

Chinese internet firms. Clubbing together. The merger of Meituan and Dianping could herald a bigger consolidation.

Enviado por Alvaro Mendoza en Jue, 03/31/2016 - 23:55

Cita:

The Economist [2015], "Chinese internet firms. Clubbing together. The merger of Meituan and Dianping could herald a bigger consolidation", *The Economist*, London, 10 de octubre, <http://www.economist.com/news/business/21672238-merger-meituan-and-dianp...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Octubre 10, 2015

Revista descriptores:

Competencia mundial. Disputa hegemónica [2]

Estudios de caso: actividades - empresas [3]

Formas de la competencia entre grandes empresas [4]

Tema:

Concentración y poder de mercado del sector de telecomunicaciones en China

Idea principal:

Las compras en grupos realizadas en Internet han tenido un incremento en China en un 168% de 2014 a 2015. El pasado 8 de octubre se realizó la fusión de dos de la más importantes empresas Chinas del sector de comercio por Internet: Meituan con alrededor de la mitad del mercado y Dianping que concentra el una tercera parte aproximadamente. El negocio se valuará en quizás 15 mil millones de dólares.

Esta fusión pretende dar fin a una costosa guerra liderada por tres de las grandes empresas del comercio por internet. Alibaba con inversiones en Meituan, Baidu respaldando a Dianping y Tencent por parte de Nuomi, empresa que concentra 14% del mercado. Es decir, convertir la competencia en solo dos partes, con una claramente ganadora.

La relación de estas empresas se extiende a diferentes sectores. En los servicios de taxis a través de aplicaciones, Baidu invirtió en Uber, empresa americana que pretende expandirse en China. Por su parte, Alibaba y Tencent se fusionaron para formar Didi kuaidi. La combinación tiene un valor de \$ 15 mil millones.

Los negocios de las empresas van desde los servicios en línea hasta los portales de viajes. Esto tiende a generar concentración de mercado. Algo que debería de estar regulado por el gobierno chino en defensa de la competencia.

Datos cruciales:

Las ventas en internet en China sumaron hasta 77 millones de yuanes (\$12.1 millones de dólares) en ventas a través de internet.

Dos empresas chinas tienen cuatro quintas partes del mercado de grupos de compra locales.

Nexo con el tema que estudiamos:

Actualmente se observa que una de las estrategias que están siguiendo las empresas es fusionarse para generar una gran empresa, con la finalidad de ir acaparando mayor parte del mercado y al mismo tiempo ir formando especies de oligopolios.

Hay que poner atención en la fusión que presenta este artículo, siendo que le ha permitido a éstas empresas convertirse en una de las más grandes de China. El mercado que están acaparando trata de lo conocido como comercio Online to Offline (O2O) que por medio de estrategias de mercado venden digitalmente consumos tradicionales, modificando y adaptando a las nuevas tecnologías a la rapidez de la vida en el capitalismo. La compra electrónica de elementos básicos sin duda está acrecentando el mercado tecnológico, por tal motivo es que se debe poner atención en las empresas que están protagonizando la actividad.

Source URL (modified on 4 Mayo 2016 - 3:06pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/782>

Links

[1] <http://www.economist.com/news/business/21672238-merger-meituan-and-dianping-could-herald-bigger-consolidation-clubbing-together>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>

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

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