

Análisis Fundamental de Alibaba Group (BABA): Sustentando la Tesis de Inversión

Resumen Ejecutivo

El presente informe ofrece un análisis fundamental exhaustivo de Alibaba Group Holding Limited (NYSE: BABA), diseñado para complementar una perspectiva de análisis técnico que sugiere una oportunidad de compra, dada la cotización actual en mínimos y el crecimiento observado en 2024. Se examinan en detalle los resultados financieros recientes, el desempeño de los segmentos de negocio clave, las iniciativas estratégicas a largo plazo, el panorama competitivo, el entorno regulatorio y las métricas de valoración.

Los resultados financieros de Alibaba en el cuarto trimestre fiscal de 2024 (periodo finalizado el 31 de diciembre de 2024) y el primer trimestre fiscal de 2025 (periodo finalizado el 31 de marzo de 2025) muestran un crecimiento de ingresos moderado (8% y 7% interanual, respectivamente), pero un significativo aumento en la utilidad neta, impulsado en gran medida por factores no operativos. La utilidad neta no-GAAP, que refleja mejor el rendimiento operativo subyacente, también experimentó un crecimiento positivo.

Los motores de crecimiento principales incluyen el Alibaba International Digital Commerce Group (AIDC), con un notable aumento de ingresos del 32% en el cuarto trimestre de 2024, y el Cloud Intelligence Group, que registró un crecimiento del 13% en el mismo periodo, destacando el crecimiento de tres dígitos en productos relacionados con la inteligencia artificial. La compañía está inmersa en una ambiciosa estrategia "centrada en el usuario" e "impulsada por la IA", con una inversión sustancial en infraestructura de nube e IA.

A pesar de la intensa competencia en sus mercados clave de comercio electrónico y servicios en la nube, Alibaba mantiene una posición dominante en China y busca expandir su alcance global. El entorno regulatorio chino, si bien ha sido una fuente de incertidumbre en el pasado, parece haber entrado en una fase de "rectificación" completada para Alibaba. Las métricas de valoración sugieren que la acción podría estar infravalorada en comparación con sus pares y el promedio de la industria, y el consenso de los analistas es mayoritariamente

de "Compra Fuerte" con un potencial de revalorización significativo.

En síntesis, Alibaba presenta un perfil de inversión con un crecimiento operativo constante, una fuerte generación de flujo de caja operativo (aunque con un impacto a corto plazo en el flujo de caja libre debido a inversiones estratégicas), y una clara dirección hacia la innovación en IA y la expansión internacional. Los riesgos persisten, particularmente en el ámbito competitivo y geopolítico, pero la base fundamental de la empresa y la visión estratégica del equipo directivo proporcionan un soporte considerable a la tesis de inversión.

I. Introducción: Conectando Perspectivas Técnica y Fundamental

Premisa de Inversión del Usuario y Objetivo del Informe

La premisa inicial del inversor, basada en el análisis técnico, sugiere que el ticker BABA de Alibaba se encuentra en mínimos y ha mostrado un crecimiento en el año 2024, lo que podría indicar una buena oportunidad de compra. Este informe tiene como objetivo principal proporcionar una investigación fundamental exhaustiva que valide o matice esta perspectiva técnica. Se busca ofrecer una base sólida y respaldada por datos para una decisión de inversión informada, abarcando el rendimiento financiero reciente, los impulsores de crecimiento, el posicionamiento competitivo y los riesgos inherentes.

Visión General de Alibaba Group Holding Limited (BABA)

Alibaba Group Holding Limited (NYSE: BABA, HKEX: 9988 y 89988) es un conglomerado multinacional chino con una vasta y diversificada presencia en el comercio electrónico, el comercio minorista, internet y la tecnología.¹ Su ecosistema abarca plataformas de comercio electrónico fundamentales como Taobao y Tmall, el creciente Alibaba Cloud, su brazo logístico Cainiao, y servicios al consumidor local como Ele.me y Amap.¹ Esta amplia cartera posiciona a Alibaba como un actor central en la economía digital de China y una fuerza cada vez más relevante a nivel mundial.

La amplitud y diversidad de las operaciones de Alibaba sugieren una estrategia deliberada para construir un ecosistema sinérgico. Esta integración de comercio electrónico, servicios en la nube, logística y servicios locales busca crear una red que se refuerce mutuamente, lo que podría mejorar la fidelidad de los usuarios y la eficiencia operativa en sus diversas plataformas. Por ejemplo, Alibaba Cloud

proporciona la infraestructura para sus plataformas de comercio electrónico, y Cainiao gestiona la logística para sus operaciones minoristas.² Esta interconexión puede generar ventajas competitivas significativas, como la reducción de costos y una mejor experiencia del cliente, al mismo tiempo que establece barreras de entrada para nuevos competidores. El éxito de esta estrategia de ecosistema es, por tanto, crucial para la sostenibilidad a largo plazo de Alibaba. Si bien ofrece resiliencia, también implica que la empresa debe navegar por complejos desafíos competitivos y regulatorios en múltiples industrias, lo que exige una gestión ágil y una innovación constante.

II. Análisis Exhaustivo del Desempeño Financiero (Año Fiscal 2024 y Primer Trimestre Fiscal 2025)

Tendencias de Ingresos y Utilidad Neta

Alibaba ha reportado un periodo caracterizado por un crecimiento moderado de los ingresos, acompañado de aumentos significativos en la utilidad neta, aunque estos últimos han estado influenciados por factores no operativos.

Para el **trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024** (considerado el cuarto trimestre del año fiscal 2024 de Alibaba), los ingresos totales alcanzaron los RMB 280.154 millones (US\$38.381 millones), lo que representa un aumento interanual del 8%.⁶ La utilidad neta para este trimestre fue de RMB 46.434 millones (US\$6.361 millones), un incremento sustancial del 333% interanual. Este marcado aumento se atribuyó principalmente a un mayor ingreso de las operaciones, cambios positivos de valor razonable en las inversiones de capital y un aumento en la participación en los resultados de las empresas asociadas, parcialmente compensado por deterioros.⁶ La utilidad neta no-GAAP, que ofrece una visión más clara del desempeño operativo central, mostró un aumento más modesto del 6% interanual, alcanzando los RMB 51.066 millones (US\$6.996 millones).⁶

En el **trimestre finalizado el 31 de marzo de 2025** (primer trimestre del año fiscal 2025), los ingresos fueron de RMB 236.454 millones (US\$32.584 millones), con un crecimiento del 7% interanual.⁶ La utilidad neta experimentó un aumento aún más drástico del 1203% interanual, llegando a RMB 11.973 millones (US\$1.650 millones). Al igual que en el trimestre anterior, este incremento se debió en gran medida a los cambios de valor razonable en las inversiones de capital, el aumento del ingreso de las operaciones y la disminución del deterioro de las

inversiones en empresas asociadas, parcialmente compensado por pérdidas derivadas de la venta de subsidiarias.⁶ La utilidad neta no-GAAP para este trimestre aumentó un 22% interanual, situándose en RMB 29.847 millones (US\$4.113 millones).⁶

Para el **año fiscal completo 2025** (finalizado el 31 de marzo de 2025), los ingresos totales de Alibaba fueron de RMB 996.347 millones (US\$137.300 millones), lo que representa un aumento interanual del 6%.⁶ Las ganancias anuales se reportaron en US\$17.800 millones, reflejando un crecimiento del 61%, con una utilidad neta de los últimos doce meses de US\$17.920 millones, un aumento del 61,27% interanual.¹⁰ La utilidad neta no-GAAP para el año fiscal completo 2025 se mantuvo estable en comparación con el año fiscal 2024.⁹

La marcada diferencia entre el crecimiento de la utilidad neta GAAP (333% y 1203%) y el crecimiento más moderado de la utilidad neta no-GAAP (6% y 22%) es un aspecto fundamental. Esto indica que una parte significativa del aumento de la utilidad neta reportada se debe a factores no operativos, como los cambios de valor razonable en las inversiones de capital y las reversiones de deterioro.⁶ Aunque son positivos, estos son a menudo ajustes contables no recurrentes o no monetarios y son menos indicativos de la salud sostenida del negocio principal que la rentabilidad operativa recurrente. Un inversor debería centrarse principalmente en las cifras no-GAAP para obtener una comprensión más clara del rendimiento subyacente del negocio. La dependencia exclusiva de los porcentajes de utilidad neta GAAP podría ser engañosa; el crecimiento más contenido de las cifras no-GAAP sugiere que, si bien Alibaba es rentable, su expansión operativa principal no es tan explosiva como las cifras GAAP podrían indicar inicialmente. Esto requiere un análisis más profundo del rendimiento a nivel de segmento y de las métricas de rentabilidad ajustadas para comprender verdaderamente la trayectoria del negocio.

Métricas de Rentabilidad y Eficiencia

Las métricas de eficiencia operativa muestran tendencias positivas. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, el margen operativo de Alibaba mejoró al 15% desde el 9% del año anterior.⁶ El EBITA ajustado para el mismo periodo aumentó un 4% interanual.⁶ Para el trimestre finalizado el 31 de marzo de 2025, el margen operativo mejoró aún más al 12% desde el 7% del año anterior, y el EBITA ajustado experimentó un significativo aumento del 36% interanual.⁶

Generación de Flujo de Caja y Liquidez

El desempeño del flujo de caja presenta un panorama mixto. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, el flujo de caja neto provisto por actividades operativas aumentó un 10% interanual, alcanzando los RMB 70.915 millones (US\$9.715 millones).⁶ Sin embargo, el flujo de caja libre, una medida clave de liquidez no-GAAP, disminuyó un 31% interanual, situándose en RMB 39.020 millones (US\$5.346 millones). Este descenso se atribuyó principalmente a un aumento en los gastos relacionados con las inversiones en infraestructura de la nube, parcialmente compensado por cambios en otros capitales de trabajo.⁷

La disminución del flujo de caja libre, a pesar del aumento en el flujo de caja operativo, es un punto crítico que requiere una interpretación cuidadosa. La explicación apunta directamente a "un aumento en los gastos relacionados con las inversiones en infraestructura de la nube".⁷ Esto indica una asignación estratégica deliberada de capital hacia áreas de crecimiento a largo plazo, particularmente la inteligencia artificial y la computación en la nube, en lugar de ser una señal de debilidad operativa o disminución de la generación de efectivo. Esta inversión, si bien impacta el flujo de caja libre a corto plazo, está directamente alineada con la estrategia declarada de la compañía "impulsada por la IA".⁸ Este es un clásico compromiso estratégico: la empresa está priorizando el crecimiento a largo plazo y el posicionamiento competitivo en sectores de alto potencial como la IA y la computación en la nube, por encima de la generación inmediata de flujo de caja libre. Si estas inversiones rinden los retornos anticipados, podrían ser una señal fuertemente positiva para los ingresos y la rentabilidad futuros. Los inversores deben sopesar este impacto a corto plazo en el flujo de caja frente a los beneficios estratégicos a largo plazo,

especialmente dada la enorme inversión de Alibaba en infraestructura de IA.¹³

Tabla: Principales Indicadores Financieros de Alibaba Group (Trimestres finalizados en Diciembre 2024 y Marzo 2025)

Métrica Financiera (en millones de RMB, excepto porcentajes y por acción)	Dic. 2023	Dic. 2024	Var. % YoY (Dic. 24)	Mar. 2024	Mar. 2025	Var. % YoY (Mar. 25)
Ingresos Totales	260.348	280.154	8%	221.874	236.454	7%
Ingresos de Operaciones	22.511	41.205	83%	14.765	28.465	93%
Margen Operativo	9%	15%	+6 p.p.	7%	12%	+5 p.p.
EBITDA Ajustado	59.572	62.054	4%	30.807	41.783	36%
EBITA Ajustado	52.843	54.853	4%	23.969	32.616	36%
Utilidad Neta	10.717	46.434	333%	919	11.973	1203%
Utilidad Neta No-GAAP	47.951	51.066	6%	24.418	29.847	22%
Ganancia	5,65	20,39	261%	1,30	5,17	296%

s Diluidas por ADS (RMB)						
Ganancias Diluidas por ADS No-GAAP (RMB)	18,97	21,39	13%	10,14	12,52	23%
Flujo de Caja Neto de Operaciones	64.716	70.915	10%	N/A	N/A	N/A
Flujo de Caja Libre	56.540	39.020	-31%	N/A	N/A	N/A

*Fuente:*⁶ Las cifras en US\$ se omiten de la tabla para mayor claridad, pero se mencionan en el texto.

III. Análisis Detallado del Desempeño de los Segmentos de Negocio y sus Impulsores de Crecimiento

Comercio en China (Taobao & Tmall Group): Desempeño y Enfoque Estratégico

El segmento de comercio en China de Alibaba, que incluye Taobao y Tmall, sigue siendo su principal fuente de ingresos. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, los ingresos del grupo aumentaron un 5% interanual, alcanzando los RMB 136.091 millones (US\$18.644 millones).⁷ Un motor clave dentro de este segmento, los ingresos por gestión de clientes (principalmente publicidad y comisiones), crecieron un 9% interanual hasta los RMB 100.790 millones (US\$13.808 millones), impulsados por el crecimiento del GMV en línea y una mejora en la tasa de monetización.⁶ Por el contrario, los ingresos por ventas directas y otros negocios disminuyeron un 9% hasta los RMB 28.726 millones (US\$3.935 millones), lo que refleja una reducción planificada en ciertas actividades de ventas directas de menor margen.⁶ En el trimestre posterior,

finalizado el 31 de marzo de 2025, los ingresos de Taobao y Tmall Group crecieron un 9% hasta los RMB 101.370 millones (US\$14.070 millones).⁶

El crecimiento moderado de los ingresos de Taobao y Tmall (5-9% interanual), junto con la "reducción planificada" en las ventas directas⁷, sugiere un cambio estratégico dentro del negocio principal de comercio de Alibaba. Esto indica un giro hacia actividades de mayor margen basadas en la plataforma (ingresos por gestión de clientes) y un enfoque en la calidad del compromiso y la rentabilidad, en lugar de un crecimiento agresivo de los ingresos a toda costa. Esta es una respuesta pragmática a un mercado en maduración y a la intensificación de la competencia interna. Las ventas directas suelen tener márgenes de beneficio más bajos en comparación con los servicios de plataforma, por lo que esta reducción, a pesar de afectar el crecimiento general de los ingresos del segmento, probablemente refleja una elección estratégica deliberada para mejorar la rentabilidad y la eficiencia del negocio principal de comercio. El énfasis en la "experiencia del usuario", las "ofertas de productos"¹⁵ y el exitoso crecimiento del programa de membresía 88VIP⁷ respaldan aún más una estrategia centrada en retener a los clientes de alto valor y mejorar la economía unitaria.

La estrategia para este segmento se centra en mejorar la experiencia del usuario y fortalecer las ofertas de productos, con colaboraciones a largo plazo en pagos y logística que se espera impulsen aún más el crecimiento.¹⁵ El exitoso programa de membresía premium 88VIP sigue siendo un éxito, mostrando un crecimiento de dos dígitos interanual y alcanzando los 49 millones de miembros, quienes aumentaron significativamente su gasto durante el Festival de Compras 11.11 de 2024.⁷ Esta reorientación estratégica en su segmento más grande es una respuesta al cambiante panorama competitivo en el mercado de comercio electrónico de China, donde rivales como Pinduoduo y las plataformas de comercio social (Douyin, Kuaishou) están ganando terreno con precios agresivos y nuevos modelos.⁴ Al centrarse en la calidad y la rentabilidad, Alibaba busca consolidar su posición competitiva y asegurar un crecimiento más sostenible, incluso si esto implica un ritmo más lento para el mayor contribuyente de ingresos.

Alibaba International Digital Commerce Group (AIDC): Expansión Transfronteriza

El Alibaba International Digital Commerce Group (AIDC) se destaca como un motor de crecimiento principal para la compañía. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, los ingresos totales de AIDC aumentaron un 32% interanual, alcanzando los RMB 37.756 millones (US\$5.173 millones), impulsados en gran medida por el sólido desempeño de sus negocios transfronterizos.⁶ Específicamente, los ingresos del comercio minorista internacional aumentaron un impresionante 36%.⁷ En el trimestre finalizado el 31 de marzo de 2025, los ingresos de AIDC continuaron su sólida trayectoria, creciendo un 22% interanual hasta los RMB 33.579 millones (US\$4.627 millones).⁶

Alibaba ha estado invirtiendo activamente en AIDC, particularmente durante los festivales de compras en el extranjero y en mercados clave de Europa y la región del Golfo, para adquirir nuevos usuarios. Si bien estas inversiones han provocado un aumento de las pérdidas a corto plazo, la economía unitaria del negocio AliExpress' Choice ha mostrado una mejora secuencial.⁷ Alibaba también está reasignando estratégicamente capital hacia la colaboración interasiática y una mayor penetración en el mercado europeo, con plataformas como AliExpress y Trendyol capturando un significativo 20% del crecimiento del comercio electrónico europeo.¹²

El alto crecimiento de los ingresos de AIDC es un contrapeso crucial al crecimiento más moderado del comercio nacional de Alibaba. Sin embargo, el "aumento de las pérdidas" que lo acompaña debido a las inversiones en adquisición de usuarios⁷ pone de manifiesto una compensación común en mercados internacionales de alto crecimiento y altamente competitivos: sacrificar la rentabilidad a corto plazo para capturar cuota de mercado y establecer una presencia a largo plazo. La mención de la "mejora de la economía unitaria del negocio AliExpress' Choice"⁷ es una señal positiva de que estas inversiones están empezando a generar ganancias de eficiencia y que el modelo de negocio se está volviendo más sostenible a medida que escala. En mercados internacionales incipientes o altamente competitivos⁴, la adquisición agresiva de usuarios y la penetración en el mercado a menudo requieren un gasto de capital inicial significativo y conllevan pérdidas operativas iniciales. Esta es una decisión estratégica para construir escala y efectos de red que pueden conducir a la rentabilidad a largo plazo. El factor crítico es si estas inversiones son

eficientes y conducen a una mejora de la economía unitaria subyacente. La mención específica de la "mejora de la economía unitaria del negocio AliExpress' Choice" ⁷ sugiere que la empresa está obteniendo rendimientos positivos de su inversión a medida que el negocio madura y escala, lo que es un fuerte indicador del potencial de rentabilidad futura. AIDC es vital para la trayectoria de crecimiento futuro de Alibaba, especialmente a medida que su mercado nacional madura y se enfrenta a una intensa competencia. Esta agresiva expansión internacional, particularmente en Europa y el Golfo ¹², permite a Alibaba diversificar sus ingresos geográficamente y acceder a mercados nuevos y menos saturados, mitigando potencialmente las presiones regulatorias y competitivas internas. El éxito de este segmento será un determinante clave del crecimiento general a largo plazo de Alibaba.

Cloud Intelligence Group: Crecimiento Impulsado por la IA e Inversión en Infraestructura

El Cloud Intelligence Group es otra área de crecimiento significativa para Alibaba, impulsada particularmente por sus avances en Inteligencia Artificial. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, los ingresos de este grupo fueron de RMB 31.742 millones (US\$4.349 millones), un aumento del 13% interanual.⁷ Excluyendo las subsidiarias consolidadas de Alibaba, los ingresos totales lograron un crecimiento de dos dígitos interanual del 11%, impulsado principalmente por el crecimiento de los ingresos de la nube pública, incluidos los productos relacionados con la IA.⁷ Para el trimestre finalizado el 31 de marzo de 2025, los ingresos del Cloud Intelligence Group aumentaron un 18% interanual hasta los RMB 30.127 millones (US\$4.152 millones).⁶

Un desempeño sobresaliente dentro de este segmento es el crecimiento de tres dígitos interanual de los ingresos de productos relacionados con la IA por sexto trimestre consecutivo.⁷ Este sólido crecimiento subraya el compromiso estratégico de Alibaba con la IA. La compañía ha anunciado una inversión masiva de US\$53.000 millones (RMB 380.000 millones) durante los próximos tres años para avanzar en su infraestructura de computación en la nube e IA, una cantidad que supera su gasto total en IA y nube durante la última década.¹³ El CEO de Alibaba, Eddie Wu, ha articulado una visión en la que la Inteligencia Artificial General (AGI) es el "objetivo principal", comparando la IA con "la electricidad del futuro" y la computación en la nube con la "red eléctrica", lo que indica la

ambición de Alibaba de dominar tanto la tecnología fundamental como sus canales de distribución.¹¹ Alibaba Cloud ya ha integrado capacidades de inferencia de IA (impulsadas por sus modelos Qwen) en su base de datos relacional nativa de la nube, PolarDB, y ha lanzado nuevos productos de IA de Software como Servicio (SaaS) para análisis de datos, automatización y creación de contenido.¹³ La familia de modelos Qwen se destaca como el modelo de código abierto más popular entre los desarrolladores globales¹¹, y una asociación con Apple permitirá que la IA de Alibaba impulse los servicios de iPhone en China.⁴

Mientras que el crecimiento general de los ingresos del Cloud Intelligence Group es sólido (13-18%), el crecimiento de "tres dígitos" en los productos relacionados con la IA⁷ es un indicador crítico de un motor de hipercrecimiento dentro del segmento. Esto, combinado con el compromiso de inversión sin precedentes de US\$53.000 millones¹³, señala un profundo giro estratégico para Alibaba: pasar de ser principalmente un gigante del comercio electrónico a convertirse en un proveedor fundamental de infraestructura de IA. Esto no es simplemente una mejora incremental, sino una "transformación completa"¹² destinada a capturar la próxima ola de innovación tecnológica. La distinción entre el crecimiento general de la nube y el crecimiento específico de la IA es clave. El crecimiento de tres dígitos en la IA sugiere que Alibaba está capitalizando con éxito la creciente demanda de servicios de IA, posicionándose a la vanguardia de esta ola tecnológica. El enorme compromiso de inversión¹³, especialmente dado el contexto de los niveles de gasto de capital anteriores⁸, significa una fuerte convicción por parte de la dirección de liderar en este espacio. El marco estratégico del CEO¹¹ no es solo retórica; implica una repriorización fundamental de los recursos y la dirección estratégica en toda la empresa, con el objetivo de construir la "red eléctrica" subyacente para la era de la IA. Este giro estratégico podría remodelar fundamentalmente la combinación de negocios de Alibaba, haciéndola menos dependiente del comercio electrónico tradicional y más diversificada en servicios empresariales de alto crecimiento y alto margen. El éxito en esta área es fundamental para justificar sus grandes gastos de capital, que impactaron el flujo de caja libre en el cuarto trimestre de 2024.

Cainiao Smart Logistics Network: Eficiencia y Alcance Global

Cainiao, el brazo logístico de Alibaba, juega un papel crucial en el ecosistema de la compañía. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, los ingresos de Cainiao fueron de RMB 28.241 millones (US\$3.869 millones), una ligera disminución del 1% interanual.⁷ Esta disminución se explica como resultado de las reestructuraciones en curso, donde los negocios de comercio electrónico de Alibaba están asumiendo ciertas funciones de plataforma logística.⁷

A pesar de esta ligera contracción reportada en el trimestre, Cainiao sigue siendo un activo estratégico vital. La empresa está expandiendo activamente sus redes logísticas inteligentes a nivel mundial y optimizando sus capacidades logísticas de extremo a extremo para los negocios de comercio electrónico de Alibaba.¹¹ Cainiao ha implementado un programa de "canal verde" transfronterizo para vendedores chinos, utilizando su red de más de 40 almacenes globales, ofreciendo almacenamiento sin alquiler y subsidios de flete internacional.¹⁸ Su ventaja competitiva se basa en una avanzada infraestructura tecnológica, respaldada por Alibaba Cloud, que utiliza big data, IA e IoT para optimizar rutas y operaciones de almacén.⁵ Ejemplos incluyen el seguimiento de paquetes en tiempo real, algoritmos para rutas óptimas y sistemas automatizados en almacenes inteligentes.⁵ La red de Cainiao abarca 224 países y regiones, con más de 100 almacenes y 120 socios nacionales, procesando más de 5 millones de paquetes internacionales por día.⁵

La ligera disminución de los ingresos de Cainiao, a pesar de su continua expansión y avances tecnológicos ⁷, no necesariamente indica una debilidad fundamental, sino más bien una reconfiguración estratégica. La explicación de que los negocios de comercio electrónico de Alibaba están asumiendo ciertas funciones logísticas sugiere una mayor integración vertical dentro del ecosistema de Alibaba. Esto podría significar que algunas actividades que antes generaban ingresos para Cainiao ahora se internalizan o se optimizan de manera diferente para beneficiar al grupo en su conjunto, posiblemente mejorando los márgenes generales o la eficiencia de la cadena de suministro. Esto es una indicación de que Alibaba está priorizando la eficiencia y la sinergia de su ecosistema sobre el crecimiento independiente de los ingresos de cada unidad logística.

La capacidad de Cainiao para asegurar contratos significativos en regiones con potencias tecnológicas logísticas ¹⁹ valida la solidez de sus capacidades tecnológicas a nivel global. Su enfoque en la automatización y la digitalización, con el desarrollo de almacenes robóticos y la aplicación de IA para la previsión de la demanda ⁵, le confiere una ventaja competitiva en un mercado logístico cada vez más impulsado por la tecnología. Esta inversión en tecnología de vanguardia y la expansión global de su red son cruciales para el objetivo de Alibaba de dominar el "comercio instantáneo" y competir eficazmente con rivales como JD.com y Pinduoduo, que también invierten fuertemente en logística.⁴

Local Services Group y Digital Media and Entertainment Group: Diversificación y Optimización

El **Local Services Group** de Alibaba, que incluye plataformas como Amap y Ele.me, mostró un sólido crecimiento de ingresos del 12% interanual en el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, alcanzando los RMB 16.988 millones (US\$2.327 millones).⁷ Este crecimiento fue impulsado por el aumento combinado de pedidos de Amap y Ele.me, así como por el crecimiento de los ingresos por servicios de marketing.⁷ Un aspecto positivo destacado es la significativa reducción de las pérdidas interanuales del grupo, atribuida a la mejora de la economía unitaria derivada de la eficiencia operativa y el aumento de la escala.⁷ Alibaba ha estado reasignando capital estratégicamente, desprendiéndose de activos no esenciales como su Local Services Group para financiar I+D en IA, infraestructura en la nube y comercio electrónico transfronterizo.¹² Sin embargo, la mejora en la rentabilidad de este segmento sugiere que, incluso con posibles desinversiones parciales, las operaciones restantes están siendo optimizadas.

El **Digital Media and Entertainment Group** también mostró señales de mejora. En el trimestre finalizado el 31 de diciembre de 2024, sus ingresos fueron de RMB 5.438 millones (US\$745 millones), un aumento del 8% interanual, impulsado principalmente por el aumento de los ingresos publicitarios de Youku.⁷ Las pérdidas de este grupo continuaron reduciéndose interanualmente, principalmente debido a la disminución de la pérdida operativa de Youku como resultado del aumento de los ingresos publicitarios y la mejora de la eficiencia de la inversión en contenido durante el trimestre.⁷

La reducción de las pérdidas en los segmentos de Local Services y Digital Media and Entertainment ⁷ es un desarrollo positivo, ya que indica que Alibaba está mejorando la eficiencia operativa y la rentabilidad en áreas que históricamente han sido intensivas en inversión o han operado con márgenes más bajos. Esto es coherente con una estrategia más amplia de optimización de la cartera de negocios, donde la empresa busca generar valor no solo a través del crecimiento de los ingresos, sino también a través de la mejora de la rentabilidad de sus diversas unidades. La mención de la reasignación de capital y el desprendimiento de activos no esenciales del Local Services Group ¹² sugiere una estrategia de "enfocarse en lo principal" para Alibaba. Esto implica que la empresa está consolidando sus recursos y esfuerzos en las áreas de mayor potencial de crecimiento y rentabilidad a largo plazo, como la IA y el comercio electrónico transfronterizo, mientras optimiza o desinvierte en negocios que no se alinean tan estrechamente con esta visión central. Esto podría liberar capital para inversiones más estratégicas y mejorar la eficiencia general del capital del grupo.

Tabla: Crecimiento de Ingresos por Segmento de Negocio (Trimestres finalizados en Diciembre 2024 y Marzo 2025)

Segmento de Negocio (en millones de RMB)	Dic. 2023	Dic. 2024	Var. % YoY (Dic. 24)	Mar. 2024	Mar. 2025	Var. % YoY (Mar. 25)
Taobao y Tmall Group	123.762	136.091	5%	92.148	101.370	9%
AIDC	28.500	37.756	32%	27.524	33.579	22%
Cloud Intelligence Group	28.098	31.742	13%	25.592	30.127	18%
Cainiao	28.528	28.241	-1%	N/A	N/A	N/A

Local Services Group	15.166	16.988	12%	N/A	N/A	N/A
Digital Media and Entertainment Group	5.035	5.438	8%	N/A	N/A	N/A

Fuente:⁶ Las cifras en US\$ se omiten de la tabla para mayor claridad, pero se mencionan en el texto.

IV. Iniciativas Estratégicas y Perspectivas a Largo Plazo

Estrategia Central "Centrada en el Usuario" e "Impulsada por la IA"

Alibaba ha articulado una clara estrategia central de "usuario primero" e "impulsada por la IA" bajo el liderazgo del CEO Eddie Wu.⁸ Este enfoque se está traduciendo en inversiones en la experiencia del usuario y el fortalecimiento de las ofertas de productos en sus plataformas principales.¹⁵ La compañía busca aprovechar la inteligencia artificial para crear experiencias de compra personalizadas, permitiendo a los usuarios cambiar atuendos virtualmente, personalizar peinados y accesorios, y generar imágenes a partir de descripciones de lenguaje natural.¹³ Este énfasis en la IA no es solo una mejora incremental, sino una "transformación completa" de su pila tecnológica.¹²

Compromiso con la Infraestructura de IA y Computación en la Nube

El compromiso de Alibaba con la IA y la infraestructura en la nube es un pilar fundamental de su estrategia a largo plazo. La compañía anunció una inversión de US\$53.000 millones (RMB 380.000 millones) durante los próximos tres años para avanzar en su infraestructura de computación en la nube e IA.¹³ Esta inversión supera el gasto total de Alibaba en IA y nube durante la última década, lo que subraya su dedicación continua a la innovación tecnológica impulsada por la IA y su papel como proveedor global líder en la nube.¹³ El CEO Eddie Wu ha posicionado la Inteligencia Artificial General (AGI) como el "objetivo principal" de Alibaba, comparando la IA con "la electricidad del futuro" y la computación en la

nube con la "red eléctrica".¹¹ Esto señala la ambición de Alibaba de dominar tanto la tecnología fundamental como sus canales de distribución. La compañía ya ha integrado capacidades de inferencia de IA en su base de datos relacional nativa de la nube, PolarDB, y ha lanzado nuevas herramientas de IA SaaS para análisis de datos, automatización y creación de contenido.¹³ El crecimiento de tres dígitos de los productos relacionados con la IA en la nube durante seis trimestres consecutivos valida la demanda y la capacidad de ejecución de Alibaba en este ámbito.⁷

Penetración en Mercados Internacionales y Asociaciones

La expansión internacional es otro pilar estratégico clave. El Alibaba International Digital Commerce Group (AIDC) ha mostrado un crecimiento robusto, impulsado por el sólido desempeño de sus negocios transfronterizos.⁶ La compañía está reasignando capital hacia la colaboración interasiática y una penetración más profunda en el mercado europeo, con plataformas como AliExpress y Trendyol capturando una parte significativa del crecimiento del comercio electrónico europeo.¹² Alibaba también está construyendo ecosistemas regionales de IA a través de asociaciones, como la colaboración en la nube con Telkom Indonesia y la localización de ZStack en Japón.¹² Una asociación con Apple para impulsar los servicios de iPhone con IA en China abre una oportunidad de US\$20.000 millones en servicios habilitados por IA.¹² Estas iniciativas buscan diversificar los ingresos geográficamente y mitigar las presiones competitivas y regulatorias en el mercado interno chino.

Gestión de Capital y Retorno para los Accionistas

Alibaba ha demostrado un compromiso con el retorno para los accionistas a través de una gestión activa del capital. Durante el año fiscal 2025, la compañía recompró US\$11.900 millones en acciones, logrando una reducción neta del 5,1% en las acciones en circulación.⁹ Además, la junta directiva aprobó la distribución de dividendos anuales y especiales por un total de US\$4.600 millones.⁹ La compañía también ha estado desinvirtiendo activamente activos no esenciales, como Sun Art e Intime, por aproximadamente US\$2.600 millones, lo que libera capital para inversiones estratégicas en sus negocios principales de alto crecimiento.¹¹ Esta estrategia de desinversión de activos no esenciales para financiar I+D en IA, infraestructura en la nube y comercio electrónico transfronterizo es una apuesta calculada sobre dónde ocurrirá la próxima ola de

crecimiento.¹²

V. Panorama Competitivo y Posicionamiento en el Mercado

Comercio Electrónico: Navegando la Intensa Competencia Nacional e Internacional

El mercado de comercio electrónico de China, el más grande a nivel mundial, es intensamente competitivo, con Alibaba (a través de Taobao y Tmall) manteniendo una posición dominante histórica. En 2021, Taobao y Tmall representaban el 50,8% de la cuota de mercado, seguidos por JD.com (15,9%) y Pinduoduo (13,2%).²⁰ Sin embargo, en 2023, Pinduoduo superó a JD.com para convertirse en el segundo actor más grande, impulsado por el crecimiento agresivo del comercio social.²¹ En 2024, Taobao y Tmall representaban el 40% de las ventas minoristas en línea.²¹

La competencia no se limita a los gigantes tradicionales. Plataformas de comercio social y transmisión en vivo como Douyin (TikTok en China) y Kuaishou han surgido como fuerzas disruptivas significativas.¹⁶ Douyin, por ejemplo, representó casi la mitad (47%) del GMV total de las principales plataformas de comercio en vivo chinas en 2022, superando a Taobao Live.¹⁶ Alibaba responde a esta dinámica invirtiendo en la experiencia del usuario, fortaleciendo las ofertas de productos y fomentando programas de membresía premium como 88VIP, que retienen a clientes de alto valor.⁷ A nivel internacional, Alibaba International Digital Commerce Group (AIDC) se enfrenta a la competencia de Temu de Pinduoduo, que ha irrumpido con precios agresivos.⁴ Sin embargo, el liderazgo de Alibaba en Europa (32.300 millones de euros en exportaciones en 2023) y su escala global a través de AliExpress, Lazada y Trendyol ofrecen un amplio alcance.⁴

Computación en la Nube: Cuota de Mercado y Dinámica de Crecimiento

Alibaba Cloud es el líder del mercado en China. En el tercer trimestre de 2023, Alibaba Cloud tenía la mayor cuota de mercado con un 39%, en comparación con Huawei Cloud (19%) y Tencent Cloud (15%).²² A nivel global, Alibaba Cloud se mantuvo en el cuarto lugar en el cuarto trimestre de 2024, con una cuota de mercado del 4%.²³

El mercado chino de la computación en la nube está experimentando un

crecimiento significativo, impulsado por iniciativas gubernamentales y la adopción de tecnologías como la IA y el big data.²⁴ Alibaba Cloud ha sido un actor clave en esta transformación, ofreciendo recursos informáticos escalables y análisis sofisticados.²⁴ La empresa ha realizado recortes históricos de precios en más de 100 productos básicos de la nube en febrero de 2024, con el objetivo de democratizar los servicios de la nube pública en la era de la IA.²⁴ La inversión de US\$53.000 millones de Alibaba en infraestructura de IA y nube durante los próximos tres años es una clara señal de su ambición de mantener su liderazgo y competir con gigantes tecnológicos globales en este espacio de rápida evolución.¹³ El crecimiento de tres dígitos en los productos relacionados con la IA de Alibaba Cloud por sexto trimestre consecutivo ⁷ demuestra una fuerte tracción en un segmento de alto potencial.

Logística y Servicios Locales: Fortalezas Diferenciadas

En el ámbito logístico, Cainiao, el brazo logístico de Alibaba, se distingue por su avanzada infraestructura tecnológica y su red global. A diferencia de las plataformas que dependen únicamente de terceros, Alibaba ha invertido estratégicamente en la construcción de una red logística integral.⁵ Cainiao utiliza big data, IA e IoT para optimizar rutas y operaciones de almacén, con ejemplos como el seguimiento de paquetes en tiempo real y almacenes inteligentes con robots.⁵ Esta capacidad tecnológica, combinada con una red que abarca 224 países y regiones y más de 40 almacenes globales, le otorga una ventaja competitiva en la eficiencia y la velocidad de entrega.⁵ La reciente adquisición total de Cainiao por parte de Alibaba subraya su importancia estratégica para los planes de crecimiento internacional del grupo.²⁵

En los servicios locales, el Local Services Group de Alibaba compite con actores como Meituan, que domina el mercado chino de entrega de alimentos.²⁶ Si bien Meituan reportó un crecimiento de ingresos del 18,1% en el primer trimestre de 2025 y una posición dominante ²⁶, el Local Services Group de Alibaba también mostró un crecimiento del 12% en el trimestre finalizado en diciembre de 2024 y una significativa reducción de pérdidas.⁷ La mejora de la economía unitaria y la eficiencia operativa son clave para la competitividad de Alibaba en este segmento.⁷

VI. Entorno Regulatorio y Riesgos Clave

Impacto de las Regulaciones Chinas Antimonopolio y de Protección de Datos

Alibaba ha enfrentado un intenso escrutinio gubernamental en China desde finales de 2020, que incluyó una multa antimonopolio sustancial y la suspensión de la OPI de Ant Group.²⁸ La Administración Estatal para la Regulación del Mercado (SAMR) investigó a Alibaba por prácticas que obligaban a los vendedores a firmar contratos de exclusividad y le impuso una multa de US\$2.800 millones en abril de 2021.²⁸

Sin embargo, en agosto de 2024, el regulador del mercado chino confirmó que Alibaba había completado un proceso de "rectificación", lo que marcó el fin de la acción gubernamental contra la empresa.²⁹ Este desarrollo es crucial, ya que sugiere una estabilización del entorno regulatorio para Alibaba. A pesar de ello, la prolongada represión regulatoria impactó significativamente el valor de mercado de Alibaba, redujo su cuota de mercado y provocó una caída sustancial en el precio de sus acciones.²⁹ En respuesta, Alibaba ha intensificado sus esfuerzos para cumplir con los requisitos regulatorios y mejorar la transparencia, buscando reconstruir la confianza de los inversores.²⁹ La empresa ha mejorado su transparencia en gobernanza y ha hecho compromisos inaugurales en derechos humanos.³⁰

Además de las regulaciones antimonopolio, China ha implementado leyes estrictas de protección de datos, como la Ley de Seguridad de Datos (junio de 2021) y la Ley de Protección de Información Personal (PIPL, agosto de 2021).²⁸ Estas leyes regulan la recopilación, almacenamiento, uso y transferencia de datos, y exigen la aprobación de ciberseguridad para empresas con más de 1 millón de usuarios que cotizan en el extranjero.²⁸ Alibaba ha respondido a estas regulaciones implementando iniciativas de gobernanza para alinearse con los estándares ESG internacionales y mejorando la transparencia sobre cómo maneja la información del usuario y aplica las reglas de la plataforma.²⁹

Tensiones Geopolíticas e Implicaciones de la Política Comercial

Las tensiones geopolíticas entre Estados Unidos y China representan un riesgo continuo para Alibaba, particularmente en lo que respecta a las políticas comerciales y las restricciones tecnológicas. Las tarifas estadounidenses y las

restricciones a la exportación de chips podrían interrumpir las cadenas de suministro globales.⁴ Además, la eliminación reciente de exenciones arancelarias estadounidenses sobre bienes importados de bajo valor podría afectar el negocio de comercio electrónico internacional de Alibaba.¹⁴

Alibaba está navegando estos vientos en contra geopolíticos mediante una estrategia de "arbitraje regulatorio", asociándose con empresas locales en Europa y Asia para evitar restricciones comerciales estadounidenses.¹² La diversificación de su base de fabricación también mitiga algunos riesgos.⁴ La compañía busca aprovechar las oportunidades en el mercado interasiático y la penetración en Europa para aislar su crecimiento de las tensiones.¹²

Desafíos Operativos y Presiones de Rentabilidad

Alibaba enfrenta desafíos operativos derivados de la intensa competencia y los crecientes gastos operativos y de capital.³ La rentabilidad de su segmento internacional ha reportado pérdidas, aunque con una mejora secuencial en la economía unitaria de AliExpress' Choice.⁴ Las inversiones masivas en infraestructura en la nube e IA, aunque estratégicas para el crecimiento a largo plazo, han impactado el flujo de caja libre a corto plazo.⁷

La empresa también debe gestionar los desafíos relacionados con los productos falsificados en sus plataformas, lo que puede dañar su reputación y la confianza del consumidor.³ Mantenerse a la vanguardia de la innovación tecnológica es crucial, ya que el panorama digital evoluciona rápidamente.³ A pesar de estos desafíos, la estrategia de Alibaba de optimizar la eficiencia operativa y la rentabilidad en sus diversos segmentos ⁷ y su enfoque en la innovación impulsada por la IA ¹¹ son fundamentales para superar estas presiones.

VII. Análisis de Valoración y Sentimiento de los Analistas

Múltiplos de Valoración Clave (P/E, EV/EBITDA)

El análisis de valoración de Alibaba (BABA) sugiere que la acción podría estar infravalorada en comparación con sus pares y el promedio de la industria.

- **Relación Precio/Beneficios (P/E):** A partir del 20 de mayo de 2025, la relación P/E de Alibaba es de 15,06.³¹ En comparación con sus pares, Alibaba (15,1x) se considera un buen valor frente al promedio de sus competidores (70,4x), que incluye empresas como Coupang (201,8x) y MercadoLibre (62,9x).³² Respecto al promedio de la industria minorista multilínea global (19,4x), Alibaba también presenta un valor favorable.³² Además, la relación P/E de Alibaba (15,1x) es significativamente inferior a su relación P/E justa estimada (26,6x), que considera el crecimiento de las ganancias previsto y los márgenes de beneficio.³²
- **Valor de Empresa/EBITDA (EV/EBITDA):** La relación EV/EBITDA de Alibaba es de 10,3x.³² Esta métrica, junto con la relación EV/Ingresos (1,9x) y la relación PEG (1,5x), proporciona una visión adicional de la valoración de la empresa.³²

El hecho de que Alibaba cotice con una relación P/E inferior tanto a la media de sus pares como a la media de la industria, y significativamente por debajo de su P/E justo estimado, sugiere que el mercado podría estar infravalorando su potencial de ganancias futuras o sus activos actuales. Esto puede ser un indicio de que la acción ofrece una oportunidad de compra, especialmente si se considera el crecimiento y las iniciativas estratégicas de la empresa.

Calificaciones de Consenso de Analistas y Precios Objetivo

El sentimiento de los analistas hacia Alibaba es predominantemente positivo. De un total de 55 analistas, 50 tienen una calificación de "Compra" y 5 de "Neutral", sin ninguna calificación de "Venta".³³ De manera similar, 21 firmas de corretaje otorgan a Alibaba una recomendación promedio de "Compra Fuerte" (1.00 en una escala de 1 a 5, donde 1 es "Compra Fuerte").³⁴

El precio objetivo promedio a 12 meses de los analistas es de US\$163,02, lo que sugiere un potencial de revalorización del 36,39% desde un precio de acción de US\$119,52 a partir del 27 de mayo de 2025.³² Otro conjunto de analistas establece un precio objetivo promedio de US\$159,55, lo que representa un aumento del

32,15% desde el precio de cierre de US\$120,73.³⁴ Los pronósticos individuales varían desde un mínimo de US\$85,00 hasta un máximo de US\$190,00.³³

Evaluación del Valor Razonable y Potencial de Revalorización

El análisis de flujo de caja descontado (DCF) estima un valor razonable para BABA de US\$197,55, lo que sugiere que la acción está infravalorada en un 39,5% respecto a su precio actual de US\$119,52.³² Esta evaluación, junto con el consenso de los analistas, refuerza la idea de un potencial de revalorización significativo.

La fuerte recomendación de "Compra Fuerte" por parte de un número considerable de analistas, junto con un precio objetivo promedio que indica un potencial de revalorización de más del 30%³², es un respaldo importante para la tesis de inversión. Esto sugiere que los profesionales del mercado ven un valor sustancial en Alibaba, lo que se alinea con la perspectiva de que la acción está en mínimos y tiene espacio para crecer. La coherencia entre las métricas de valoración y el sentimiento de los analistas refuerza la confianza en la perspectiva de que Alibaba podría ser una oportunidad de compra atractiva.

VIII. Conclusión: Sustentando la Tesis de Inversión

El análisis fundamental de Alibaba Group Holding Limited (BABA) revela una empresa en un punto de inflexión estratégico, con fortalezas significativas que pueden sustentar la tesis de inversión iniciada por el análisis técnico.

Fortalezas Fundamentales:

- **Crecimiento Operativo Resiliente y Rentabilidad Mejorada:** Si bien el crecimiento de los ingresos generales es moderado, los segmentos clave como AIDC (comercio internacional) y Cloud Intelligence Group (especialmente los productos de IA) están mostrando un crecimiento robusto de dos y tres dígitos, respectivamente.⁶ La mejora en los márgenes operativos y la reducción de pérdidas en segmentos como Local Services y Digital Media and Entertainment⁶ demuestran una mayor eficiencia y un enfoque en la rentabilidad subyacente del negocio.
- **Inversión Estratégica en IA y Nube:** La ambiciosa inversión de US\$53.000 millones en infraestructura de IA y nube¹³, junto con la visión de la IA como el "objetivo principal"¹¹, posiciona a Alibaba para capitalizar la próxima ola

de innovación tecnológica. Esta inversión, aunque impacta el flujo de caja libre a corto plazo, es un compromiso a largo plazo que podría generar un valor significativo.

- **Dominio del Mercado y Expansión Global:** Alibaba mantiene una posición dominante en el comercio electrónico chino y está expandiendo agresivamente su huella internacional, diversificando sus fuentes de ingresos y mitigando los riesgos del mercado interno.⁴ Su liderazgo en el mercado de la nube en China es un activo clave.²²
- **Gestión de Capital y Retorno al Accionista:** Las recompras de acciones y los dividendos recientes⁹ demuestran un compromiso con la creación de valor para el accionista, mientras que la desinversión de activos no esenciales¹¹ optimiza la cartera de negocios.
- **Valoración Atractiva y Sentimiento Positivo de los Analistas:** Las métricas de valoración (P/E y EV/EBITDA) y el análisis de flujo de caja descontado sugieren que BABA está infravalorada.³¹ El consenso de "Compra Fuerte" por parte de los analistas, con un potencial de revalorización significativo, refuerza esta perspectiva.³²

Debilidades y Riesgos Clave:

- **Volatilidad de la Utilidad Neta GAAP:** La gran diferencia entre la utilidad neta GAAP y no-GAAP⁶ indica que los resultados financieros pueden ser influenciados por factores no operativos, lo que exige un análisis cuidadoso de las métricas subyacentes.
- **Competencia Intensa:** Alibaba enfrenta una competencia feroz en todos sus segmentos principales, tanto a nivel nacional (JD.com, Pinduoduo, Douyin en comercio electrónico; Huawei Cloud, Tencent Cloud en la nube) como internacional (Temu, Amazon).²
- **Entorno Regulatorio y Geopolítico:** Aunque Alibaba ha completado su proceso de "rectificación" en China²⁹, el riesgo regulatorio y las tensiones geopolíticas entre EE. UU. y China siguen siendo factores a monitorear, con posibles implicaciones para las operaciones y la expansión global.⁴
- **Impacto en el Flujo de Caja Libre por Inversiones:** Las fuertes inversiones en infraestructura de la nube y la IA, si bien son estratégicas, han reducido el flujo de caja libre a corto plazo.⁷ Esto debe ser monitoreado para asegurar que los rendimientos de estas inversiones se materialicen.

Consideraciones Clave para el Inversor:

La base fundamental de Alibaba es sólida, con un claro enfoque estratégico en la innovación (especialmente en IA) y la expansión internacional. La empresa está reconfigurando activamente su cartera de negocios para mejorar la eficiencia y la rentabilidad. La aparente infravaloración de sus acciones y el fuerte respaldo de los analistas sugieren que el mercado podría no estar valorando completamente su potencial a largo plazo.

Para el inversor que ha identificado una oportunidad técnica, el análisis fundamental proporciona un marco de apoyo considerable. Si bien los riesgos inherentes al mercado chino y al entorno geopolítico persisten, la dirección estratégica de Alibaba hacia la IA, su continua expansión global y su compromiso con la rentabilidad operativa ofrecen un argumento convincente para una tesis de inversión a largo plazo. La capacidad de la empresa para ejecutar su estrategia "impulsada por la IA" y monetizar sus inversiones en nuevas tecnologías será fundamental para desbloquear el valor y validar la perspectiva de compra.

Evaluación Final y Perspectivas:

Alibaba se encuentra en un proceso de transformación, adaptándose a un entorno de mercado dinámico y a las presiones regulatorias. Su estrategia de "usuario primero" e "impulsada por la IA", combinada con una gestión activa del capital y una expansión internacional selectiva, posiciona a la empresa para un crecimiento sostenible. El desempeño financiero reciente, aunque con matices en la utilidad neta, muestra una mejora en la eficiencia operativa y un fuerte crecimiento en los segmentos clave. Dada la valoración actual y el consenso positivo de los analistas, la investigación fundamental respalda la noción de que Alibaba podría representar una oportunidad de inversión atractiva para aquellos con una perspectiva a largo plazo y tolerancia a los riesgos asociados con el mercado chino y el sector tecnológico global.

Obras citadas

1. Alibaba Group Will Announce March Quarter 2025 and Full Fiscal Year 2025 Results on May 15, 2025 - Business Wire, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.businesswire.com/news/home/20250430935559/en/Alibaba-Group-Will-Announce-March-Quarter-2025-and-Full-Fiscal-Year-2025-Results-on-May-15-2025>
2. Alibaba vs JD.com: The Battle for Digital Dominance – CKGSB Knowledge, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://english.ckgsb.edu.cn/knowledge/article/china-digital-economy-alibaba-and-jd-com-rivalry/>
3. The Competitive Landscape of Alibaba Group – CanvasBusinessModel.com, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://canvasbusinessmodel.com/blogs/competitors/alibaba-group-competitive-landscape>
4. Alibaba's 'Instant Commerce' Gambit: Can AI and Logistics Dominance Win China's Delivery War? - AInvest, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.ainvest.com/news/alibaba-instant-commerce-gambit-ai-logistics-dominance-win-china-delivery-war-2504/>
5. TOP 6 Warehouses in China - SendFromChina, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.sendfromchina.com/NewsCenter/top-warehouse-in-china.html>
6. Alibaba Group Announces December Quarter 2024 Results - SEC.gov, fecha de acceso: mayo 28, 2025, https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1577552/000110465925015648/tm257183d1_ex99-1.htm
7. Alibaba Group Announces December Quarter 2024 Results, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.businesswire.com/news/home/20250219393026/en/Alibaba-Group-Announces-December-Quarter-2024-Results>
8. Alibaba revenue up 6% in FY2025, but is “all in” on AI working out? - Dao Insights, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://daoinsights.com/news/alibaba-revenue-up-6-in-fy2025-but-is-all-in-on-ai-working-out/>
9. Alibaba Group Announces March Quarter 2025 and Fiscal Year ..., fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.businesswire.com/news/home/20250514856295/en/Alibaba-Group-Announces-March-Quarter-2025-and-Fiscal-Year-2025-Results>
10. Alibaba Earnings Dates, Reports, Calls 2015-2025 (NYSE: BABA ..., fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.wallstreetzen.com/stocks/us/nyse/baba/earnings>
11. Alibaba's Core Businesses Reignite Growth as AI Delivers Strong Results -

- Alizila, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.alizila.com/alibabas-core-businesses-reignite-growth-as-ai-strategy-delivers-strong-results/>
12. Alibaba's Strategic Bet on AI and Inter-Asia Expansion Amid Geopolitical Crosscurrents, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.ainvest.com/news/alibaba-strategic-bet-ai-inter-asia-expansion-geopolitical-crosscurrents-2505/>
 13. Alibaba Cloud Strengthens AI Capabilities with Innovations for International Customers, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
https://www.alibabacloud.com/blog/alibaba-cloud-strengthens-ai-capabilities-with-innovations-for-international-customers_602126
 14. Alibaba Q4 2025 earnings preview: AI investment and trade tension in focus - IG, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.ig.com/en/news-and-trade-ideas/alibaba-q4-fy25-earnings-preview-250508>
 15. How will Alibaba's Q4 2024 earnings reflect China's economic health? | IG International, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.ig.com/en/news-and-trade-ideas/alibaba-q4-2024-earnings-preview--implications-for-the-chinese-e-250129>
 16. Live Commerce in China: Top Platforms, GMV, Revenue, Market Analysis - ECDB, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://ecdb.com/blog/livestream-commerce-in-china-taobao-leads-but-its-dominance-fades/4598>
 17. The State of E-commerce Jobs, Careers, and Salaries in China (2025), fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://teamedupchina.com/the-state-of-ecommerce-jobs-careers-and-salaries-in-china/>
 18. Alibaba's Cainiao rolls out aid for Chinese cross-border sellers - Tech in Asia, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.techinasia.com/news/alibabas-cainiao-rolls-out-aid-for-chinese-cross-border-sellers>
 19. Cainiao fights against internal competition, securing hundreds of millions of dollars in Orders, successfully establishing a path for Logistics Technology exports. - Moomoo, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.moomoo.com/news/post/52119952/cainiao-fights-against-internal-competition-securing-hundreds-of-millions-of>
 20. China - eCommerce - International Trade Administration, fecha de acceso: mayo 28, 2025,
<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/china-ecommerce>
 21. China Online Retail Forecast Report 2024: A \$2.9 Trillion Market by 2028 Featuring Alibaba, Taobao, Tmall, JD.com, Vipshop, Pinduoduo, Douyin, and Kwai - GlobeNewswire, fecha de acceso: mayo 28, 2025,

- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/08/15/2931068/28124/en/China-Online-Retail-Forecast-Report-2024-A-2-9-Trillion-Market-by-2028-Featuring-Alibaba-Taobao-Tmall-JD-com-Vipshop-Pinduoduo-Douyin-and-Kwai.html>
22. China cloud infrastructure spend hits \$9.2bn in Q3 with 'relentless' AI focus, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.cloudcomputing-news.net/news/china-cloud-infrastructure-spend-hits-9-2bn-in-q3-with-relentless-ai-focus/>
 23. AWS, Microsoft, Google Fight For \$90B Q4 2024 Cloud Market Share - CRN, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.crn.com/news/cloud/2025/aws-microsoft-google-fight-for-90b-q4-2024-cloud-market-share>
 24. China Cloud Computing Market Size & Share Analysis - Industry Research Report, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/china-cloud-computing-market>
 25. Red Dragon at the Door: How Chinese CEP Giants Are Shaping the Future of Europe's Last-Mile Logistics, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://lastmileexperts.com/index.php/2025/05/19/red-dragon-at-the-door-how-chinese-cep-giants-are-shaping-the-future-of-europes-last-mile-logistics/>
 26. Meituan sees 18.1% Q1 revenue growth - Tech in Asia, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.techinasia.com/news/meituan-sees-181-q1-revenue-growth>
 27. Meituan Nearly Triples Profit Despite Competition — Update - Morningstar, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.morningstar.com/news/dow-jones/202503212877/meituan-nearly-triples-profit-despite-competition-update>
 28. China's Regulatory Clampdown on Big Tech - ICAS, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://chinaus-icas.org/research/chinas-regulatory-clampdown-on-big-tech/>
 29. Alibaba - Ranking Digital Rights - The 2025 Big Tech Edition, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://rankingdigitalrights.org/bte25/companies/Alibaba>
 30. The 2025 Big Tech Edition - Ranking Digital Rights, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://rankingdigitalrights.org/bte25/chinese-tech-giants?scroll=true>
 31. Alibaba PE Ratio 2011-2024 | BABA - Macrotrends, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://macrotrends.net/stocks/charts/BABA/alibaba/pe-ratio>
 32. Alibaba Group Holding (NYSE:BABA) Stock Valuation, Peer Comparison & Price Targets, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://simplywall.st/stocks/us/retail/nyse-baba/alibaba-group-holding/val>

uation

33. Alibaba Stock Price | BABA Stock Quote, News, and History - Markets Insider, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://markets.businessinsider.com/stocks/baba-stock>
34. What is the current Price Target and Forecast for Alibaba (BABA) - Zacks, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.zacks.com/stock/research/BABA/price-target-stock-forecast>
35. Alibaba, Huawei Lead COVID-19 Impacted China Cloud Market - SDx Central, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.sdxcentral.com/analysis/alibaba-huawei-lead-covid-19-impacted-china-cloud-market/>
36. China's new economic weapons | How to use it - Hinrich Foundation, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.hinrichfoundation.com/research/how-to-use-it/china-new-economic-weapons/>
37. China Monthly Antitrust Update: May 2025 | Dacheng - JDSupra, fecha de acceso: mayo 28, 2025, <https://www.jdsupra.com/legalnews/china-monthly-antitrust-update-may-2025-5619981/>