	5.875
Peru 30Y	6.165



**INFLACIÓN MENSUAL SEPTIEMBRE - VARIACIONES POR RUBRO IPC NACIONAL**



**EVOLUCION DE LA COTIZACION DEL RATIO EURO DOLAR**



**CUADRO DE VARIABLES FINANCIERAS AL 13 DE OCTUBRE DE 2017**

<b>VARIABLES FINANCIERAS</b>	<b>AL 13/10/2017 VARIACION YTD - 2017</b>	
DÓLAR OFICIAL EN ARGENTINA - VENTA	17,67	<b>9,28%</b>
DÓLAR EN BRASIL (VS.REAL)	3,176	<b>-2,45%</b>
RIESGO PAÍS -EMBI+ ARGENTINA JPMORGAN	345	<b>-24,18%</b>
MERVAL (ARGENTINA)	27140	<b>60,42%</b>
DOW JONES (USA)	22970	<b>15,89%</b>
BOVESPA (BRASIL)	76891	<b>27,67%</b>
SOJA . MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	364,14	<b>-1,22%</b>
MAIZ. MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	137,99	<b>-0,43%</b>
TRIGO. MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	160,39	<b>6,98%</b>
PETROLEO WTI -USD POR BARRIL	51,45	<b>-4,31%</b>
ORO - USD POR ONZA	1299,6	<b>12,89%</b>
TASA BADLAR ENTIDADES PRIVADAS EN \$	21,63%	<b>8,81%</b>
TASA ENCUESTA PLAZO FIJO 30 DÍAS EN \$	19,27%	<b>2,77%</b>