


## Globoeconomía

## NOTICIAS A UN CLIC

Los países de la Opep acordaron limitar la producción de petróleo

 Facebook

 Twitter

 Google +

 LinkedIn

Jueves , Septiembre 29, 2016

# Domicilios de comida y accesorios, los nuevos modelos de negocio de las firmas tecnológicas



**Bogotá\_** Esta semana ha sido de cambios para las compañías tecnológicas: Snapchat ahora se llama Snap Inc, Uber se lanzó al negocio de los domicilios de comida en Amsterdam y Tokio con UberEATS, y Amazon.com amplió su portafolio de productos y creó un sistema de entrega rápida en Madrid tras unirse con la cadena de supermercados Día.

Con lo anterior queda clara una premisa: las firmas que han basado sus negocios en las plataformas web y aplicaciones móviles están saliendo de sus zonas de maniobra tradicionales con el fin de crecer en el mercado y ofrecer a sus consumidores productos y servicios que tienen claro que utilizarán gracias a los datos que han obtenido ellos previamente.

“Esas empresas empezaron a incursionar en otro tipo de mercados a medida que identificaron los gustos y las preferencias de sus usuarios, y plantearon un nuevo modelo de negocio que les permite cubrir las necesidades actuales de los consumidores y les ofrecen productos a partir de la reputación que ya han ganado”, afirmó para LR el experto en estrategia Carlos Rodríguez.

Snap Inc, por ejemplo, cambió su nombre porque sus directivos vieron que sus servicios iban más allá de la mensajería instantánea ingresando al sector de la información por las historias de medios de comunicación que publican y cambian cada 24 horas. Este tema los ha dejado muy bien parados en temas de publicidad, rubro por el que esperan recibir US\$366,69 millones este año y más de US\$1.000 millones en 2017.

Además, con el lanzamiento del martes de sus gafas con cámara incorporada ‘Spectacles’, que le permitirán a los usuarios subir las historias que ven a su perfil en la aplicación, la compañía ingresó al mercado del hardware y de los accesorios.

Uber, por su parte, salió un poco más de su zona de confort al lanzar UberEATS. Con esto, la compañía pretende enviar domicilios de comidas de restaurantes registrados a sus usuarios a través de la misma aplicación que utilizan para solicitar transporte.

La vocera para la región Andina de Uber, Adriana Garzón, le dijo a este medio que no esperan un lanzamiento del servicio a largo plazo en la región.

Por su parte, Amazon.com ahora también ofrecerá productos de la cadena de supermercados Día en su plataforma, con lo que llevará domicilios en un máximo de una hora a las personas de la comunidad de Madrid.

Según el coordinador de negocios internacionales de la Universidad de La Salle, Julio César Botero, esto responde a que “las grandes empresas son susceptibles a perder su poder por las pequeñas ideas innovadoras”.

Esto último retrata lo sucedido con BlackBerry que anunció que definitivamente dejará de fabricar teléfonos móviles.

La compañía canadiense que fuera la líder en el negocio de los smartphones produjo pérdidas de US\$371 millones en el segundo trimestre fiscal del año y ahora subcontratará el desarrollo de hardware, mientras que se enfoca en la producción de software.

## Las opiniones

**Julio César Botero**

*Investigador de la Universidad de La Salle*

“Las empresas pueden perder parte de su poder por las pequeñas ideas innovadoras y también pueden perder su posición en el mercado”.

**Carlos Rodríguez**

*Experto en estrategia empresarial*

“Las organizaciones siempre deben tener claro cuáles son las dinámicas de los consumidores y cómo dar solución a sus expectativas”.