

Into the danger zone. American tech giants are making life tough for startups. Big, rich and paranoid, they have reams of data to help them spot and buy young firms that might challenge them

Enviado por Ahmed Gonzaga en Jue, 06/21/2018 - 13:48

Cita:

The Economist [2018], "Into the danger zone. American tech giants are making life tough for startups. Big, rich and paranoid, they have reams of data to help them spot and buy young firms that might challenge them", *The Economist*, London, 2 de junio, <https://www.economist.com/business/2018/06/02/american-tech-giants-are-m...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Junio 2, 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:

La guerra comercial en la era digital

Idea principal:

¿Qué son los startups? En la era digital, este concepto está asociado a los negocios y es percibido como una medida de tiempo que intenta definir la fase temprana de cualquier empresa que pretende iniciar un proyecto a gran escala con recursos tecnológicos eficaces*.

No obstante, la incorporación de los startups en el mercado digital se ha convertido en un inconveniente para las grandes corporaciones (Facebook, Google y Amazon) pues consideran son un riesgo que puede atentar con el carácter monopolista de dichas empresas. En efecto, una vez que un startups ingresa al mercado es difícil que sobreviva, pues las corporaciones crearon un espacio denominado "Kill-Zone", un lugar donde las empresas tecnológicas intentan igualar los servicios y en dado caso adquirir el startup que intenta competir en el mercado.

Un ejemplo de esta situación fue en 2013 cuando la empresa de cámaras Snap rechazó los intentos de Facebook para adquirir la empresa. En consecuencia, Facebook clonó varios de sus productos y características exitosas con el objetivo de impedir el desarrollo de Snap. Esta situación ha provocado que varios inversionistas no inyecten capital en las startups, pues consideran que a largo plazo, dichas empresas sean adquiridas por una de las grandes corporaciones tecnológicas. Incluso, si el startups no es adquirido, las grandes corporaciones

inician una campaña de sabotaje dirigida a los servicios y productos de los startups. Esta situación ratifica que el mercado digital se ha convertido en una “Kill-Zone”, debido al carácter hostil de las grandes corporaciones que intentan intimidar a cualquier empresa que represente una amenaza al monopolio.

No obstante, existen una empresas denominadas “Unicornio” (Airbnb, Uber, Slack), son aquellas compañías que consiguen un valor superior a los 1 000 millones de dólares en su etapa inicial. A pesar de que son escasas este tipo de empresas han logrado materializar sus objetivos y supervivencia en el mercado digital. A pesar de esto, existen casos particulares de startups que han sido absorbidas por las grandes corporaciones y han demostrado un eficiente funcionamiento y evolución tecnológica. La adquisición de Instagram por parte de Facebook eliminó a un posible competidor y ha prosperado bajo la influencia del gigante de las redes sociales al adoptar la infraestructura técnica, el personal y los conocimientos técnicos que tenía Facebook.

Es importante señalar que, *The Economist* considera que existen tres razones para pensar que es factible que la “kill-zone” perdure:

- 1) *Recursos tecnológicos* Las grandes compañías tienen enormes cantidades de datos y herramientas necesarias para identificar a los rivales emergentes más rápido que nunca. En este caso, Google reúne señales sobre cómo los usuarios de Internet están gastando tiempo y dinero a través de su navegador Chrome, servicio de correo electrónico, sistema operativo Android, tienda de aplicaciones y servicio en la nube. A su vez, Facebook puede ver qué aplicaciones usan las personas y dónde viajan en línea.
- 2) *Reclutamiento de personal*. Las grandes empresas tecnológicas pueden desembolsar enormes sumas para mantener a los mejores empleados e incluso a los empleados promedio en su redil y hacer que sea antieconómico que sus trabajadores consideren unirse a nuevas empresas.
- 3) *Monopolización* No hay señales de una nueva plataforma emergente que pueda afectar a los operadores tradicionales, incluso más de una década después del aumento de los dispositivos móviles. El mercado digital se limita cuando Facebook, Google y Amazon cobran un alto precio por las nuevas aplicaciones y servicios para ponerse frente a los consumidores.

Por último, la “kill-zone” se ha convertido en un mecanismo que afianza y garantiza la consolidación de las grandes corporaciones en monopolios digitales pues, impide el avance de sus competidores, neutralizando sus actividades comerciales. La adquisición de Instagram por parte de Facebook y la compra de YouTube por parte de Google, son los más claros ejemplos para reducir la competencia. En efecto, los startups deben considerar su estrategia de mercado, pues la “kill-zone” esta dispuesta a eliminar cualquier amenaza.

*Startups: Es una empresa de nueva creación que comercializa productos y/o servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), con un modelo de negocio escalable el cual le permite un crecimiento rápido y sostenido en el tiempo. Fuente: <https://economiatic.com/que-es-una-startup/> [6]

Datos cruciales:

- 1) Gráfica 1. Describe el número de financiamiento de las startups en Estados Unidos desde 2006 hasta 2018. La gráfica señala dos variables que determinan el financiamiento de las startups. Por una parte, “First Financings” que alcanzó su punto máximo en el año 2014 a diferencia del año 2017 que se cree cayó un 22%. Por otro lado “Follow-on Financings” alcanzó su

punto máximo en 2015 y posteriormente se observa un descenso en sus acciones.

2) En 2017, Amazon compró Whole Foods Market, una tienda de comestibles, por 13.7 mil millones de dólares.

3) En 2015, Facebook anunció que se estaba moviendo a las citas en línea, causando el precio de las acciones de Match Group cayera un 22%.

4) De todas las firmas tecnológicas estadounidenses, Alphabet ha sido la más activa en la inversión en startups. Ha gastado aproximadamente 12.8 mmd (miles de millones de dólares) en 308.

5) En 2017, Alphabet, Amazon, Apple, Facebook y Microsoft asignaron un total combinado de 23.7 millones de dólares a una compensación basada en acciones.

6) Box, un servicio de nube y de intercambio de archivos que ha evitado la zona de muerte tiene un valor en el mercado alrededor de 3.8 mmd.

7) El tiempo de promedio de vida de una Startup se estima sea de 6 a 12 meses antes de que la "kill-zone" actúe sobre ellas.

Nexo con el tema que estudiamos:

La monopolización de las grandes empresas tecnológicas se ha convertido en una confrontación que impide el desarrollo de competidores e identifican a las startups como posibles amenazas a su corpus comercial y tecnológico. Mecanismos que varían desde simples adquisiciones, imitación, adquisición de rivales, competencia de precios, control de las plataformas digitales y otras.

Source URL (modified on 6 Agosto 2018 - 4:59pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1792>

Links

[1] <https://www.economist.com/business/2018/06/02/american-tech-giants-are-making-life-tough-for-startups>

[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>

[6] <https://economyatic.com/que-es-una-startup/>