

Empresas

NOTICIAS A UN CLIC

Benetton, entre las marcas que se han divorciado de firmas locales

Los desaciertos de La Polar, Ripley y Mango en Colombia

- Facebook
- Twitter
- Google +
- LinkedIn

Lunes, Marzo 7, 2016

Amazon amplía su portafolio de negocios para sus usuarios

¿CUÁLES SON LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA COMPAÑÍA?

SERVICIO

Lumberyard	Motor para la creación de juegos
Delivery	Entrega de domicilios de comida
Fulfillment	Almacenaje, empaquetamiento y envío de productos
As-a-service	Soluciones en la nube para empresas
Red de librerías	Venta de libros físicos en Seattle
Phones	Fabricación y distribución de celulares
Propia línea de moda	Confección de línea de ropa

INTERÉS POR LA MODA

En 2014 Amazon abre su propia tienda virtual de ropa. Finalizando 2015 tenía:

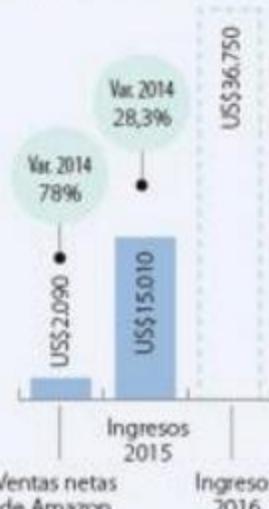
7.000 prendas



2.000 marcas



ESTADOS FINANCIEROS
Septiembre de 2015
Cifras en millones



Bogotá _El gigante del comercio electrónico Amazon busca en la creación de una línea propia de ropa y en la entrega de producto ajenos a los libros, una forma de expandir su negocio y llegar a cumplir la mayoría de los deseos de sus clientes.

Desde 2014, la plataforma incursionó en el mundo de la moda obteniendo en un periodo de dos años el registro de al menos 2.000 marcas de ropa como trajes hechos con materiales reciclables como Ecoalf y vestuario del diseñador español Pedro del Pierro, así como Tantra.

De igual forma, la compañía le apostó a los videojuegos, la entrega a domicilios de alimentos, soluciones empresariales en la nube, venta de libros físicos y la fabricación y distribución de teléfonos móviles.

Felipe López, experto en diseño de marcas, dijo que estas estrategias se crean cuando Amazon como pionero en el comercio electrónico entiende las necesidades de sus usuarios y estos "empiezan a crear una demanda" con productos diferentes a los libros, llevándolos así a que "innoven su portafolio de servicios".

Estas apuestas le han generado a la empresa, que hace presencia en al menos 15 países, ingresos de US\$15.010 millones a septiembre de 2015, lo que representa una variación de 28,3% respecto a las utilidades que registraron el año anterior.

Adicionalmente, las ventas netas de Amazon Web Services crecieron 78% frente a 2014 al lograr la cifra de US\$2.090 millones.

Para el especialista en marcas, Carlos Rodríguez, el éxito en la expansión del negocio se debe a la "naturaleza del negocio".

"Tienen una plataforma totalmente consolidada sobre la cual los consumidores creen y confían y como Amazon da respaldo a los productos, los consumidores no se preocupan y continúan lanzándose en los negocios con ellos", afirmó Rodríguez.

Adicionalmente, el experto en empresas señaló que la compañía continuará innovando en la comercialización de productos aprovechando la ventaja de tener una plataforma en la que cualquier producto que se ofrezca en su espacio digital "tiene un mercado cautivo y en la que con sus nuevos productos pueden continuar perfilando a sus consumidores".

La opinión

Felipe López

Experto en diseño de marcas

"La ventaja de Amazon es ser la plataforma de e-commerce mas grande de planeta y para cualquier marca es muy tentador estar ahí".