

amazon.com.

The Amazon logo, a curved orange arrow pointing from left to right, is positioned below the text 'amazon.com.'

**Amazon.com ,**  
**el duro recorrido**  
**de un gigante de Internet.**

Como casi todas las empresas que surgieron en Internet en los 90, **Amazon.com** va asociado a un nombre, **Jeff Bezos**<sup>1</sup>, Ingeniero en Electrónica e Informática en la Universidad de Princeton e intrépido emprendedor que dejó la seguridad y estabilidad de un trabajo bien remunerado y una alta posición y se instaló en Seattle con su mujer fundando en 1995, la que desde sus inicios se consideró la librería más gran del mundo y la compañía pionera en comercio electrónico y referencia posterior de muchas otras que vinieron después.

A pesar de que en sus inicios solo vendía libros, posteriormente amplió su gama de productos, añadiendo a estos DVDs, Cds de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida y un largo etc.

Posterior a su inauguración (16 de Julio de 1995), se inició de inmediato un crecimiento exponencial. Comentar al respecto que a los 30 días de salir a la red y



sin promoción en los medios estaba vendiendo libros en los 50 estados de EEUU y en 45 países. En 1996, el web tenía más de 2.000 visitantes al día, siendo esta cantidad multiplicada por 25 un año después. Todo ello y un vertiginoso recorrido en los últimos años del siglo XX hacen que en diciembre de 1999, la revista **Time** nombraba a **Jeff Bezos** **Personaje del Año 1999**<sup>2</sup> y le aclamaban como "**el rey del cibercomercio**", convirtiéndose de esa manera a sus 35 años el cuarto individuo más joven en conseguirlo, detrás Charles Lindbergh con 25 años en

1927, la Reina Elizabeth II, que formó parte de la lista en 1952 con la edad de 26 y Jr. de Martin Luther King, que tenía 34 cuando lo seleccionaron en 1963.

<sup>1</sup> [Academy of Achievement](#) Biografía de Jeff Bezos

<sup>2</sup> [Revista Time](#): Referencia a la revista donde le mencionan personaje del año.

31/03/07	Amazon.com , el duro recorrido de un gigante de internet.	Página 2 de 6
	<a href="http://www.virtualb.com/blogs/yolanda">http://www.virtualb.com/blogs/yolanda</a>	
	Yolanda Hernández Socorro	



Pero no todo fué color de rosa para Amazon.com y Jeff , las pérdidas de esta empresa eran constantes, siendo una dura prueba y referencia dentro de la nueva economía y el comercio en la red, llevándola incluso a ser bautizada por muchos como pionera de las **"e-pérdidas"**. Esta situación comenzó a cambiar entre 2003 y 2004, año este último en el que Amazon.com consigue record históricos en cifra de ventas en su campaña comercial navideña viendo como clientes de cualquier parte del mundo adquirirían 2,8 millones de productos, lo que significaba 32 productos por segundo. Aparte por vez primera en su historia, las ventas de productos de electrónica de consumo superaron las de libros.

AMAZON.COM, INC. HISTORICAL INCOME STATEMENTS (in millions, except per share data) (quarterly information unaudited)	Calendar Years Ended December 31,				
	2006	2005	2004	2003	2002
Net sales	\$ 10.711	\$ 8.490	\$ 6.921	\$ 5.264	\$ 3.933
Cost of sales	8.255	6.451	5.319	4.007	2.941
Gross profit	2.456	2.039	1.602	1.257	992
Operating expenses (1):					
Fulfillment	937	745	601	495	405
Marketing	263	198	162	128	129
Technology and content	662	451	283	257	252
General and administrative	195	166	124	104	95
Other operating expense (income)	10	47	(8)	3	47
Total operating expenses	2.067	1.607	1.162	987	928
Income (loss) from operations	389	432	440	271	64
Interest income	59	44	28	22	25
Interest expense	(78)	(92)	(107)	(130)	(143)
Other income (expense), net	(4)	2	(5)	7	4
Remeasurement and other	11	42	(1)	(130)	(101)
Total non-operating income (expense)	-12	-4	-85	-231	-215
Income (loss) before income taxes	377	428	355	39	-151
Provision (benefit) for income taxes	187	95	-233	4	-1
Income before cumulative effect change in accounting principle	190	333	588	35	(150)
Cumulative effect of change in accounting principle	-	26	-	-	1
Net income (loss)	\$ 190	\$ 359	\$ 588	\$ 35	\$ (149)

Imagen 1: Fuente Amazon.com



### **Amazon.com pioneros en los programas de afiliación.**

Amazon.com también fué pionera en la utilización de programas de afiliación dentro de Internet. El modelo es muy sencillo, ofrecía y ofrece<sup>3</sup> comisiones sobre ventas a aquellas personas o comercios que tuvieran presencia online y que hicieran referencia en sus páginas a sus libros o productos. Ejemplo de ello podría el que a continuación ponemos, figurémonos una web que ofrece información sobre la cria y educación de perros, el promotor de la misma sabe que Amazon.com vende buenos libros acerca de este tema, de manera que a través de este programa de afiliación, al que previamente se ha de dar de alta, coloca un enlace o banner en tu sitio web refiriendo a sus visitantes al sitio de Amazon.com para que compren algunos libros sobre esta temática. La comisión o importe que recibe por venta varía según la profundidad en la referencia, si lo haces solamente a una sección o específicamente a un libro determinado. Digamos que si lo comparamos online, es como tener una valla publicitaria en multitud de sitios de manera gratuita, espacio que solo pagas si el mismo te proporciona beneficios. Actualmente Amazon tiene 500.000 afiliados<sup>4</sup>

### **Amazon.com líder en innovación, experiencia online de usuarios y usabilidad**

Centrarse en el usuario y en la experiencia del mismo, ha sido parte de la misión de esta empresa desde sus primeros días, haciendo responsables a todos los componentes del equipo de la experiencia de los clientes.

Se realizan constantemente test en su laboratorio de usabilidad y también surgen ideas a través de los correos electrónicos enviados por cliente.

Dentro de Amazon.com también existe un equipo de Métricas o estadísticos Este aspecto es muy importante, ya que no solo es medir sino hacerlo correctamente y entender y traducir los resultados. Se miden las ventas, las monitorean en diferentes medidas de tiempo -minutos, días etc-. Cualquiera que vea un cambio inesperado en una medición puede investigar cual es la causa.

<sup>3</sup> [Detalles del programa de Afiliación ofrecido dentro del portal Amazon.com](#)

<sup>4</sup> Datos extraídos de [Refer-it.com](#)

31/03/07	Amazon.com , el duro recorrido de un gigante de internet.	Página 4 de 6
	<a href="http://Www.virtualb.com/blogs/yolanda">http://Www.virtualb.com/blogs/yolanda</a>	
	Yolanda Hernández Socorro	

En cuanto al tema mencionado anteriormente, la famosa usabilidad, Amazon fue pionero en este aspecto, solo hay que verlo en cómo ha evolucionado en su navegación. Adjunto mediante imágenes se muestra una versión inicial y una de las últimas versiones de su barra de navegación.



Imagen 2: Fuente: [The History of Amazon's Tab Navigation](#)

Amazon también ha apostado por la innovación, creando herramientas que les resultan realmente útiles a los usuarios y que además aumentan las ventas. Ejemplo de ello ha sido el programa **"Inside the Book"**<sup>5</sup> (SITB), que ofrece una función de búsqueda que realiza un rastreo en todas las páginas de los libros digitalizados, siguiendo una o varias palabras clave introducidas por el usuario. Pueden mostrarse todos los resultados de búsqueda, presentándose en un contexto de dos a tres frases<sup>6</sup>. Los usuarios registrados pueden ver cada mes hasta un 20% de las páginas de un título. Después de abrir una página determinada a través de una búsqueda con palabras clave, pueden mostrarse también las dos páginas anteriores y las dos siguientes a la página abierta mediante el procedimiento de búsqueda. Los usuarios no registrados sólo tienen acceso al índice y a un breve extracto del texto.

<sup>5</sup> Fuente: Amazon.com - [Inside the Book](#)

<sup>6</sup> Fuente Amazon.com. Ver ejemplo de ello : [Funcionamiento de Inside the Book](#)

31/03/07	Amazon.com , el duro recorrido de un gigante de internet.	Página 5 de 6
	<a href="http://www.virtualb.com/blogs/yolanda">http://www.virtualb.com/blogs/yolanda</a>	
	Yolanda Hernández Socorro	



La descarga, copia e impresión de las páginas mostradas (esta última función tras las protestas de los autores estadounidenses) son denegadas, según Amazon por medidas técnicas. Sin embargo, son posibles las visualizaciones rápidas en pantalla (screenshots).

### **Situación actual de Amazon.com**

En el conjunto de 2006, **Amazon.com** ganó 190 millones de dólares, un 47% menos respecto a los 359 millones de 2005<sup>7</sup>. Los ingresos crecieron un 26% hasta 10.710 millones, frente a los 8.490 millones anteriores (ver imagen 2). Actualmente se sitúa en el puesto número 272 dentro del ranking de **Fortune 500** siendo la primera de su grupo correspondiente a Servicios y Ventas a través de Internet , por delante de los archifamosos Google , Yahoo y eBay.

Industry: Internet Services and Retailing			
Rank	Company	500 rank	Revenues (\$ millions)
1	<a href="http://Amazon.com">Amazon.com</a>	272	8,490.0
2	<a href="http://IAC/InterActiveCorp">IAC/InterActiveCorp</a>	313	7,118.8
3	<a href="http://Google">Google</a>	353	6,138.6
4	<a href="http://Yahoo">Yahoo</a>	412	5,257.7
5	<a href="http://eBay">eBay</a>	458	4,552.4
6	<a href="http://Sabre Holdings">Sabre Holdings</a>	683	2,521.3

From the April 17th, 2006 issue

**Imagen 3: Fuente extraida de CNNMoney.com , Fortune 500 (2206)**

Con todo lo anterior concluimos diciendo que Amazon.com realmente ha hecho honor a su nombre, ha diversificado, se ha ramificado y sé ha extendido por el mundo inundando cada rincón del mismo. Razón tenía Jeff Besso cuando decía "Hay una razón por la que la nombré Amazon.com."

<sup>7</sup> Ver Imagen 1