

ENTORNO

Amazon, JD.com y Vipshop: el ecommerce desplaza al 'brick' entre los gigantes del retail

Por primera vez, el gigante estadounidense se cuela en el top ten de los mayores retailers por facturación en 2015.

17 ENE 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



Amazon esprinta para convertirse en el mayor retailer del mundo. La compañía estadounidense se posiciona, por primera vez, entre los diez mayores grupos de distribución del mundo por facturación. Con sólo una tienda física a cierre de 2015, el grupo alcanzó ese mismo año una facturación de 107.006 millones de dólares (100.491 millones de euros), una cifra sólo superada por los gigantes de la distribución como **Walmart**, **Costco**, **The Home Depot**, **Carrefour** o **Tesco**, entre otros.

De hecho, **Amazon** se ha convertido en el primer retailer online en plantar cara a los gigantes del *brick and mortar*, según se desprende de la nueva edición del informe *Global Powers of Retailing 2017*, elaborado por la consultora **Deloitte**. La compañía genera ya el 35% del total de las ventas del comercio electrónico en su mercado local, Estados Unidos, y se encuentra en plena ofensiva por ganar tamaño en Europa, donde prevé la apertura de nuevos centros logísticos en Italia, Barcelona y Madrid. La compañía estadounidense entró por primera vez en el ránking de **Deloitte** en el año 2000, ocupando la posición 186.

En la batalla por conquistar terreno de los *brick and mortar*, al grupo estadounidense se han sumado las asiáticas **JD.com** y **Vipshop**, que lideran la clasificación del *top 50* de las compañías que han

1/2

<https://www.kippel01.com/entorno/amazon-jdcom-y-vipshop-el-ecommerce-desplaza-al-brick-entre-los-gigantes-del-retail.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

ENTORNO

experimentado un mayor crecimiento en los últimos cinco años.

Las compañías chinas JD.com y Vipshop han experimentado un crecimiento superior al 50% entre 2010 y 2015

Entre 2010 y 2015, ambas compañías chinas han registrado un crecimiento en sus ventas superior al 54%, según indica el estudio de **Deloitte**. **JD.com**, uno de los principales competidores de **Alibaba**, alcanzó en 2015 una facturación de 26.991 millones de dólares (25.347 millones de euros). A inicios de año, el grupo señaló la moda como su negocio clave para hacer frente a sus competidores directos: **Alibaba** y **Amazon**. La compañía ocupa la posición número 37 en la clasificación de los 250 mayores retailers del mundo.

Vipshop, con un crecimiento del 64,4% entre 2010 y 2015, lidera el ranking de las empresas con una mayor evolución durante este periodo. Con una cifra de negocio de 6.084 millones de dólares (5.713,5 millones de euros), la compañía china ha pasado de ocupar la posición 246 a la 157 en sólo un año. El grupo, que fue fundado en 2008 y que está especializada en la venta de moda por Internet, cuenta ya con un catálogo de más de 14.000 marcas.

Amazon, JD.com y Apple, líderes en ventas online

Si bien la eclosión del ecommerce ha provocado que grupos como **Amazon** o **JD.com** lideren las ventas online, el comercio electrónico también ha impactado con fuerza en retailers físicos de la talla de **Apple**, **Walmart** o **Tesco**.

En 2015, la clasificación de los cincuenta líderes en ventas online subía al podio a **Amazon**, con unas ventas online de 79.268 millones de dólares (74.441 millones de euros), **JD.com** y **Apple**, con unas ventas de entre 24.000 y 26.000 millones de dólares.

La tabla también incluía al grupo de grandes almacenes **Macy's**, ocupando la décima posición; la compañía alemana **Zalando**, en el quinceavo puesto; o **Otto**, cuyas ventas online coparon un peso del 68% sobre el total de la facturación de retail.