

Kippel⁰¹

EMPRESA

Hollywood, Alexa y 'last mile': Amazon desintegra la barrera entre lo físico y lo digital

El gigante estadounidense está mutando su negocio para abarcar las demandas del mundo físico y del mundo digital, pasando por el ecommerce, la producción cinematográfica o los servicios financieros.

02 MAY 2017 — 05:00

POR KIPPEL01



“Con Alexa, **Amazon** nos ofrecerá el primer sistema operativo de la vida real”. Así de contundente se mostraba **Aleix Valls**, consejero delegado de la **Fundación Mobile World Capital** y gurú tecnológico, al explicar cómo el grupo estadounidense está cambiando de piel para dejar atrás su condición de *marketplace* y convertirse en un gigante tecnológico.

Lejos quedan los años en los que **Amazon** se dedicaba a vender productos a través de su Red. Granjas eólicas, estudios de producción cinematográfica, software de gestión para empresas, plataformas para desarrolladores, soportes publicitarios, servicios financieros e incluso supermercados sin cajeros son sólo algunos de los negocios en los que la compañía que capitanea **Jeff Bezos** se ha zambullido.

Y aún quedan muchos más por venir, según Valls. “**Amazon** ha leído muy bien la hibridación entre el mundo real y el mundo virtual, que acabará fusionándose en un espacio único –explica el experto–; **Google**, en particular, se ha adormecido un poco y **Facebook** ya se está poniendo las pilas a toda pastilla, pero **Amazon** es el único que ya existe en los dos mundos”.

1/3

<https://www.kippel01.com/empresa/hollywood-alexa-y-last-mile-amazon-desintegra-la-barrera-entre-lo-fisico-y-lo-digital.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

En los últimos tres meses, **Amazon** ha disparado sus ingresos hasta 35.710 millones de dólares (32.775 millones de euros) y ha elevado su beneficio un 41,1%, hasta 724 millones de dólares (664 millones de euros). En paralelo a la buena salud de sus cuentas financieras, el grupo ha lanzado una nueva herramienta que sugiere qué ropa comprar según la meteorología, ha abierto al público la plataforma de suscripciones *Subscribe with Amazon* y ya ha trazado el plano de lo que sería una fábrica textil totalmente automatizada.

La división de retail de Amazon generó el 62% de las ventas totales del grupo en el primer trimestre de 2017

Hasta ahora, **Amazon** ha cimentado su negocio en el retail. Así lo demuestran sus últimas cuentas financieras, que cifran en 22.286 millones de dólares (20.950 millones de euros) las ventas en este sector en el primer trimestre de 2017. En esta partida se incluyen sus actividades como *marketplace*, así como sus servicios de **Amazon Prime**, **Amazon Fresh** y **Amazon Pantry** o los supermercados físicos **Amazon Go** (aún en pruebas en Seattle).

Los libros, uno de los productos que han acompañado a la compañía desde su fundación en 1995, tampoco podían faltar: la empresa continúa distribuyéndolos y además los ha llevado a su vertiente más digital con **Kindle**. En esta misma línea, la empresa se ha adentrado en el sector electrónico con las *tablets* de **Amazon Fire** y con **Fire TV**, un dispositivo con un funcionamiento muy similar al de **Apple TV**.

Otro de los negocios en los que **Amazon** ha visto un filón es la moda. El grupo empezó vendiendo zapatos a través de **Amazon Fashion** en 1998, área por la que apostó con operaciones como la compra de **BuyVIP**, cuando este negocio tomó impulso. Recientemente, la empresa estadounidense ha optado por clausurar la plataforma de **BuyVIP**.

Del mundo físico al digital

Aunque la mitad del negocio de **Amazon** se sustenta en sus ventas al detalle, la compañía está acelerando en el negocio digital a pasos agigantados a través de **Amazon Web Services**. En 2016, el grupo estadounidense cerró el ejercicio con una facturación de 12.219 millones de dólares, un 55% más en comparación con el año anterior. De 2014 a 2015, esta cifra se elevó un 70%.

Amazon Web Services aglutina todos los servicios en el *cloud* de **Amazon**: el grupo ofrece desde servicios de almacenamiento, migración o base de datos, pero también incluye herramientas para desarrolladores, servicios para crear aplicaciones móviles e incluso un motor de juegos multiplataforma en 3D.

La compañía de Bezos también se ha zambullido en el mundo de la inteligencia artificial con programas como **Amazon Rekognition**, que busca y analiza imágenes; o **Amazon Lex**, capaz de crear *chatbots* de voz y texto. En este sentido, uno de los grandes lanzamientos de **Amazon** ha sido **Amazon Echo**, que se apoya en el software de **Alexa** para ejercer como asistente de voz personalizable. El negocio digital también le ha abierto otras puertas a **Amazon**, que ha lanzado sus propias plataformas de música y video en *streaming*; o que ha plantado cara a **PayPal** con la

Kippel⁰¹

EMPRESA

plataforma de pagos **Amazon Pay**.

El pastel de la publicidad, Hollywood y los drones

La ingente cantidad de datos que recopila **Amazon** con cada transacción le han servido para validar su papel en el negocio publicitario, un sector que actualmente está dominado por **Google** y **Facebook**. Si bien la compañía no desglosa los ingresos de esta área, previsiones como las de *eMarketer* señalan que este negocio podría alcanzar los 1.000 millones de ingresos este año.

Y, de vuelta al mundo físico, **Amazon** también se ha colado en los hogares con su **Dash Button** (que permite realizar un pedido de forma directa apretando un botón) e incluso se ha hecho un hueco en Hollywood con sus propios estudios, con películas como *Manchester frente al mar*, premiada en los Premios Oscar 2017. La compañía estadounidense también ha sacado provecho de sus centros logísticos (el grupo tiene más de un centenar en todo el mundo) permitiendo a terceros que usen su red logística, y se ha sumado a la maratón del *last mile* con drones que entreguen sus pedidos en cerca de treinta minutos.

3/3

<https://www.kippel01.com/empresa/hollywood-alexa-y-last-mile-amazon-desintegra-la-barrera-entre-lo-fisico-y-lo-digital.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.