

## **2018 will be the year that big, incumbent companies take on big tech. Conventional firms have at last got their technology act together**

Enviado por cristobalrn en Vie, 02/09/2018 - 17:06

### **Cita:**

The Economist [2018], "2018 will be the year that big, incumbent companies take on big tech. Conventional firms have at last got their technology act together", *The Economist*, London, 6 de enero, <https://www.economist.com/news/business-and-finance/21733460-conventiona...> [1]

### **Fuente:**

The Economist

### **Fecha de publicación:**

Sábado, Enero 6, 2018

### **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]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [5]

### **Tema:**

Las estrategias de innovación digital de las grandes empresas no tecnológicas

### **Idea principal:**

Según Ginni Rometty, la directora ejecutiva de IBM, la revolución digital tiene dos fases. En la primera, las empresas innovadoras producen las nuevas tecnologías, crean nuevos mercados y destruyen a las empresas débiles. Así han sido las cosas hasta ahora. Desde 2014, las empresas tecnológicas han recibido 42% del aumento en el valor del mercado bursátil estadounidense, y se espera que este porcentaje se eleve conforme crezca su participación en las ganancias corporativas. La segunda fase favorece a las grandes empresas establecidas [incumbents] y está comenzando, según cree Rometty. En efecto, en muchos casos las empresas establecidas de numerosas industrias están finalmente introduciendo nuevas tecnologías.

Las empresas tecnológicas han llegado a destruir a algunas compañías medianas en áreas como las tiendas departamentales. Frente a estas amenazas, las grandes empresas establecidas invocan la necesidad de adaptarse, aumentar su eficiencia e innovar para crear nuevos productos digitales. De entre las 20 empresas no tecnológicas más valiosas en Estados Unidos, 14 cuentan actualmente con una dimensión digital en sus estrategias. Algunas de estas están combinando iniciativas de comercio electrónico, big data e inteligencia artificial. Otras empresas, como General Motors y Walmart, están haciendo grandes apuestas en innovación tecnológica que involucran miles de millones de dólares. Los inversionistas están viendo estas

iniciativas como esenciales para el progreso de estas empresas.

Otra respuesta por parte de las grandes empresas tradicionales frente a las amenazas del Silicon Valley ha sido emprender fusiones y adquisiciones. Por ejemplo, recientemente Walt Disney anunció que compraría una participación mayoritaria en 21st Century Fox para hacer frente a los servicios de video proporcionados por Netflix y Amazon. De igual forma, se anunció que a partir de 2019 Disney dejará de distribuir sus películas en Netflix y lanzará su propio servicio de *streaming*. Ejemplos como este se replican en numerosas industrias.

Una gran ventaja de las empresas establecidas sobre las nuevas empresas tecnológicas es que disponen de “80% de la información comercial del mundo”. La mayor parte de las series históricas de información comercial en el mundo, desde la innovación aeronáutica hasta las cadenas de valor en la industria textil, está en manos de las grandes empresas establecidas y se ubica más allá del alcance de Amazon y Facebook. Los gigantes establecidos tienen también a su favor barreras a la entrada como marcas fuertes y consolidadas y experiencia en el cabildeo. A esto hay que añadir que “las empresas establecidas tienen vastos recursos: entre las empresas del S&P 500, su flujo de efectivo total es cuatro veces mayor al de las empresas tecnológicas y 18 veces superior a las inversiones que hacen los capitalistas emprendedores [venture capitalists] cada año”.

La respuesta habitual por parte de las empresas establecidas es una combinación de adquisiciones de nuevos emprendimientos tecnológicos e inversión en investigación propia para desarrollar nuevas tecnologías. Es el caso de empresas como General Motors, Walmart y numerosos bancos y prestadores de servicios financieros en todo el mundo. Otras empresas, las menos, están optando por hacer grandes compras. “La creencia popular dice que las empresas establecidas son tímidas sobre el cambio tecnológico, que tienen miedo a canibalizar sus ganancias y que están atrapadas en una mentalidad poco imaginativa”. En la historia existen, no obstante, ejemplos de empresas que fracasaron por ser reticentes al cambio y de otras que quebraron por adquirir nuevos emprendimientos novedosos pero excéntricos.

A pesar que las empresas establecidas están volcándose hacia las innovaciones tecnológicas, ninguna está haciendo apuestas extravagantes. *The Economist* toma una muestra de ocho empresas establecidas y concluye que sus iniciativas digitales representan en promedio 14% del tamaño de la empresa, tomando en consideración una serie de indicadores, que incluyen ventas, inversión y su valor de mercado. En el caso de Walmart, por ejemplo, su iniciativa de comercio electrónico sólo consume una quinta parte de la inversión anual de la empresa.

Las iniciativas digitales de las empresas convencionales serán cada vez mayores conforme los directivos perciban que esos proyectos son rentables y elevan el valor de las acciones. “Para las grandes empresas establecidas, en 2018 la estrategia digital dejará de tratarse de experimentos para estar a la moda y comenzará a ser un asunto de vida o muerte”.

### **Datos cruciales:**

Las empresas tecnológicas han captado 42% del aumento en el valor del mercado bursátil estadounidense desde 2014.

Entre las empresas que conforman el S&P 500, el flujo de efectivo total de las empresas

establecidas es cuatro veces mayor al de las empresas tecnológicas y 18 veces superior a las inversiones que hacen los capitalistas emprendedores [venture capitalists] cada año.

Tomando una muestra de ocho empresas establecidas, *The Economist* concluye que sus iniciativas digitales representan en promedio el 14% del tamaño de la empresa, tomando en consideración una serie de indicadores, que incluyen ventas, inversión y su valor de mercado.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

El artículo plantea un tema esencial para analizar el capitalismo contemporáneo: si las empresas establecidas logran implantar nuevas tecnologías, deberían, de acuerdo con el argumento liberal, lograr incrementos en la productividad, menores precios y aumento de las ganancias. Sin embargo, es preciso reflexionar qué resultados dará esa eventual difusión de las tecnologías de vanguardia, en un marco de competencia oligopólica: las ganancias de productividad pueden quedar en manos de las empresas, servir como arma para eliminar competidores y eventualmente fijar precios relativamente altos. Por otra parte, el argumento liberal no toma en cuenta el elemento esencial para la realización de las ganancias de productividad: la demanda efectiva. Con mercados estancados e ingresos a la baja, la amplitud de la expansión será muy limitada. En suma, la implantación del progreso técnico no se da en el vacío y está mediado por el contexto social en que opera.

---

**Source URL (modified on 18 Febrero 2018 - 9:23am):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1617>

### **Links**

- [1] <https://www.economist.com/news/business-and-finance/21733460-conventional-firms-have-last-got-their-technology-act-together-2018-will-be-year>
- [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>
- [5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>