

Escape velocipede. China's bicycle-sharing giants are still trying to make money. One answer would be for Ofo and Mobike to merge

Enviado por cristobalrn en Mar, 12/19/2017 - 17:58

Cita:

The Economist [2017], "Escape velocipede. China's bicycle-sharing giants are still trying to make money. One answer would be for Ofo and Mobike to merge", *The Economist*, London, 25 de noviembre, <https://www.economist.com/news/business/21731675-one-answer-would-be-ofo...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Noviembre 25, 2017

Revista descriptores:

Estudios de caso: actividades - empresas [2]

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

Tema:

La competencia en el mercado de las bicicletas compartidas en China

Idea principal:

Las calles de las urbes de China están siendo inundadas por bicicletas que están conectadas a internet, que son rastreables y que generan información al andar. "Son unos y ceros en forma de aluminio". Estas bicicletas pertenecen a Ofo y Mobike, dos *startups* chinas que son plataformas para el uso de bicicletas compartidas.

En conjunto, estas empresas han recaudado 2.2 mil millones de dólares y están valuadas en 4 mil millones de dólares. Ofo tiene 7 millones de bicicletas en las que se realizan aproximadamente 30 millones de viajes diarios; Mobike es propietaria de 10 millones de velocípedos en los que se llevan a cabo unos 35 millones de viajes por día. A inicios de 2016, ninguna de las dos empresas tenía bicicletas en las calles; actualmente ambas empresas tienen presencia en más de cien ciudades chinas y se están expandiendo hacia el exterior, desde Londres hasta Singapur.

La mayor parte de los sistemas urbanos de bicicletas compartidas dependen de dársenas o estacionamientos fijos donde las bicicletas deben ser colocadas. Lo que diferencia a Ofo y Mobike de los servicios tradicionales de bicicletas compartidas es que son pioneras en las bicicletas sin estacionamientos. Las bicicletas son aseguradas con un candado inteligente que puede ser liberado mediante una aplicación telefónica. Además, son más baratas que los programas públicos de bicicletas. En Londres, por ejemplo, el precio del servicio público de bicicletas es de 2 libras esterlinas (2.66 dólares); con Ofo, después de un depósito inicial, el precio

por utilizar la bicicleta compartida es de 50 peniques por cada media hora de uso. En China, el precio por usar las bicicletas es de entre medio y un yuan (entre 0.08 y 0.15 dólares) por 30 minutos.

Aunque el hecho de no contar con infraestructura física les permite ahorrar y reducir sus costos, la principal razón por la cual pueden soportar tarifas tan bajas es que han tenido abundante financiamiento (en junio de este año Tencent financió con 600 millones de dólares a Mobike; en julio, Alibaba inyectó 700 millones de dólares de financiamiento a Ofo). Algunas empresas más pequeñas han fracasado en la “guerra de las bicicletas compartidas” porque sus inversiones y su flotilla de bicicletas no son suficientemente grandes para competir con los líderes del mercado.

Actualmente ni Ofo ni Mobike son rentables, aunque continúan expandiéndose. Entre el tercer trimestre de 2016 y el segundo trimestre de 2017 el mercado de bicicletas compartidas en China creció de 33 millones a 3.9 mil millones de yuanes. Tanto los fundadores de Ofo como los de Mobike confían que el mercado para su servicio seguirá creciendo y que en China puede haber 300 millones de viajes diarios en bicicletas compartidas, respecto de los 50-60 millones que hay actualmente. También consideran que sólo con las tarifas por uso de sus bicicletas su negocio sería rentable si dejaran de invertir en su expansión en China y en el exterior.

Los analistas piensan que la fuente real de las ganancias para estas empresas puede encontrarse en otras fuentes. Una de ellas podría ser prestar el dinero que tienen por concepto de depósitos de sus usuarios, que asciende a cientos de millones de yuanes. Por ahora ese dinero se mantiene inutilizado, pues las leyes chinas son poco claras sobre cómo podrían usarlo las empresas. Otra opción podría ser poner publicidad entre las llantas de las bicicletas. Una posibilidad más es establecer convenios con otras empresas para ofrecer cupones digitales para compras o para que los usuarios lleven paquetes a cambio de descuentos o pequeños pagos.

La principal fuente de valor, sin embargo, puede venir de los datos, especialmente si se usan en conjunto con Alibaba y Tencent. De hecho, “las empresas de bicicletas compartidas ya se están convirtiendo en parte de sus modelos de negocios estratégicos”. Las empresas de bicicletas podrían generar más información y compartirla con los gigantes del internet. Como sostiene el principal inversionista de Ofo: Alibaba “ya sabe cuánto gastan los usuarios, en dónde gastan y en qué gastan. Pero con nosotros ellos tienen una idea más sólida de la actividad total de las personas”.

En las últimas semanas, se han intensificado los rumores sobre una posible fusión entre Ofo y Mobike. Algunos inversionistas se quejan sobre que obtener ganancias “es terriblemente difícil con tanta competencia”. No obstante, ninguna de las dos empresas está dispuesta a reconocerlo públicamente y, por el contrario, se dedican a minimizar el problema y a descartar la posibilidad de una fusión.

Datos cruciales:

En conjunto, Ofo y Mobike han recaudado 2.2 mil millones de dólares y están valuadas en 4 mil millones de dólares.

Ofo tiene 7 millones de bicicletas en las que se realizan aproximadamente 30 millones de viajes

diarios.

Mobike es propietaria de 10 millones de velocípedos en los que se llevan a cabo unos 35 millones de viajes por día.

En junio de este año Tencent financió con 600 millones de dólares a Mobike; en julio, Alibaba inyectó 700 millones de dólares de financiamiento a Ofo.

Entre el tercer trimestre de 2016 y el segundo trimestre de 2017 el mercado de bicicletas compartidas en China creció de 33 millones de yuanes a 3.9 mil millones de yuanes.

Nexo con el tema que estudiamos:

Comercio y transporte ofrecen márgenes para dinamizar el capitalismo decadente. Las tecnologías de la información con sus crecientes y enormes capacidades de procesamiento y almacenamiento de información y de generar conocimiento, permiten reducir la porosidad de los procesos de distribución y realización de las mercancías, así como el desplazamiento de personas: además de las ganancias que producen para las empresas involucradas, estas mejoras aumentan la productividad social.

La trayectoria seguida por el mercado de las bicicletas compartidas en China puede ser sintomática de lo que sucede con muchos subsectores relacionados con internet (lo que se ha llamado “el internet de las cosas”): la euforia de las inversiones para ofrecer un servicio cuya demanda necesita de grandes inversiones para aumentar los bajos márgenes de ganancia, lo que determina que la única forma de obtener rentabilidad es mediante las fusiones empresariales. La rápida saturación de los mercados obliga a las empresas a la concentración para poder obtener ganancias. También es importante señalar que estas *startups* están siendo adquiridas por los gigantes chinos del internet, como Alibaba y Tencent, corporaciones que tienden al gigantismo.

Source URL (modified on 22 Diciembre 2017 - 8:10pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1576>

Links

[1] <https://www.economist.com/news/business/21731675-one-answer-would-be-ofo-and-mobike-merge-chinas-bicycle-sharing-giants-are-still-trying>

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

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

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>