

Ants in your pants. China's digital-payments giant keeps bank chiefs up at night. Ant Financial, with 500m customers at home, plans to expand

Enviado por Josue García Veiga en Mié, 11/01/2017 - 19:02

Cita:

The Economist [2017], "Ants in your pants. China's digital-payments giant keeps bank chiefs up at night. Ant Financial, with 500m customers at home, plans to expand", *The Economist*, London, 19 de agosto, <https://www.economist.com/news/business/21726713-ant-financial-500m-cust...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Agosto 19, 2017

Revista descriptores:

Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual

Estudios de caso: actividades - empresas [3]

Formas de la competencia entre grandes empresas [4]

Tema:

China en la vanguardia tecnológica financiera

Idea principal:

En Estados Unidos la mayor parte de las transacciones comerciales cotidianas se mantiene todavía en la firma de documentos físicos; su contraparte, los números PIN son considerados inseguros (*Dato Crucial 1*). En cambio, las empresas asiáticas han dado un paso adelante en la tecnología financiera. Ant Financial, es una empresa de pagos afiliada con Alibaba, una de los gigantes en la industria del Internet en China (la otra es Tencent, cuya aplicación de mensajería WeChat apoya también los pagos). Actualmente Ant domina el mercado en línea chino más grande del mundo siendo la empresa de "fintech" más valiosa en el mundo (*Dato Crucial 2 y 4*). Ahora tiene planes ambiciosos de expandirse al exterior (*Dato Crucial 3*).

El liderazgo de la empresa china va más allá de sus grandes dimensiones: puede acceder directamente a las cuentas bancarias de sus usuarios eliminando las intermediaciones que requieren las firmas de pago electrónicas occidentales (PayPal y Apple Pay). Entre sus múltiples servicios la firma ofrece comprar diversos artículos, pagar facturas de servicios públicos, invertir en fondos mutuos y hasta otorgar créditos (*Dato Crucial 5*). En general la empresa ha logrado incrementar sus ganancias (*Dato Crucial 6*).

Entre las estrategias para hacer de Ant una empresa global se señalan dos grandes oportunidades:

i) La "aceptación de comerciantes", habilitando máquinas para pagar por bienes en tiendas y

hoteles como lo es Alipay (*Dato Crucial 7*), el objetivo final es construir una enorme red en línea de consumidores y comerciantes en otros países, replicando el modelo de Ant en China, lo cual requiere mucho tiempo y en algunos países pobres, pocas son las personas que tienen cuentas en el banco que puedan ser vinculadas al celular.

ii) La segunda opción es una expansión mediante subsidiarias locales o filiales. La empresa ha logrado extenderse de la mano con Alibaba, adquiriendo a sus rivales en mercados extranjeros (*Dato Crucial 8*).

De acuerdo con *The Economist* la empresa china enfrenta tres obstáculos en su desempeño:

1. El incremento de la competencia está disminuyendo los márgenes (*Dato Crucial 9 y 10*).
2. Sus vínculos con Alibaba podrían terminar mal. Jack Ma (dueño de Alibaba y Ant) controla la mayoría de los votos de la empresa. Fondos estatales y entidades colectivas poseen alrededor del 15%. Por su parte Alibaba no tiene acciones de Ant, pero tiene derecho al 37.5% de sus ganancias. Ambas comparten negocios, proyectos y ejecutivos, lo que plantea posibles conflictos por intereses divergentes.
3. Los gobiernos extranjeros prefieren mantener a las empresas chinas lejos de sus sistemas financieros (*Dato Crucial 11*).

Para la revista inglesa, Ant Financial ha evolucionado de una manera peculiar (al sistema financiero chino), por ahora su tarea debe enfocarse en convencer a otros países de que es una empresa segura, transparente y libre de la interferencia del gobierno, si no se apura en esto puede ser alcanzada por la competencia de los gigantes de Silicon Valley.

Datos cruciales:

1. En Estados Unidos sólo 2% de las transacciones de tarjetas de crédito y débito en los Estados Unidos están autenticados con números PIN, 19 millones de cheques se escriben en el país cada año.
2. Ant Financial tiene un valor 60 mil millones de dólares, tiene 520 millones de clientes en China y sus filiales en el extranjero cuentan 112 millones, principalmente en Asia.
3. Ant Financial tiene intenciones de adquirir MoneyGram, una empresa de transferencia de dinero con sede en Texas, que cuenta con operaciones en más de 200 países.
4. El mercado chino de pagos por internet es el más grande del mundo, con transacciones de 11 billones de dólares el año pasado (Goldman Sachs) de lo cual Ant controla el 51% de eso.
5. Yu'e Bao es un fondo en el mercado monetario administrado por Ant Financial con un valor de 166 mil millones de activos. Su balance de préstamos a pequeñas empresas es relativamente modesto con un valor de 5 mil millones de dólares en 2016.
6. En 2016, las ganancias de Ant Financial alcanzaron los 820 millones de dólares, un incremento de 14% respecto 2014.

7. Actualmente los turistas chinos en el extranjero (sumaron 120 millones en 2016) utilizan frecuentemente UnionPay, un proveedor de tarjetas. Por su parte Ant está desarrollando Alipay para que la gente pueda pagar tanto en Dubai como en Disneyland.

8. Ant Financial posee la mitad de Paytm, una firma de pagos digitales importante en India. La empresa china también ha comprado participaciones de empresas fintech en Tailandia, Singapur, Indonesia, Filipinas y Corea del Sur.

9. WeChat (competencia directa en China) ha ayudado a aumentar la participación de mercado de Tencent en pagos digitales de 15% en 2014 a 33% en 2016.

10. En el exterior varias empresas de comercio en línea están agilizando los pagos en sus aplicaciones para atraer y mantener clientes. Por ejemplo: DBS, un prestamista regional del sudeste asiático, es un líder en banca digital; también esta Apple Pay en Estados Unidos aceptada en más de 4.5 millones de locaciones y puede incrementar su popularidad.

11. El panel de revisión de seguridad nacional de Estados Unidos, conocido como CFIUS, está analizando la negociación de Ant con MoneyGram. De acuerdo con la revista, desde el punto de vista económico, Estados Unidos debería dar la bienvenida a Ant, para que pueda perturbar la industria de las tarjetas de crédito. Visa y MasterCard extraen más de 0.10 centavos de ingreso neto por cada dólar de pago. Ant Financial toma menos de 0.03 centavos de ingreso por dólar.

Nexo con el tema que estudiamos:

Como parte de la diversificación y densificación del capitalismo chino, se están creando innovaciones que no podrían tener lugar en países con menos población. El mercado interno chino ha propulsado a los gigantes tecnológicos y en particular a las empresas fintech hasta la cima de la competencia mundial. Actualmente buscan consolidar posiciones en los mercados extranjeros a partir de la instalación de filiales y la compra de rivales o firmas que realizan tareas complementarias. Aunque *The Economist* destaca los menores márgenes de ganancia de las empresas chinas, habrá que ver cómo evoluciona ese indicador una vez que consigan desplazar a los competidores: monopolio y competencia son dos caras de la acumulación de capital.

Source URL (modified on 9 Noviembre 2017 - 2:14pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1524>

Links

[1] <https://www.economist.com/news/business/21726713-ant-financial-500m-customers-home-plans-expand-chinas-digital-payments-giant-keeps>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>