



BIRLING
CAPITAL ADVISORS, LLC

The Spyglass: Cómo el campo de distorsión de la realidad impactó a empresas favorecidas en la pandemia

4 de enero de 2023

por Francisco Rodríguez-Castro
Presidente & CEO

Carvana, Peloton, Zoom, Netflix, Snap, entre otros, en el campo de distorsión de la realidad

El concepto del campo de distorsión de la realidad fue utilizado inicialmente por Guy "Bud" Tribble, vicepresidente de Software de Apple, mientras formaba parte del proyecto Macintosh en 1981, para describir el carisma del cofundador de Apple Steve Jobs y sus efectos e impacto en los desarrolladores que trabajaban en el proyecto. Tribble citó un episodio de la serie de televisión Star Trek, "The Menagerie", en el que se describe cómo los alienígenas crearían un nuevo mundo mediante la fuerza mental.

Cuando la pandemia comenzó el 11 de marzo de 2020, todos los consumidores se vieron obligados a adoptar nuevas formas de comer, hacer ejercicio, entretenerse, estudiar, trabajar, comunicarse y llevar la vida lo mejor que pudieron en tan terribles circunstancias. Aunque convenientes para muchos, estos cambios forzados de hábitos propusieron modificaciones completas en la vida cotidiana de la mayoría de la gente. Por ejemplo, el trabajo a distancia y el uso de Teams, Meet, Webex, Zoom y un sinnúmero de otras plataformas de reunión han pasado factura a la mayoría de nosotros.

Ninguno de nosotros podría haber imaginado los drásticos cambios que tendríamos que aceptar para continuar con nuestra vida cotidiana mientras creábamos nuevas rutinas. Es un hecho que la mente humana tarda 166 días en convertir una tarea en un hábito, y llevamos ya 1,022 días viviendo con cierto nivel de COVID-19; es seguro decir que muchos de los cambios impuestos no podrían convertirse en hábitos duraderos.

Los consumidores han estado en un estado de variabilidad mucho antes del inicio de la pandemia. El afán de empoderamiento del consumidor ha sido bastante evidente en comportamientos y demandas aparentemente aleatorios, ya que buscaban la hiperadopción y el hiperabandono de las tecnologías emergentes a medida que la mayoría adoptaba un consumo basado en valores. Los consumidores basados en valores toman decisiones que van más allá de la marca, la funcionalidad o el precio a la hora de decidir qué comprar o usar.

Algunas de las tendencias que se han generalizado son:

- Se ha extendido el uso de entrega de comida a domicilio.
- La compra de comestibles en línea se ha convertido y continuará sirviendo a una audiencia tan grande como el 50% de todos los consumidores.
- Las comunicaciones con Facetime o Zoom siguen formando parte de nuestras vidas.
- Los viajes de trabajo siguen siendo una parte menor de los hábitos laborales.

Una vez expuestos los hechos, evaluamos ahora siete empresas que lo hicieron increíblemente bien durante la pandemia e informamos de sus resultados actuales y de su situación como inversión. Repasamos las siete empresas desde su precio más alto hasta el cierre el 28 de diciembre de 2022.

Como se afectaron las acciones favorecidas en la pandemia al levantar restricciones incluye a Peloton, Snap, Robinhood, Zoom, Door Dash, Netflix & Carvana



1. **Carvana (CVNA):** es una plataforma de comercio electrónico para la compra y venta de vehículos usados. Cuando se produjo la pandemia, las acciones de Carvana subieron de \$49.53 el 17 de marzo de 2020 a \$370.10 el 11 de agosto de 2021. Las acciones cerraron el 28 de diciembre de 2022 en \$3.83, una caída de 98.97%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor es ahora de \$103.00, una pérdida neta de \$9,897.
2. **Peloton Interactive (PTON):** opera una plataforma interactiva de ejercicios en bicicleta. Cuando llegó la pandemia, las acciones de Peloton pasaron de \$19.72 dólares el 13 de marzo de 2020 a \$167.42 dólares el 21 de enero de 2021. Las acciones cerraron en \$7.88 dólares, una caída del 95.29%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor es ahora de \$471.00 dólares o una pérdida neta de \$9,529.

3. **Snap, Inc. (SNAP):** una de las aplicaciones de redes sociales más populares, con aproximadamente 158 millones de usuarios activos diarios. Cuando llegó la pandemia, las acciones de Snap subieron de \$8.91 dólares el 17 de marzo de 2020 a \$83.11 dólares el 24 de septiembre de 2021. La acción cerró el 28 de diciembre de 2022 en \$8,55 dólares, una caída de 89.71%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor es ahora de \$1,029,00 dólares o una pérdida neta de \$8,971.
4. **Robinhood Markets, Inc. (HOOD):** es una plataforma moderna de servicios financieros y ofrece servicios a través de una única plataforma en la nube basada en aplicaciones y respaldada por tecnología propia. Cuando la pandemia golpeó, Robinhood todavía era una empresa privada; sin embargo, salió a bolsa durante las últimas etapas de la pandemia el 29 de julio de 2021, convirtiéndose en una figura central de la saga de acciones meme. Las acciones subieron de \$35.15 dólares a \$70.39 dólares el 4 de agosto de 2021. Las acciones cerraron el 28 de diciembre de 2022 en \$7.70 dólares, una caída de 89.06%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor es ahora de \$1,094.00 dólares o una pérdida neta de \$8,906.
5. **Zoom Video Communications (ZM):** es una plataforma de comunicaciones que conecta a las personas a través del vídeo, la voz y el intercambio de contenidos con una plataforma nativa en la nube que permite el vídeo cara a cara y conecta a los usuarios a través de varios dispositivos y ubicaciones en una sola reunión. Cuando se produjo la pandemia, Zoom se convirtió en la principal herramienta de comunicación para la mayoría de las empresas. Las acciones subieron de \$111.10 dólares el 17 de marzo de 2020 a \$568.34 dólares el 19 de octubre de 2021. Las acciones cerraron el 28 de diciembre de 2022 en \$65.35 dólares, una caída de 88.50%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor ahora es de \$1,150.00 dólares o una pérdida neta de \$8,850.
6. **DoorDash Inc (DASH):** Los consumidores usan su aplicación para pedir comida a la carta, para recoger o entregar en comercios, principalmente en EE. UU. DoorDash, figura central durante la pandemia, salió a Bolsa el 9 de diciembre de 2020, cerrando en \$189.51 dólares; subió a \$245.97 dólares el 12 de noviembre de 2021. La acción cerró el 28 de diciembre de 2022 en \$48.10 dólares, una caída de 80.95%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor es ahora \$1,905.00 dólares o una pérdida neta de \$6,095.
7. **Nefflix, Inc. (NFLX):** es un servicio de streaming de vídeo a la carta que ya está disponible en casi todos los países del mundo y que utiliza un modelo de suscripción. Cuando llegó la pandemia, las acciones de Netflix pasaron de \$319.75 dólares el 17 de marzo de 2020 a \$658.79 dólares el 24 de noviembre de 2021. Las acciones cerraron el 28 de diciembre de 2022 en \$276.88 dólares, una caída de 59.97%. Si cualquier inversionista hubiera comprado \$10,000 dólares de sus acciones al precio más alto, su valor es ahora \$4,997.00 dólares o una pérdida neta de \$5,003.

Es evidente que forzar nuevos hábitos en los seres humanos puede ser un esfuerzo bastante cuesta arriba, y estas empresas, durante un tiempo, fueron capaces hacerlos y su valor subió enormemente en los mercados, pero tan pronto los humanos pudieron volver a sus hábitos su impulso se afectó.

Como se puede ver, aventurarse en el Campo de Distorsión de la Realidad es complicado y llenos de enormes retos. Una vez que las restricciones de la pandemia se eliminaron entro hubo más competencia y los humanos pudieron recuperar sus hábitos; estas empresas sufrieron, y otros problemas afectaron a otras.