



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CURSO 2016/2017

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Mención en Dirección General

**El comercio electrónico en España: Análisis del servicio Prime
Now de Amazon**

**The e-commerce in Spain: Analysis of Prime Now Amazon's
service**

AUTORA: SANDRA JARA CORRAL

TUTOR: FRANCISCO JAVIER LENA ACEBO

12/09/2017

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I – EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA	7
1.1. Evolución	7
1.2. Características	10
1.3. Brecha digital	11
CAPÍTULO II – EMPRESA AMAZON	12
2. AMAZON	14
2.1. Historia.....	14
2.2. Inicios.....	15
2.3. Actualidad	17
2.3.1 Servicios de actualidad	17
2.3.2 Amazon Kindle	18
2.3.3 Programa Amazon Prime	19
3. SERVICIO PRIME NOW	21
3.1. ¿Qué es y desde cuándo funciona?	21
3.2. ¿Cómo funciona Prime Now?	23
3.3. Beneficios para el cliente y para Amazon	24
3.4. ¿Por qué utilizar el servicio Prime Now?.....	26
3.5. Prime Now en España	29
3.5.1 Madrid	29
3.5.2 Barcelona	33
3.6. Aplicación del servicio Prime Now en Santander.....	36
CAPÍTULO III – CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	42

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Tabla 1. Tipos de e-commerce.....	7
Gráfico 1.1.1. Evolución equipamiento de las TIC en las viviendas.....	8
Gráfico 1.1.2. Frecuencia de los usuarios a internet y sus compras.....	9
Tabla 1.2.1. Características del comercio electrónico.....	11
Gráfico 1.3.1. Porcentaje de hogares con acceso a Internet en el año 2014.....	12
Gráfico 1.3.2. Evolución del porcentaje de hogares con acceso a Internet, 2004-2014.	13
Ilustración 2.1.1. Logotipo Amazon.....	15
Ilustración 2.2.1. Primer local de amazon.....	16
Gráfico 2.3.1.2. Productos de Amazon Web Services.....	17
Ilustración 2.3.2.1. Primer Kindle de Amazon.....	18
Tabla 2.3.2.2. Evolución de las generaciones de Amazon Kindle y sus diferentes tipos.	19
Ilustración 3.2.1. Mapa de Madrid concretando la zona de Legazpi.....	23
Tabla 3.3.1. Tarifas normales vs. Tarifas Amazon Premium	25
Tabla 3.4.1. Comparativa servicio rápido de Amazon y El Corte Inglés	28
Ilustración 3.5.1.1. Amazon Prime Now en Madrid.....	29
Ilustración 3.5.1.2. Ubicación almacén y cercanía con autopista.	30
Ilustración 3.5.1.3. Población de la Comunidad de Madrid donde hay Prime Now	31
Ilustración 3.5.1.4. Mapa donde opera Prime Now en Madrid.....	32
Ilustración 3.5.2.1. Amazon Prime Now en Barcelona.....	33
Ilustración 3.5.2.2. Ubicación almacen Prime Now y referencias cercanas	34
Ilustración 3.5.2.3. Población de la provincia de Barcelona donde hay Prime Now ...	35
Ilustración 3.5.2.4. Mapa donde opera Prime Now en Barcelona. Fuente: El País	36
Ilustración 3.6.1. Mapa donde opera Prime Now en Barcelona. Fuente: El País	37
Ilustración 3.6.2. Población de las ciudades con almacén de Amazon en España y población de Santander.....	38
Gráfico 3.6.3. Personas que compraron por Internet en los últimos 12 meses.....	39

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría dar las gracias a todas aquellas personas que me han apoyado, no solo en este trabajo de fin de grado, sino en toda mi vida académica, donde he pasado por buenos y no tan buenos momentos.

Agradecer a todas las personas, que presentes conmigo físicamente o no, me han ayudado a lograr la finalización de este trabajo.

A mi tutor por haberme guiado durante estos meses en la consecución del mismo.

Y en especial, a mi familia, que han estado conmigo presentes en todo momento.

Muchas gracias a todos.

RESUMEN

El mundo del comercio electrónico, pese a su apariencia de sencillez, ha ido evolucionando a lo largo del tiempo hasta ser lo que es hoy en día.

En este trabajo se pretende mostrar que hay diferentes modelos de comercio electrónico, siendo el B2C el más importante y conocido. Además, también se mostrará las características fundamentales del e-commerce. Asimismo, en menor manera, se evidenciará de como en España año a año, el uso de Internet está aumentando exponencialmente debido a la casi reducción de la brecha digital existente en los últimos años, lo que también hace que el uso de Internet para realizar las compras crezca, como indica la SIE (2016).

Amazon fue una empresa pionera en el mundo del e-commerce, y es que, a pesar de tener una vida de poco más de 20 años, es una empresa referente a nivel mundial en el uso del comercio electrónico, y esto lo ha conseguido debido a todos los productos y servicios que ofrece, Ménder (2017). Igualmente, Amazon dispone de otros servicios que la diferencian de otras empresas de comercio electrónico, ya que cuenta con servicios como creador de contenidos, su propio portal de subir fotos y vídeos, desarrollo de startups o la posibilidad de entregas en periodos de tiempo muy estrechos con Amazon Prime Now, como explica Amazon en su propia web.

Amazon, a pesar de sus competidores, es una de las mayores empresas del mundo, lo que ha hecho que el CEO de la empresa, Jeff Bezos, logre el puesto al segundo hombre más rico del mundo justo detrás de Bill Gates, Forbes (2017).

ABSTRACT

The world of e-commerce in spite of his appearance of simplicity has been evolving throughout the time up to being what is nowadays.

In this project it is tried to show that there are different models of e-commerce, being the most important and known the B2C. In addition, it will show the fundamental characteristics of the e-commerce. Likewise, in minor way, it will be demonstrated of since in Spain year a year the Internet use is increasing due to almost reduction of the digital gap in the last years, fact that does the Internet use to realize the purchases grows, explain SIE (2016).

Amazon was a pioneering company in the world of e-commerce. In spite of having a life of little more than 20 years, it is a relating company worldwide in the use of e-commerce and this has obtained in due to all the products and services that Amazon offers, Mender (2017). Also, Amazon has other services that separate it from other companies of e-commerce, it relies on services as creator of contents, his own portal of raising photos and videos, development of startups or the possibility of deliveries in very short periods thanks to Amazon Prime Now.

Amazon has a lot of competitors but it is one of the major companies of the world, which has done that the CEO of the company, Jeff Bezos achieves the position to the richest second man of the world, just behind Bill Gates, explain Forbes (2017).

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tratará del comercio electrónico y aspectos como la evolución y las características de éste. Además, el foco del trabajo estará basado en una de las mayores empresas a nivel mundial en cuanto a materia del comercio electrónico, Amazon.

Es, por este motivo por el cual, antes de entrar a detallar qué es el comercio electrónico y cómo ha sido su evolución, se mostrará la definición de éste. De acuerdo con Seoane Balado (2005) *“el comercio electrónico o e-commerce es cualquier tipo de operación comercial en la que la transacción se realiza mediante algún sistema de comunicación electrónico, por lo que no se requiere el contacto físico entre comprador y vendedor”*.

Con la ayuda de este tipo de comercio las empresas han introducido en sus actividades el negocio electrónico con la finalidad de potenciar sus ventas. Además de las empresas, son otros agentes los que utilizan esta forma de comercio, por lo que existen diferentes tipos de *e-commerce*, como se recogen en la siguiente tabla:

B2B (Business to business)	El comercio entre empresas.
B2C (Business to consumer)	El comercio entre empresas y consumidores finales. Es el tipo de e-commerce más utilizado.
C2C (Consumer to consumer)	El comercio entre dos consumidores donde ambos actúan como compradores y vendedores.

C2B (Consumer to business)	El comercio entre consumidores y empresas, donde el primero utiliza internet para conseguir productos al mejor precio y condiciones.
A2B (Administration to business)	El comercio entre administraciones y empresas, donde las primeras prestan servicios a las empresas.
B2A (Business to administration)	El comercio entre empresas y administraciones, las empresas venden sus productos mediante subastas o concursos.
A2C (Administration to consumer)	El comercio entre administraciones y consumidores donde la primera vende productos a los consumidores.

Tabla 1.1. Tipos de e-commerce. Fuente: Creación propia con información de Seoane Bolado, E. (2005)

Amazon, la empresa considerada en este estudio, está basada fundamentalmente en el tipo B2C (business to consumer), siendo una de las empresas referencia debido a su gran tamaño. A pesar de ello, utiliza otros métodos como el C2C, siendo ellos meramente intermediarios, como se ilustrará a lo largo del trabajo.

CAPÍTULO I – EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

1.1. Evolución

De acuerdo con Rodríguez (2014) el inicio del comercio electrónico se encuentra relacionado con los primeros años de Internet, mientras que su crecimiento se está produciendo de forma exponencial anualmente. Igualmente, este autor indica que Michael Aldrich es considerado el precursor del *e-commerce*, a pesar de que su invento realizado en 1979, el cual conectaba una televisión, un ordenador y un teléfono para realizar ventas de un supermercado, fallase. Dos años más tarde, en 1981, en manos de Thomson Holidays se realizó la primera venta online cuando intermedió entre sus agentes de viajes haciendo que viesen de forma inmediata la disponibilidad del catálogo y de esta manera ofrecérselo a sus clientes. Sin embargo, no es hasta una década más tarde, 1991, cuando la National Science Foundation (NSF) permitió utilizar el Internet con fines comerciales. La primera librería online nació en 1992, siendo su creador Charles Stack. Ésta se llamó “Stacks Unlimited” y actualmente es conocida como Books.com.

Lendech Vega (2015) indica que en el año 1994 ocurre un punto clave para el comercio electrónico, ya que se creó por parte de la empresa Netscape la primera Secure Socket Layer (SSL), la cual permite que las aplicaciones compartan información segura. También explica que, en los años 1994 y 1995 empezó a conocerse el *e-commerce* como conocemos hoy en día, puesto que se fundaron compañías como eBay y Amazon, además de realizar el primer envío de una pizza a domicilio encargada por Internet, siendo Pizza Hut los gerentes de esta operación. A partir de aquí, el comercio electrónico, empezó a crecer de forma exponencial siendo en la actualidad aún presente su evolución, Vázquez (2016).

España se superó en número de usuarios con Internet respecto a años anteriores, según la nota de prensa del Instituto Nacional de Estadística (INE) publicada el 2 de octubre de 2014. Igualmente, la nota de Prensa del INE publicada el 3 de octubre de 2016 indicaba que un 77,1% de las casas dispone de ordenador, mientras que un 81,9%, dispone de conexión a Internet. Esta diferencia posiblemente sea debida al fuerte crecimiento del uso de smartphones y tablets.

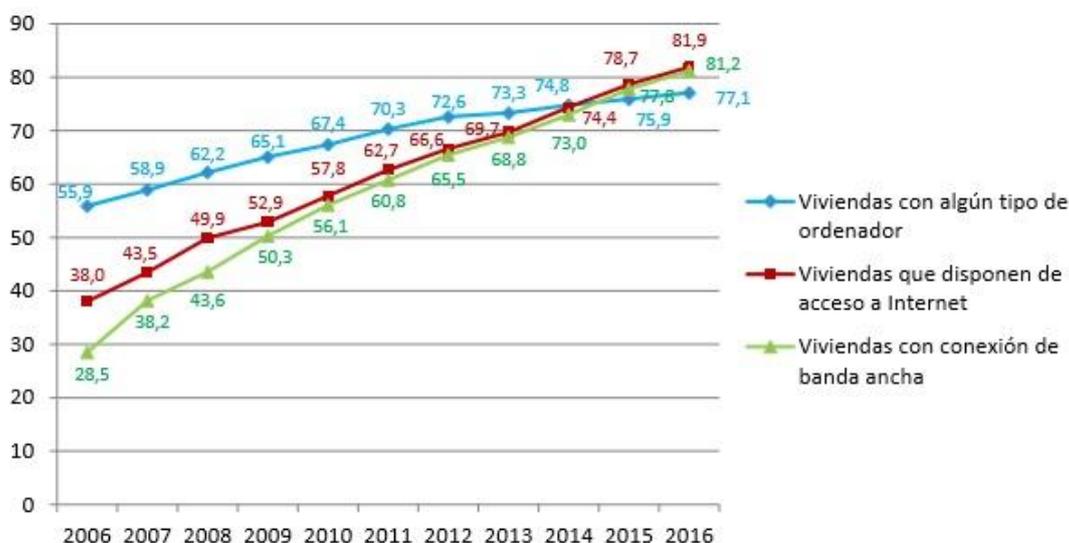


Gráfico 1.1.1 Evolución equipamiento de las TIC en las viviendas. Fuente: Nota de prensa INE 3 de octubre de 2016.

En el gráfico 1.1.1, es posible observar que el número de personas que poseían acceso a Internet en el último año, es ligeramente superior a las personas que poseían algún tipo de ordenador.

Por otro lado, en cuanto al uso del comercio electrónico, más de 17 millones de personas, lo que supone un 50,1% de la población española, según datos del INE 2016 a fecha 3 de octubre del mismo año, aseguran que han realizado operaciones de *e-commerce* en algún momento de su vida. Esta misma nota explica que los productos o servicios que más se han adquirido por internet son **alojamiento para las vacaciones** (55,1%), **material deportivo y ropa** (52,4%), **otros servicios para los viajes** – transportes, guías- (49%) y **entradas para espectáculos** (46,9%). A estos compradores también se les preguntó qué cual era la frecuencia con la que comparaban información, siendo las respuestas que un 70,8% decía que siempre –o casi siempre- comparaba precios en distintas webs/apps, un 68,1% siempre –o casi- leía comentarios de otros usuarios en la propia web o web ajenas, frente a un 54,5% que aseguraba que consultaba la información en páginas web de proveedores o minoristas, como afirma en la citada nota de prensa del INE.

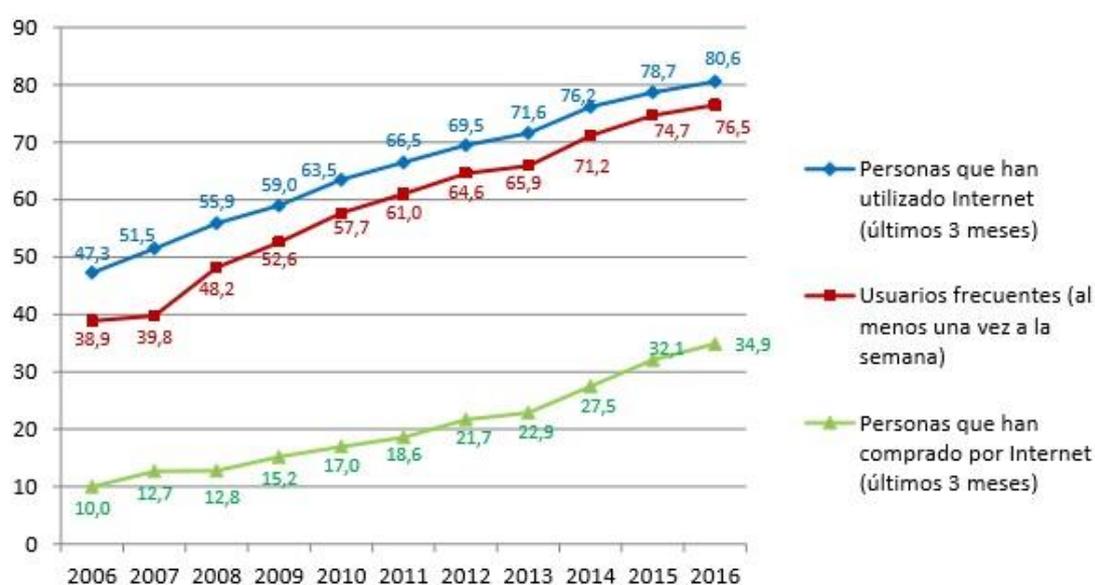


Gráfico 1.1.2. Frecuencia de los usuarios a internet y sus compras. Fuente: INE 2016.

Como se observa en el gráfico 1.1.2, el número de personas que han utilizado Internet con fines comerciales es superior en casi tres puntos respecto al año anterior. Sin embargo, aseguran que se han gastado menos dinero en el mismo periodo de tiempo, de esta forma el gasto promedio por compra es aproximadamente 63€, siendo 7€ menos que en el 2015, conforme la nota de prensa del 3 de octubre del 2016 del INE.

1.2. Características

El comercio electrónico posee una serie de características las cuales se consideran fundamentales de acuerdo con Laudon, K. (2009). Quedan recogidas en la siguiente tabla:

Ubicuidad	El comercio electrónico se encuentra al alcance de todos, ya que no es necesario un lugar físico, por lo que se puede hacer en cualquier lugar y desde cualquier aparato tecnológico.
Alcance global	Los intercambios se producen independientemente del territorio, la cultura y la nación, teniendo así un alcance a nivel mundial.
Estándares universales	La tecnología, por norma general, es similar en cualquier parte del mundo, lo que hace reducir el coste de barrera de entrada a cualquier mercado.
Interactividad	El <i>e-commerce</i> pone en mejor contacto al vendedor y al consumidor, lo que permite un mayor número de compromisos entre ambos usuarios.
Densidad de la información	Toda la información está siempre disponible a manos de cualquiera de las personas que interactúen en la operación, ya sean clientes o vendedores. Asimismo, la información está en constante actualización, por lo que los consumidores pueden buscar las mejores ofertas.
Personalización	Los vendedores dirigen sus campañas o mensajes de venta a quienes quieran, personas individuales, grupos de personas o segmentos, teniendo en cuenta sus intereses.
Tecnología social	Da permiso a los usuarios de compartir contenidos en una comunidad global, la cual se crea y distribuye permitiendo la programación de consumo.

Riqueza	El comercio electrónico permite a los vendedores, vender bienes y prestar servicios debido a la riqueza de la información e la interactividad existente en Internet.
----------------	--

Tabla 1.2.1. Características del comercio electrónico. Fuente: Creación propia basado en información de Laudon, K. (2009).

Estas características recogidas en la tabla 1.2.1 indican que el comercio electrónico, independientemente de donde se realice el pedido, el cliente podrá adquirir el producto demandado, y esto se debe a que se realiza a través de una pantalla, por lo que no se requiere la presencia física del comprador y el vendedor en el mismo espacio. Igualmente, gracias a las nuevas tecnologías, junto la información que se obtiene sobre el producto deseado, el comprador posee una mayor variedad de productos a elegir en diferentes plataformas electrónicas, adaptadas a sus gustos y necesidades. De igual modo, cualquier persona tiene la capacidad de ser comprador y vendedor al mismo tiempo, lo cual lo diferencia del comercio tradicional, donde el consumidor debe acudir físicamente a un establecimiento para realizar su compra, donde únicamente posee el perfil de comprador.

1.3. Brecha digital

Para entender qué es la brecha digital, conforme Martínez y Serrano (2003) se define como *“la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas”*.

Por lo tanto, la brecha digital define la desigualdad existente entre la oportunidad que tienen diferentes usuarios para el acceso a las TIC. Como establecen estos mismos autores, la brecha digital no tiene una única relación con el sector tecnológico, sino que también existen otros factores influyentes, como son los socioeconómicos o culturales. Para reducirla, se requiere que la población tenga una visión hacia un desarrollo para la utilización de herramientas tecnológicas, es decir, la corrección de la brecha se encuentra en la sociedad en sí misma, aseguran también estos autores.

El 22 de julio de 2015 UGT (Sindicato de la Unión General de Trabajadores) emitía un informe donde aseguraba que un 25% de los hogares españoles, según datos

del INE de ese mismo año, no disponían de conexión a Internet en su casa, lo que con datos extraídos del Eurostat en ese mismo año, situaba a España en el cuarto puesto de las cinco potencias europeas, teniendo únicamente a Italia detrás, tal y como se muestra en el gráfico 1.3.1.

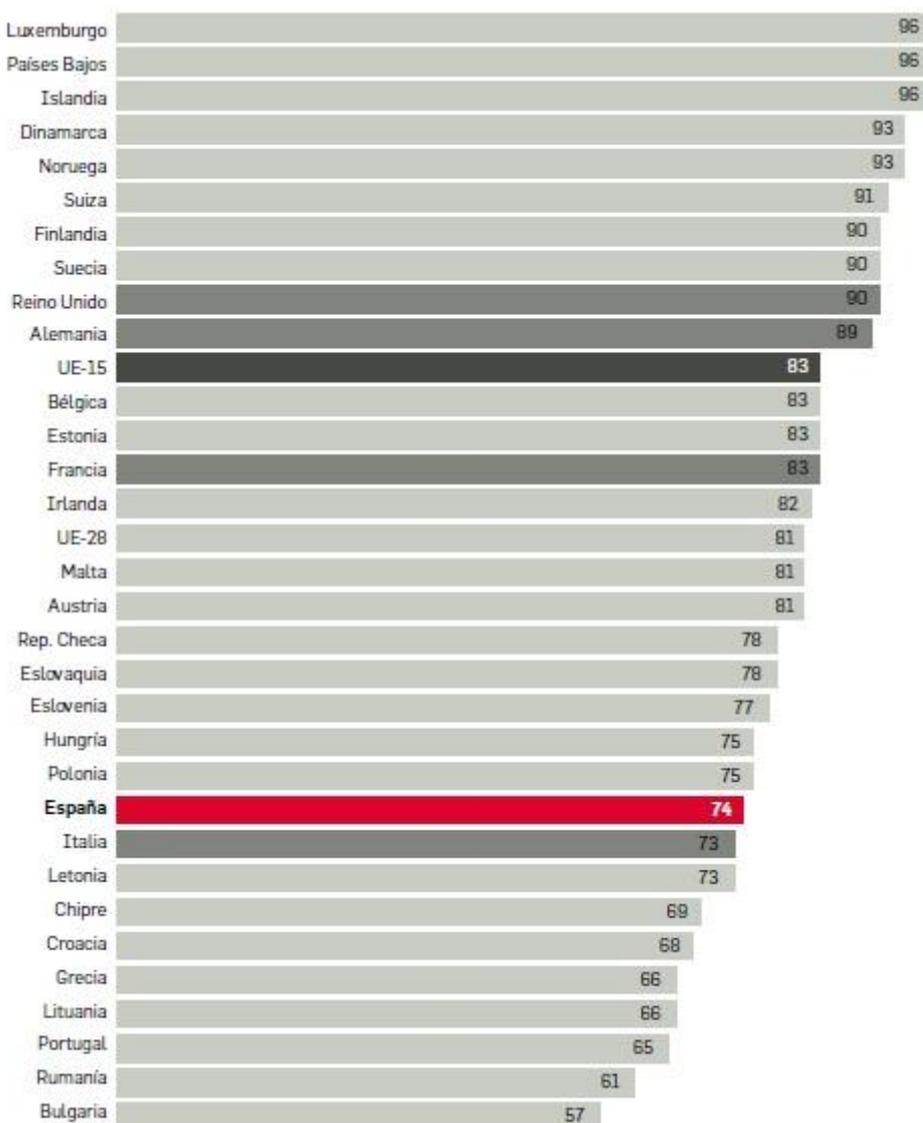


Gráfico 1.3.1. Porcentaje de hogares con acceso a Internet en el año 2014. Fuente: Informe UGT 22 de julio 2015.

Esta diferencia de hasta 16, 15 y 9 puntos con Reino Unido, Alemania y Francia respectivamente, referenciados en el gráfico 1.3.1, era una tragedia desde el punto de vista del desarrollo de la Sociedad de la Información en España, afirmaba la nota de prensa del 22 de julio de 2015 de UGT. De tal forma, la tendencia a seguir en los últimos años, como se recoge en el gráfico 1.3.2, no era muy esperanzadora, puesto que los puntos porcentuales se mostraban impasibles. Francia, que en el año 2004 partía de

una situación similar a España, en esa década logró superar a España en nueve puntos porcentuales.

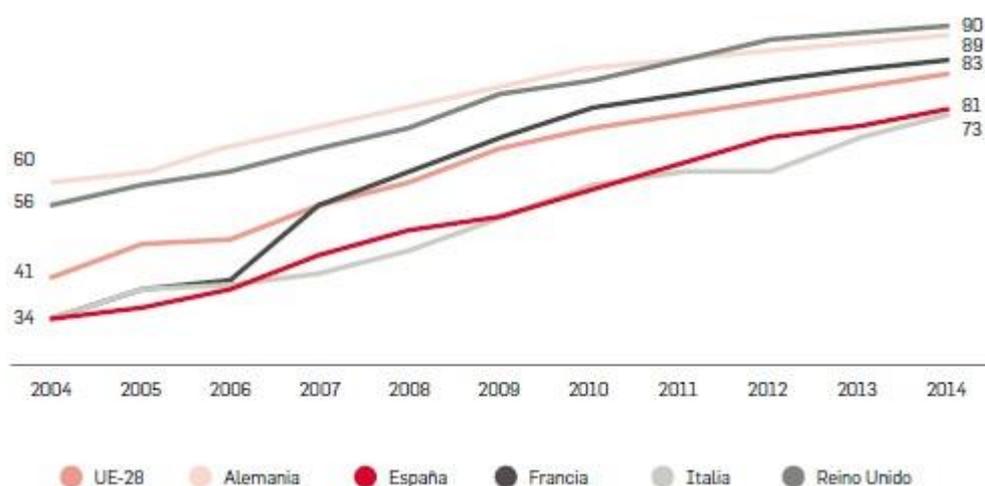


Gráfico 1.3.2. Evolución del porcentaje de hogares con acceso a Internet, 2004-2014. Fuente: Informe UGT 22 de julio 2015.

Pese a esta tendencia nada positiva para España, el informe de la Sociedad de la Información en España (SIE) del 2016, emitido el 8 de agosto del 2017, anunciaba que la sociedad española había cerrado casi por completo la brecha digital. Dicho informe adjuntaba como datos más relevantes que un 80,6% de españoles se declara internauta, es decir, 27,7 millones de españoles, entre los cuales se distinguen los jóvenes de entre 16 y 24 años, con un porcentaje del 98,4%. Igualmente, el informe declara que el uso de tablets en personas mayores de 65 años había crecido de un 13,2% a un 42,1% en el 2016 respecto al año anterior. Otro de los datos a destacar del informe es que por primera vez en España más de la mitad de la población, un 50,1%, compró algún producto por Internet, lo que asciende a un total de 17,2 millones de la población española.

CAPÍTULO II – EMPRESA AMAZON

2. AMAZON

2.1. Historia

Amazon es una empresa fundada por Jeff Bezos en el año 1994, en Seattle, Washington D.C, Estados Unidos. Esta compañía cambió el mundo del comercio, por lo que es considerada como una de las empresas pioneras del comercio electrónico en el mundo, Melgar (2017).

Jeff Bezos, nació en Albuquerque de Nuevo México, Estados Unidos, en el año 1964 y fue estudiante de Ingeniería eléctrica e Informática en la Universidad de Princeton. Una vez finalizados sus estudios, puso en práctica los conocimientos adquiridos en la empresa de fibra óptica FITEL. Mientras trabajaba para dicha compañía, Bezos cada vez se interesaba más por el mundo de los negocios. Es por este motivo por el cual se mudó a Nueva York, al corazón financiero del mundo, y fue en Wall Street donde consiguió ser el vicepresidente en el banco de inversión DE Shaw & Co. A pesar de tener un buen salario y un futuro prometedor en dicho puesto, decidió dejar su puesto de trabajo y perseguir el sueño que tenía desde pequeño: montar una empresa minorista, manifiesta Matesanz (2015).

Inicialmente, el nombre de la empresa, Rodríguez (2015) apunta que no iba a ser como se conoce hoy en día, si no que se llamó “Cadabra”, nombre que un año más tarde cambió ya que se confundía con “cadáver”. Bezos, decidió cambiar el nombre a “Amazon” inspirado por el río Amazonas, ya que su idea era la de poner un nombre exótico, que a los clientes les llamase la atención, y que a su vez, fuese la mayor compañía del mundo, haciendo referencia así al río en el que se basó. Además de esta forma se consiguió que, al tratarse de una empresa que empezaba por la primera letra del abecedario, el nombre de su compañía apareciese en los primeros lugares en las listas de negocios.

En cuanto al logo, Alviz (2014) enuncia que se decantó por un logo sencillo, con colores planos y que no llegase a saturar, algo simple y que los clientes pudiesen

recordar con facilidad. Por este motivo, eligió el nombre de la compañía y una flecha, flecha que representa una sonrisa, y que además, va de la A a la Z, con la finalidad de hacer ver que disponen de cualquier producto.



Ilustración 2.1.1. Logotipo Amazon. Fuente: www.amazon.es

2.2. Inicios

El comienzo de Amazon difiere mucho de la empresa tal y como se conoce en la actualidad tanto en el nombre como en la actividad que realiza. Como se ha detallado en el epígrafe anterior, inicialmente el nombre de la empresa era Cadabra, que posteriormente pasó a llamarse Amazon.

Osorio (2013) y Rodríguez (2015) apuntan que los inicios de su actividad se dieron cuando Bezos se encontraba realizando una investigación para su trabajo en el banco financiero, y tras leer varios artículos donde se afirmaba que el uso de Internet crecía un 3.200% anualmente, Jeff decidió seguir su sueño de la infancia y montar su propia empresa, concretamente una empresa electrónica. Después de la realización de varios análisis estudiando los posibles productos que podía comercializar en Internet, se decidió por la venta de libros. Bezos acudió a una Convención de Vendedores de Libros en Los Ángeles, donde estudió todo lo relacionado con el negocio de éstos. Una vez decidido el producto que iba a comercializar, solo faltaba determinar la localización de la “pequeña sede”. Jeff Bezos se decidió por Seattle, ya que era un gran lugar donde obtener recursos, tanto humanos para formar el equipo de trabajo inicial, como de productos, ya que esta ciudad estadounidense contaba con un amplio abanico de editoriales de libros con los que poder establecer una relación de proveedor-cliente. Además, no fue necesario ningún préstamo bancario puesto que los inversores fueron sus padres, sus compañeros de trabajo y él mismo con sus ahorros.



Ilustración 2.2.1. Primer local de amazon. Fuente: www.xakata.com

Después del primer año dedicado a la creación de la página web y la estrategia de la empresa, Jeff, según Osorio (2013) consiguió su primera venta de libro el 16 de julio de 1995. Una vez realizó la primera venta, tuvo una gran evolución, en solo 30 días había conseguido vender al menos un libro en todos los estados del país y en 45 países distintos, consiguiendo dos meses después ventas que suponían hasta 20.000\$ semanales. Todo este crecimiento lo consiguió sin publicidad, simplemente con el “boca a oreja” de los clientes, lo que hizo que incrementasen las visitas en la web, llegando a ser incluso un foro donde los usuarios se reunían para hacer *reviews*.

Amazon estaba creciendo a un ritmo vertiginoso ya que al año siguiente de su fundación la compañía doblaba su facturación en cada trimestre, asegura Rumeu de Armas (2009). A pesar de que en dichos trimestres la empresa obtuviese unos altos ingresos también incurrían en elevados gastos debido a su agresiva campaña de marketing y publicidad, por lo que la compañía decidió dar el salto a la salida a la bolsa, y debido a que había recibido ofertas de inversores en capital de riesgo, pudo realizarla sin arriesgarse a una operación fallida. Es por tanto, el 15 de mayo de 1997, el primer día que Amazon cotizó en la bolsa, haciendo que ese mismo día, la acción se disparase hasta un 30%.

A pesar de tener la mayor cuota de mercado de venta de libros, a Jeff Bezos y al resto de directivos no les pareció suficiente, por lo que decidió empezar a comercializar con productos como DVDs, CDs, ropa o juguetes. Esto hizo que su imperio creciese aún con más fuerza, señala también Osorio (2013).

2.3. Actualidad

2.3.1 Servicios de actualidad

Amazon, al mismo tiempo de su evolución ha ido incorporando una serie de servicios, como son:

El **Amazon Marketplace** es un servicio de compra-venta que ofrece la propia compañía. En este espacio que habilita Amazon para la transacción de productos, existe la posibilidad de ser tanto comprador como vendedor. Los consumidores, a la hora de realizar su compra, llevarán a cabo la misma operación que si la hiciesen a la compañía, con la diferencia que lo hace con un vendedor ajeno a ésta. A su vez se encuentran los vendedores, los cuales adquirirán esta condición pagando una tarifa de 39€/mes, consiguiendo así una serie de ventajas como ofrecerse a un mayor público, una mayor seguridad antifraude o tener una mayor confianza de los clientes debido a la relación que mantienen con Amazon. Igualmente, siendo vendedor, cabe la posibilidad de vender los productos en los 5 marketplaces europeos, como se expone en la propia página de Amazon (2017).

El **Amazon Web Services (AWS)**, otro de los servicios más importantes de la empresa, es una de las plataformas más importantes en cuanto a ofrecer el servicio de “la nube”, es decir, es un almacén de datos –donde cabe la posibilidad de alojar fotos, vídeos, entre otros-, hace entrega de contenidos, además de servir de ayuda a las compañías en materias de crecimiento. De la misma manera que posee estas características básicas que tiene cualquier plataforma similar a la nube dispone de otros productos que la diferencian de dichas plataformas, Amazon (2017). En el gráfico 2.3.1.2, se muestra como clasifica Amazon los distintos productos del AWS:



Gráfico 2.3.1.2. Productos de Amazon Web Services. Fuente: Amazon

Amazon ofrece otro servicio que actualmente se está explotando, y es la posibilidad de ser cliente de una **plataforma de vídeo**, la cual posee un gran abanico de series y películas online, emulando a otras grandes plataformas como Netflix o HBO, teniendo su propia página. Sin embargo, para ser beneficiario de este servicio, se ha de ser un cliente suscrito al programa Amazon Prime, el cual tiene una suscripción anual que más adelante se detallará.

2.3.2 Amazon Kindle

Los libros electrónicos de Amazon, llamados *Kindle*, han sido unos grandes revolucionarios en el mundo de la lectura, al igual que lo fue la propia página de Amazon en su momento. Es en el año 2007 cuando Amazon decide lanzar su primer e-Book al mercado, y a partir de ahí, ha ido desarrollando sus libros electrónicos poco a poco, Winter López (2014).

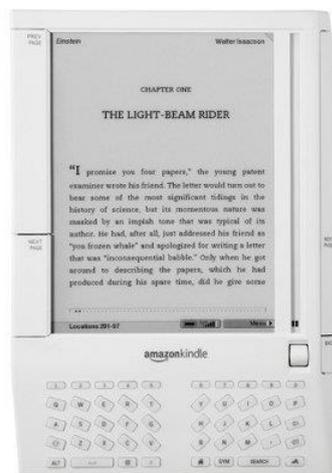


Ilustración 2.3.2.1. Primer Kindle de Amazon. Fuente: www.librista.es

El primer e-Book se trata del Kindle 1, el cual se lanza al mercado con un valor de 399\$, obtiene una elevada aceptación por el público, lo que hace que al poco tiempo de lanzar este producto se acaben las existencias, haciendo así que muchos clientes tarden incluso meses en conseguirlo. Este libro electrónico logró tanta aprobación por el público ya que fue pionero en tener conexión 3G de Internet, lo que implicó la posibilidad de realizar compras de libros en cualquier momento y en cualquier lugar. Este producto se comercializó en Estados Unidos, aunque podía conseguirse en otros

países, no era posible utilizar el servicio 3G, el cual solo podía ser utilizado en el país norteamericano, tal como explica Winter López (2014).

Este autor también indica cómo ha sido la evolución de Amazon Kindle, mejorando en grosor, tamaño de pantalla y espacio. Además, la tercera generación se comercializó en el resto de mercados, pudiendo así obtener el 3G.

Primera generación	Kindle			
Segunda generación	Kindle 2	Kindle Internacional	Kindle DX	Kindle DX Internacional
Tercera generación	Kindle Keyboard	Kindle DX Graphite		
Cuarta generación	Kindle 4	Kindle Touch		
Quinta generación	Kindle 5	Kindle Paperwhite (1ª generación)		
Sexta generación	Kindle Paperwhite (2ª generación)			
Séptima generación	Kindle 7	Kindle Voyage	Kindle Paperwhite (7ª generación)	
Octava generación	Kindle Oasis	Kindle 8		
Kindle Fire	Kindle Fire			

Tabla 2.3.2.2. Evolución de las generaciones de Amazon Kindle y sus diferentes tipos. Fuente: Elaboración propia basado en información de Winter López, S. (2014)

2.3.3 Programa Amazon Prime

El sistema Prime trata de conseguir la fidelización de los usuarios de Amazon a través de un programa donde los clientes se suscriben de manera anual pagando una cuota fija de 19,95€/ año, a cambio de una serie de ventajas hacia ellos, como un tiempo de entrega menor al de un cliente ordinario o la posibilidad de adquirir un producto que

aún no esté en el catálogo. Amazon regala 30 días gratis a quienes adquieran esta suscripción.

Como se indica en la web de Amazon (2017) algunas de las ventajas más destacadas son:

- **Ventajas de envío:** Al tratarse de una empresa de compra-venta online, una de las principales ventajas que ofrece este programa, se refiere al menor periodo de tiempo de recepción del pedido. Dentro de esta categoría encontramos, ejemplos de ventaja de envío como envíos gratis entre más de dos millones de productos de la página, dónde dependiendo el tipo de producto y la etiqueta de éste variará en los días de recepción de dicho producto.
- **Entrega en el día del lanzamiento:** Con esta ventaja el usuario consigue la opción de hacer una reserva de un producto que aún no se encuentra en stock, pudiendo así tener el producto antes que el resto de usuarios. Como, por ejemplo, una nueva videoconsola.
- **Prime Video:** Como se ha comentado en el epígrafe anterior, los clientes con el programa Prime, disponen de un amplio catálogo tanto de series como de películas. Para ello existe la página de www.primevideo.com donde se visualizará el contenido. Además, posibilitan la visualización desde diferentes dispositivos como Android, iPhones, iPads o Fire Tablets.
- **Twitch Prime:** Otro de los servicios que aporta el programa Prime es el servicio Twitch Prime, donde encontramos una gran variedad de videojuegos y demás startups. El AWS Activate ofrece infraestructuras a un coste reducido a las startups para escalar de forma rápida y eficaz en el mercado: AirBnB o Slack han utilizado este servicio para escalar con mayor rapidez.
- **Premium Fotos:** Se trata de un álbum digital donde el usuario puede subir fotos a través de cualquier dispositivo. No se trata del servicio AWS anteriormente comentado, pues este soporta mayor variedad de contenidos aparte de fotografías.
- **Acceso Prioritario:** Es otra de las ventajas que aporta ser suscriptor del programa Prime, ya que cuando hay ofertas en Amazon, estos tienen la posibilidad de visualizarlas 30 minutos antes que el resto de clientes, lo

que les facilita poder hacer la compra del producto deseado antes que muchos otros, asegurándose así la disponibilidad en stock.

- **Amazon Buy Vip:** Este servicio era un lugar “privado” donde únicamente los usuarios Prime podían tener acceso a él. Ofrecía la posibilidad de comprar artículos de marca con grandes descuentos frente al mercado normal donde se encuentran, es decir, eran outlets. Sin embargo, este servicio cerró el 31 de mayo del 2017, como apunta Prieto (2017)

Amazon Prime, según Moya (2017) inicialmente recibía otro nombre, “Amazon Premium”, y esto ha sido así hasta el 31 de mayo de 2017, fecha en la que la compañía decidió cambiar el nombre al actual, debido a que en el resto de países operaba con este nombre, siendo Francia y España los únicos en mantener un nombre distinto. Además, otros servicios como “Prime Video” o “Twitch Prime” tienen nombres más lógicos con este nuevo nombre. Sin embargo, destacar que a pesar del cambio de nombre, esto no afecta al catálogo de ventas y servicios que ofrece la compañía, sino que los usuarios solo verán cambios en el nombre.

Por último, añadir que una de las ventajas más recientes de este programa es el servicio **Prime Now**, que se desarrollará en posteriores apartados.

3. SERVICIO PRIME NOW

3.1. ¿Qué es y desde cuándo funciona?

Amazon (2017) afirma que el servicio Prime Now es uno de los servicios más recientes de la empresa Amazon y que solo se encuentra disponible para aquellos clientes los cuales tengan la suscripción anual al programa Prime. Este servicio permite la compra de más de 18.000 productos con la posibilidad de recibirlos en un corto periodo de tiempo: en una hora por un coste de 5,90€ por pedido realizado, o en dos horas sin ningún tipo de coste adicional. Además de esto, se indica que se debe realizar un pedido mínimo de 19€.

Los productos que pueden comprarse desde este servicio son de distinta índole, aunque cabe destacar que está más orientado para productos del propio supermercado de Amazon. Dicho supermercado, llamado AmazonFresh, posee distintos tipos de

productos, tanto perecederos como duraderos. Es por este motivo importante el servicio Prime Now, puesto que los productos frescos, requieren ser entregados en una franja de tiempo menor.

Debido a que como afirma Rull (2016), Amazon logró en el año 2015 triplicar las ventas desde dispositivos móviles, este es el motivo por el cual cuando lanzó el servicio Prime Now, únicamente se podían realizar pedidos desde iOS y Android. Actualmente Amazon Prime Now también puede utilizarse desde la plataforma web, al igual que el resto de servicios, aunque se desconoce la fecha de cuando se comenzó a poder utilizar dicho método.

Por otra parte, Amazon (2017) explica que la compañía cuenta con su propia forma de pago: **Amazon Pay**. Este método ofrece la posibilidad de realizar el pago sin necesidad de que se conozca la información bancaria de la otra parte. Esto aporta sencillez y fiabilidad de cara a los clientes de Amazon, ya que al tener una cuenta en Amazon Pay, podrán hacer el pago directamente sin la necesidad de utilizar datos bancarios. La compañía, lo que pretende con esta forma de pago es disminuir el fraude –en servicios donde hagan de intermediarios-, captar nuevos clientes y una vez fidelizados, aumentar su satisfacción. Teknautas (2017) apunta que este método de pago se encuentra disponible en España desde abril del presente año, y que la intención de Bezos, es que otras empresas ofrezcan la posibilidad de realizar el pago en sus páginas web con este método, al igual que hacen con PayPal. Del mismo modo afirma que por el momento, las compañías Vueling y Opti-Fashion, lo han introducido en sus webs.

Conforme Alba (2014) menciona, Amazon Prime Now fue lanzado por primera vez el 18 de diciembre del 2014 en el distrito neoyorquino de Manhattan, Estados Unidos. Los encargados de logística de la compañía, se decantaron por este sitio puesto que habían alquilado un edificio cerca del Empire State Building, para utilizarlo como almacén de la compañía. Una vez lanzaron este servicio en Manhattan, también anunciaron que su propósito era extenderlo a otras zonas de la ciudad, a otras ciudades estadounidenses y a otras ciudades extranjeras durante el año 2015.

Saito (2015) menciona que meses más tarde de la inauguración de Amazon Prime Now en Manhattan, la compañía decidió introducir bebidas alcohólicas en el catálogo de este servicio. En este mismo año Mendez, (2015) constata como Londres fue la primera ciudad no estadounidense en tener el servicio Prime Now. Siendo el año 2016 donde se implanta en otras grandes ciudades europeas como Berlín, Milán, París, Madrid y Barcelona.

3.2. ¿Cómo funciona Prime Now?

Según Amazon (2017) para empezar el proceso que conlleva este servicio tan avanzado, el cliente realizará el pedido a través de la plataforma web o app móvil. Para ello, seleccionará en el catálogo los productos que quiera comprar, añadirá el código postal donde desea recibirlos y elegirá la franja horaria que más le convenga, teniendo la posibilidad de elegir de lunes a domingo de 8:00 a.m a 00:00 a.m, y por último, realizará el pago donde podrá elegir distintos métodos para efectuarlo como el uso de tarjeta de crédito o la propia forma de pago, Amazon Pay. Una vez acabado este proceso, empieza el de los trabajadores de Amazon.

Pérez (2016) explica que el almacén que utilizan para realizar este servicio difiere del almacén central de la empresa en España, siendo este último el situado en San Fernando de Henares, mientras que el utilizado para el servicio Prime Now, se encuentra ubicado en la zona de Legazpi, Madrid. Es importante remarcar esto, puesto que los roles de los trabajadores no son similares en ambos almacenes ya que en el almacén central cuentan con un rol muy específico, mientras que los empleados del almacén para abastecer los pedidos encargados por el servicio Prime Now, están entrenados para poder desempeñar cualquier rol.



Ilustración 3.2.1. Mapa de Madrid concretando la zona de Legazpi. Fuente: Elaboración propia a través de Google Maps.

Este mismo autor explica que al contrario de lo que se pueda imaginar, la clasificación y la colocación de productos en el almacén no sigue ningún orden habitual, salvo separar artículos alimenticios con los no alimenticios. Esto es debido a que cada trabajador posee una “pistola” con software la cual gracias a un algoritmo indica donde

es más preciso dejar el artículo analizando variables como el tamaño y el peso del producto, por este motivo, no ha de extrañar poder ver en el mismo estante unas toallas junto con un libro. De esta forma, cuando el trabajador tenga que recoger un determinado producto para un encargo realizado, gracias al software podrá acudir al estante por la ruta más cercana en el almacén. Aunque para mucha gente esto es una forma ineficiente de organizar los productos, Vázquez (2016) afirma que es más cómodo y rápido para los trabajadores.

Pérez (2016) también menciona que, el trabajador una vez haya recogido el producto de la estantería tendrá que empaquetarlos de manera que los productos frescos irán en una bolsa azul, mientras que el resto irán en una marrón, con la finalidad de no mezclar dichos productos. Cuando finalice todo este proceso, el empleado será el encargado de depositar los productos en un carro, no sin antes añadir una etiqueta digitalizada con software que posteriormente escaneará también el repartidor.

Después de este proceso, los transportistas recogerán las bolsas con su correspondiente etiqueta y serán quienes entreguen el pedido a los repartidores, los cuales utilizarán bicicletas eléctricas para moverse por la ciudad y llevar los productos a tiempo. Una vez el repartidor haya entregado el pedido al cliente, realizará un escáner con su “pistola”, para cerciorarse que el producto ha sido entregado en buenas condiciones y en la franja horaria solicitada.

3.3. Beneficios para el cliente y para Amazon

Si se habla de los beneficios que obtiene la empresa con el servicio Prime Now, el más claro, es la fidelidad del cliente durante, al menos, un año que dura la suscripción. Esta fidelidad es beneficiosa tanto en temas de cuota de mercado, como en temas monetarios, puesto que por cada usuario fidelizado con la suscripción son 19,95€/año, además de los precios extras que pagará por la diversidad de envíos que hay.

Opciones de envío	Tarifa normal	Tarifa con Amazon Premium
Entrega hoy (Solo en C. de Madrid y Barcelona)	9,99 €/envío	6,99 €/producto
Envío 1 día (1 día laborable)	5,99 €/envío	GRATIS
Envío Exprés (entre 1-4 días laborables) Generalmente tarda 2 días	3,99 €/envío	GRATIS
Envío Estándar (entre 3-5 días laborables) Generalmente tarda 3 días	<ul style="list-style-type: none"> - 2,99 €/envío - 0,99 €/envío para Libros - 1,99 €/envío para Videojuegos - GRATIS en Preventa 	GRATIS
Envío Económico (entre 4-5 días laborables)	<ul style="list-style-type: none"> - GRATIS en pedidos de un importe mínimo de 19 € en Libros, sino 0,99 €/envío. - GRATIS en pedidos de un importe mínimo de 29 € en las demás categorías de productos. - 2,99 €/envío en pedidos de un importe inferior a 29 € en las demás categorías de productos. 	GRATIS

Tabla 3.3.1. Tarifas normales vs. Tarifas Amazon Premium. Fuente: Soydechollos.com con datos extraídos de Amazon.es

Como se observa en la tabla 3.3.1, las tarifas normales son bastante más elevadas respecto a las tarifas de los clientes de Amazon Premium, ya que estas últimas son todas gratuitas, independientemente del día estimado de recepción del producto, salvo el “Entrega hoy”, que tiene un coste de 6,99€, pero que igualmente sigue siendo inferior al de las tarifas normales con una diferencia de 3€. Destacar que, el modelo entrega hoy, difiere del servicio de Amazon Prime Now.

Igualmente, en cuanto a beneficios para la compañía, Pozzi (2015) afirma que es en el año 2015 donde la empresa registra beneficios, haciendo que la cotización en bolsa subiese un 17%. Esto es importante destacarlo puesto que, hasta ahora –en la mayoría de ejercicios- la empresa no había registrado beneficios. Este hecho había sido justificado por Bezos y sus agentes con el motivo de invertir los ingresos obtenidos en alcanzar una mayor expansión para lograr así un elevado número de clientes fidelizados. Por lo tanto, el dinero que ingresaban, estaba siendo constantemente metido en inversiones. Es el 2 de febrero del presente año, cuando Jeff Bezos y su equipo deciden por primera vez lanzar las cuentas anuales del pasado ejercicio económico de manera pública en los medios. Cugat (2017) anuncia que Amazon ha conseguido en el año 2016 cuadruplicar su beneficio respecto al 2015, ganando 2.371 millones de dólares.

Todos estos beneficios vienen repercutidos de los diferentes servicios de Amazon, tanto de envíos ordinarios, como de Amazon Web Services (logrando 12.219 millones de dólares), como por supuesto, de los clientes con el programa Prime. Por si estas cifras no fuesen desorbitantes “*Amazon tiene la intención de multiplicar por 8 los beneficios obtenidos en el 2015, batiendo así su propio record*” afirma Garzón (2017). De igual modo este autor también ejemplifica de manera sencilla, que ahora mismo el valor de la compañía de Amazon es mayor que el conjunto de todas las cadenas de distribución de Estados Unidos.

El servicio Prime Now reportará al cliente una serie de beneficios, el primero y más claro se refiere al periodo de tiempo por el cual se tendrá que esperar por el pedido, una hora o una franja horaria de dos horas, a elegir. En caso de que se elija recibir el producto en menos de una hora, lo cual no será posible en todas las localidades, se habrá de pagar un coste adicional, 5,90€, mientras que al escoger la opción de recibirlo en una franja superior a la hora, no tendrá ningún coste adicional. Reiterar que este servicio de rápida entrega solo se encuentra disponible para los usuarios con la suscripción Prime, lo cual supone otro beneficio: tener esa rapidez de entrega de productos en el mismo día a un precio menor que el que pagaría un cliente no suscrito.

3.4. ¿Por qué utilizar el servicio Prime Now?

A la hora de realizar las compras, son muchas las personas que se plantean la variable de comprar físicamente en un supermercado u otra tienda física en contraposición de realizar los pedidos vía Internet, más concretamente, vía Amazon con su servicio Prime Now.

Uno de los motivos de utilizar el servicio Prime Now de Amazon es porque cuenta con una alta variedad, de en torno a 18.000 productos –que van de la A a la Z-, en su propia página web. Jiménez (2016) explica que sus productos son en su mayoría de uso cotidiano, entre los que hay varios artículos frescos, y es por ese motivo por el que Amazon, cuando lanzó el servicio Prime Now en España, lo hizo a través de alianzas donde se aseguró que los clientes podrían encontrar los mejores productos de cada tipo. De igual modo, esta misma autora manifiesta que la primera alianza fue con MercaMadrid, la cual envía los productos que la compañía de Bezos requiere al almacén que tiene situado en Legazpi, siendo los trabajadores de Amazon los que efectúan el reparto. Tres meses más tarde de su lanzamiento en Madrid, la compañía de Amazon

buscó una nueva alianza, siendo esta una de las más importantes, con el supermercado DÍA. Flores, Romera y Tramullas, (2016) explican que Amazon decidió firmar un acuerdo con dicho supermercado, más concretamente con el establecimiento que recibe el nombre de “La Plaza” y que se encuentra ubicado en el barrio de Cuatro Vientos. Desde dicho establecimiento, se enviarán los productos encargados en el pedido. Decir que, gracias a esta alianza, Prime Now ha conseguido 5.100 productos más apunta Valero (2016). Además la misma autora cuenta que la alianza con DÍA no es la única que se hizo en esas fechas, sino que también se vinculó con la vinoteca Lavinia, que será la encargada de repartir los vinos y licores, y con el Mercado de la Paz, quienes serán los responsables de enviar la fruta, pescado, carne, y demás alimentos frescos junto a MercaMadrid y DÍA.

Mientras, en Barcelona, desde su lanzamiento en octubre de 2016, Galtés (2016) explica que Amazon Prime Now Barcelona tuvo una alianza con MercaBarcelona, la plataforma homologa a MercaMadrid. Sin embargo, Ruiz (2017) manifiesta que Amazon decidió ampliar su alianza con el supermercado DIA, debido a su favorable aceptación en Madrid. El establecimiento elegido para realizar los repartos de Prime Now se encuentra ubicado en L’Hospitalet de Llobregat, supermercado el cual únicamente se dedica a los pedidos online. De esta forma, Amazon Prime Now en Barcelona ofrece un catálogo de más de 20.000 productos –nuevamente de la A a la Z-.

Para hacer uso de este servicio, además de ser usuario Prime, hay que realizar un pedido mínimo de 19€. Sin embargo, se especifica que son 19€ si todos los artículos encargados son productos de Amazon, MercaMadrid/MercaBarcelona, el Mercado de la Paz o Lavinia, mientras que si se realiza un pedido donde también incluyan productos de DÍA serán otros 19€ mínimos de dicho supermercado. Es decir, en el caso de realizar un pedido donde se quiera abastecer de productos de ambas plataformas, el pedido mínimo ascenderá a 38€, Amazon (2017).

Por otro lado, también es de relativa importancia comparar el servicio rápido de Amazon con el servicio rápido que ofrecen otras empresas, como es el caso de El Corte Inglés, principal competidor en España.

Desde el día de San Valentín del año 2017, Placer (2017) cuenta que El Corte Inglés también ofrece la posibilidad de recibir pedidos en menos de dos horas con un coste de 7,90€ por envío, sin la necesidad de estar suscrito a su compañía. Aun así, la cadena española también ofrece una tarifa plana para aquellos clientes cuyos pedidos sean de forma recurrente.



PRECIO POR ENVÍO	<ul style="list-style-type: none"> - 5'90€/envío en menos de 1 hora. - Gratis en 2 horas o más 	7'90€/envío
SUSCRIPCIÓN ANUAL PARA EL SERVICIO	Obligatoria 19'95€ al año	Optativa 14'95€ al año
EXPANSIÓN GEOGRÁFICA	Madrid y Barcelona	Todas las ciudades donde haya Corte Inglés
TIEMPO DE ENTREGA	1 o 2 horas	2 horas
HORARIO	8:00 a 00:00h todos los días	Lunes a sábado de 12:00 – 22:00
CATÁLOGO	<ul style="list-style-type: none"> - Más de 18.000 productos - Menor variedad 	<ul style="list-style-type: none"> - Más de 150.000 productos - Más variedad
PLATAFORMA WEB	Posibilidad de observar por donde se encuentra el repartidor	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma más tradicional - Con seguimiento por web o SMS

Tabla 3.4.1. Comparativa servicio rápido de Amazon y El Corte Inglés. Fuente: Elaboración propia con datos de las páginas web oficiales.

Tal y como se observa en la tabla 3.4.1, tanto el Prime de Now de Amazon como el Click&Express de El Corte Inglés, ofrecen la misma prestación de servicios, pero con pequeñas diferencias. Las diferencias más notables serán las de suscripción anual, ya que para utilizar el servicio Click&Express no es necesario estar suscrito para disfrutar de este servicio al contrario que ocurre con Amazon; la variedad de productos que hay de una compañía a otra, ya que El Corte Inglés ofrece casi 100.000 productos más que Amazon. Y, sobre todo, la diferencia más notoria es el mayor alcance que ofrece la compañía española, ya que ofrece este servicio en –casi- cualquier provincia del país. Esto es algo que Amazon tiene que ir cubriendo de manera paulatina si quiere hacer una fuerte competencia, puesto que quitando las ciudades de Madrid y Barcelona, el resto del país puede empezar a utilizar Click&Express, reduciendo la cuota de mercado que pueda poseer la empresa norteamericana. Para eso, el reciente 1 de agosto del presente año, Álvarez (2017) explica que han abierto un nuevo almacén en Paterna, Valencia. Se trata de una superficie de aproximadamente 15.200 metros cuadrados, la

cual ha dado 80 nuevos puestos de empleo. Esta nueva sede, es la cuarta que se ha abierto en España, tras las de Madrid, Barcelona y una más reciente en Getafe. A esta nueva sede, se le incorporará en los próximos meses de otoño, otras nuevas en El Prat y Martorelles, ambas en Barcelona.

3.5. Prime Now en España

Como se ha venido describiendo en los apartados anteriores, este servicio se encuentra, por el momento en bastantes ciudades de Estados Unidos, las ciudades europeas de Milán, Berlín, París, Munich, Londres, Birmingham, Glasgow, Leeds, Liverpool, Manchester, Newcastle, Portsmouth, Sheffield y las españolas Madrid y Barcelona. Por lo que este epígrafe se centrará en el servicio de Prime Now de la capital y la ciudad condal.

3.5.1 Madrid

Sérvulo (2016) señala que Amazon Prime Now aterrizó en España el 21 de julio del 2016, siendo esta la primera ciudad española albergando el servicio Prime Now de Amazon, uniéndose a ciudades como Tokyo, Nueva York o Berlín.



Ilustración 3.5.1.1. Publicidad de Amazon Prime Now en Madrid.
Fuente: Amazon.

Según el mismo autor, actualmente el centro logístico de Legazpi, anteriormente mencionado, cuenta con una superficie de 2000 metros cuadrados. Directivos de Amazon, se decidieron por esta ubicación puesto que se encuentra muy próximo a las

salidas de la M-30 y M-40, lo que les supone tener una conexión de forma rápida tanto al centro como al sur de la ciudad, tal y como vemos en la ilustración 3.5.1.2.



Ilustración 3.5.1.2. Ubicación almacén y cercanía con autopista. Fuente: Elaboración propia con Google Maps.

Amazon cuenta con una flota de más de 50 furgonetas y bicicletas eléctricas adaptadas para el transporte de los pedidos, y su uso dependerá de a cuanto distancia se encuentre la localización donde el cliente ha pedido el producto.

La alcaldesa de ciudad madrileña, Manuela Carmena, según sigue explicando Sérvulo (2016) mostró su satisfacción al unirse, junto con las otras ciudades europeas, a esta forma de realizar compras por Internet tan innovadora. Además de sentirse ufana por esto, se le suma la idea de crear marca de ciudad y nuevos puestos de trabajo para los ciudadanos madrileños, indicó Carmena tras enterarse de la noticia.

En la actualidad, Amazon Prime Now abarca 22 localidades de la Comunidad de Madrid, las cuales son: Getafe, Alcobendas, Alcorcón, Leganés, Parla, Móstoles, Fuenlabrada, Arroyomolinos, Boadilla del Monte, Coslada, Majadahonda, Tres Cantos, Torrejón de Ardoz, Pinto, Valdemoro, Las Rozas, San Fernando de Henares, Pozuelo de Alarcon, San Sebastián de los Reyes, Rivas-Vaciamadrid, Villaviciosa de Odón y la propia ciudad de Madrid.

28006 Alcobendas	113.340
28007 Alcorcón	167.354
28015 Arroyomolinos	28.177
28022 Boadilla del Monte	49.762
28049 Coslada	84.533
28058 Fuenlabrada	194.171
28065 Getafe	176.659
28074 Leganés	187.173
28079 Madrid	3.165.541
28080 Majadahonda	70.755
28092 Móstoles	205.614
28106 Parla	124.661
28113 Pinto	49.522
28115 Pozuelo de Alarcón	84.989
28123 Rivas-Vaciamadrid	82.715
28127 Rozas de Madrid, Las	94.471
28130 San Fernando de Henares	40.095
28134 San Sebastián de los Reyes	86.206
28148 Torrejón de Ardoz	126.981
28903 Tres Cantos	44.764
28161 Valdemoro	72.988
28181 Villaviciosa de Odón	27.276

Ilustración 3.5.1.3. Habitantes de la Comunidad de Madrid donde opera Amazon Prime Now. Fuente: INE. Datos del 2016.

Tal y como se evidencia en la tabla anterior 3.5.1.3, con datos obtenidos año 2016 en el INE, el total de toda la población donde opera Prime Now en la Comunidad de Madrid asciende a un total de 5.277.747 habitantes, mientras que el total de la población de la comunidad supone un 6.466.966 personas. Es decir, un 81,60% de la población total de toda la región, tiene alcance a este servicio. Cabe señalar que, para realizar esta estimación se han considerado todos los rasgos de edad como potenciales clientes.

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA: ANÁLISIS DEL SERVICIO PRIME NOW DE AMAZON

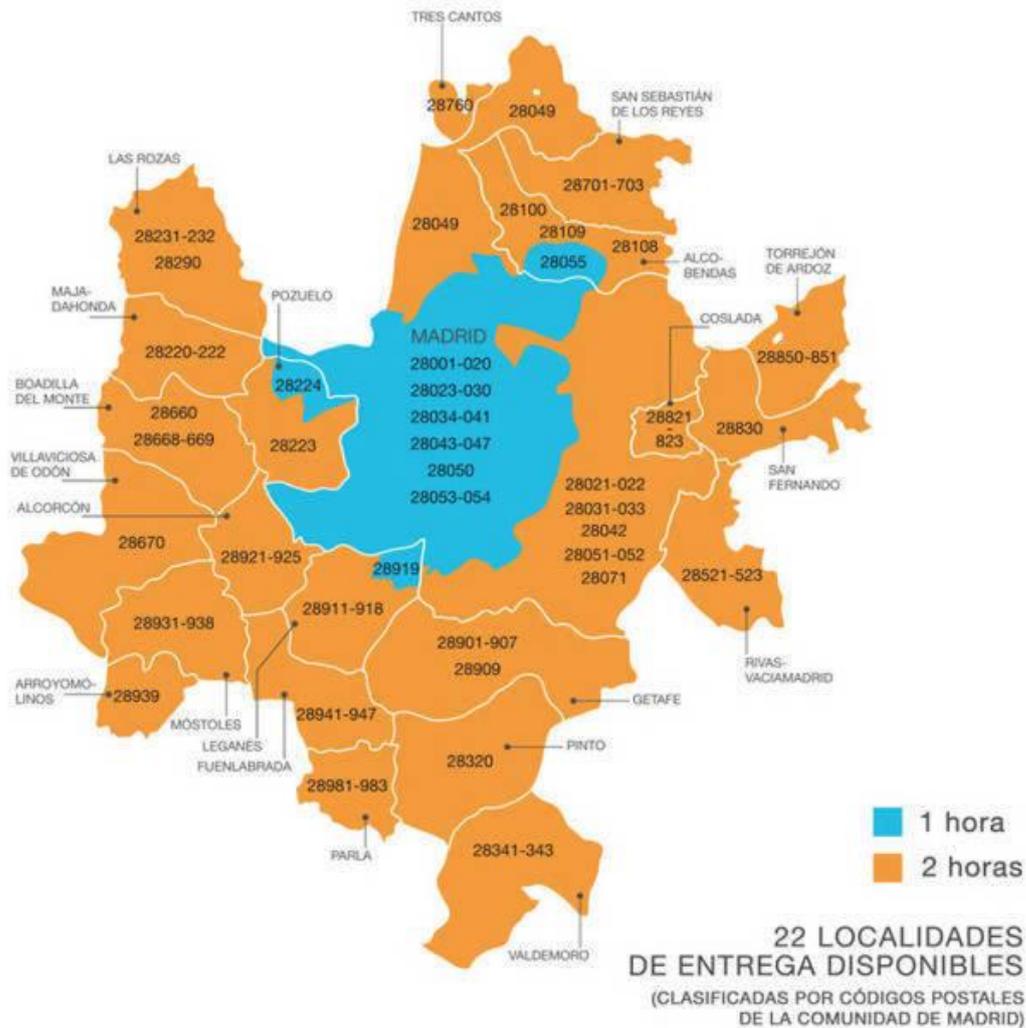


Ilustración 3.5.1.4. Mapa donde opera Prime Now en Madrid. Fuente: El País.

Al analizar la ilustración 3.5.1.4, se aprecia como dependiendo la zona donde se encuentre el cliente, el pedido pueda ser entregado en una hora, o por el contrario, tendrá que ser en una franja horaria de dos horas. Por el momento, los lugares donde la franja horaria es más estrecha es en el mismo centro de la ciudad.

3.5.2 Barcelona

Tras implantarse en la primera ciudad española, tres meses más tarde, el 5 de octubre de 2016, Barcelona se unió a formar parte de estas –por el momento- selectas ciudades las cuales tienen la posibilidad de recibir productos de manera inmediata.



Ilustración 3.5.2.1. Publicidad de Amazon Prime Now en Barcelona.
Fuente: Amazon

Galtés (2016) apunta que actualmente para poder llevar a cabo este servicio, Amazon utiliza varias alianzas: la colaboración con MercaBarna y DIA, ya comentadas anteriormente, y el uso de su propio almacén logístico, el cual se encuentra situado en la calle Roselló, en el Eixample de Barcelona, lugar donde primero se encontraba la famosa sede editorial de Gustavo Gili. Aunque este almacén se utilizará hasta la creación del otro almacén logístico situado en El Prat, que pasará a ser el almacén principal, siendo el de la calle Roselló un apoyo para éste. De esta forma, Barcelona contará con tres almacenes –también el de Martorells- de Amazon en la ciudad, siendo los tres utilizados tanto como para entregas ordinarias como para entregas del servicio Prime Now, explica Berengueras (2016).

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA: ANÁLISIS DEL SERVICIO PRIME NOW DE AMAZON



Ilustración 3.5.2.2. Ubicación almacén Prime Now y referencias cercanas.
Fuente: Elaboración propia con Google Maps.

Galtes (2016) también explica cómo el almacén, con 3.800 metros cuadrados, es fruto de una inversión multimillonaria que han desembolsado los propietarios de Amazon. Al igual que ocurre en Madrid, cuentan con una flota de coches y bicicletas eléctricas para poder realizar las entregas de forma inmediata. Además, Rodríguez (2016) menciona que el director general de Amazon España, Françoise Nuyts, el día de la presentación de Amazon Prime Now en la ciudad condal señaló que *“sabemos que los barceloneses tienen una arraigada cultura pro-bicicleta y que la ciudad ha invertido decididamente en infraestructuras de movilidad eléctrica como parte de su estrategia Smart City. En línea con esta apuesta por la sostenibilidad usaremos bicicletas de reparto eléctricas y más de la mitad de nuestra flota de entrega estará compuesta por vehículos eléctricos”*.

Por el momento, Amazon no dispone del idioma catalán para los usuarios, pero gracias a su colaboración con MercaBarna, han sido capaces de crear una sección con productos típicos de la comunidad, tales como fuet o salsa para los calçots.

El servicio Amazon Prime Now Barcelona, como su propio nombre indica, se encuentra en la propia Barcelona, pero además, se encuentra en otras 26 localidades colindantes a esta, las cuales son: Badalona, Badia del Vallès, Barberà del Vallès, Bellaterra, Castelldefels, Cerdanyola del Vallès, Cornellà de Llobregat, El Papiol, El Prat de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Gavà, L'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, Sabadell, Sant Adrià de Besòs, Sant Boi de Llobregat, Sant Climent de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Sant

Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Cervelló, Santa Coloma de Gramenet, Tiana y Viladecans.

08019 Barcelona	1.608.746
08015 Badalona	215.634
08904 Badia del Vallès	13.482
08252 Barberà del Vallès	32.832
08021 Bellprat	75
08056 Castelldefels	64.892
08266 Cerdanyola del Vallès	57.543
08073 Cornellà de Llobregat	86.072
08077 Esplugues de Llobregat	45.733
08089 Gavà	46.266
08101 Hospitalet de Llobregat, L'	254.804
08123 Molins de Rei	25.359
08158 Papiol, El	4.075
08187 Sabadell	208.246
08194 Sant Adrià de Besòs	36.496
08200 Sant Boi de Llobregat	82.402
08204 Sant Climent de Llobregat	4.024
08205 Sant Cugat del Vallès	88.921
08211 Sant Feliu de Llobregat	44.086
08217 Sant Joan Despí	33.502
08220 Sant Julià de Vilatorrada	3.113
08221 Sant Just Desvern	16.927
08263 Sant Vicenç dels Horts	27.961
08244 Santa Coloma de Cervelló	8.073
08245 Santa Coloma de Gramenet	117.153
08282 Tiana	8.553
08290 Ullastrell	2.039
08301 Viladecans	65.779

Ilustración 3.5.2.3. Habitantes de la provincia de Barcelona donde opera Prime Now. Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos del 2016.

La suma total de la población de estos municipios asciende a 3.202.788 personas, lo que supone que casi tres millones y medio de personas de la provincia de Barcelona puedan acceder a este servicio. Es decir, un 57,78% de la población puesto que son 5.542.880 habitantes en la provincia, según los datos recogidos del año 2016 por el INE. Porcentaje que según el director general de Amazon en España, subirá una vez se abra el nuevo almacén logístico en El Prat, en otoño del 2017. Reiterar que, al igual que en Madrid, se ha considerado como consumidor potencial a todas las personas, independientemente de su rango de edad.

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA: ANÁLISIS DEL SERVICIO PRIME NOW DE AMAZON

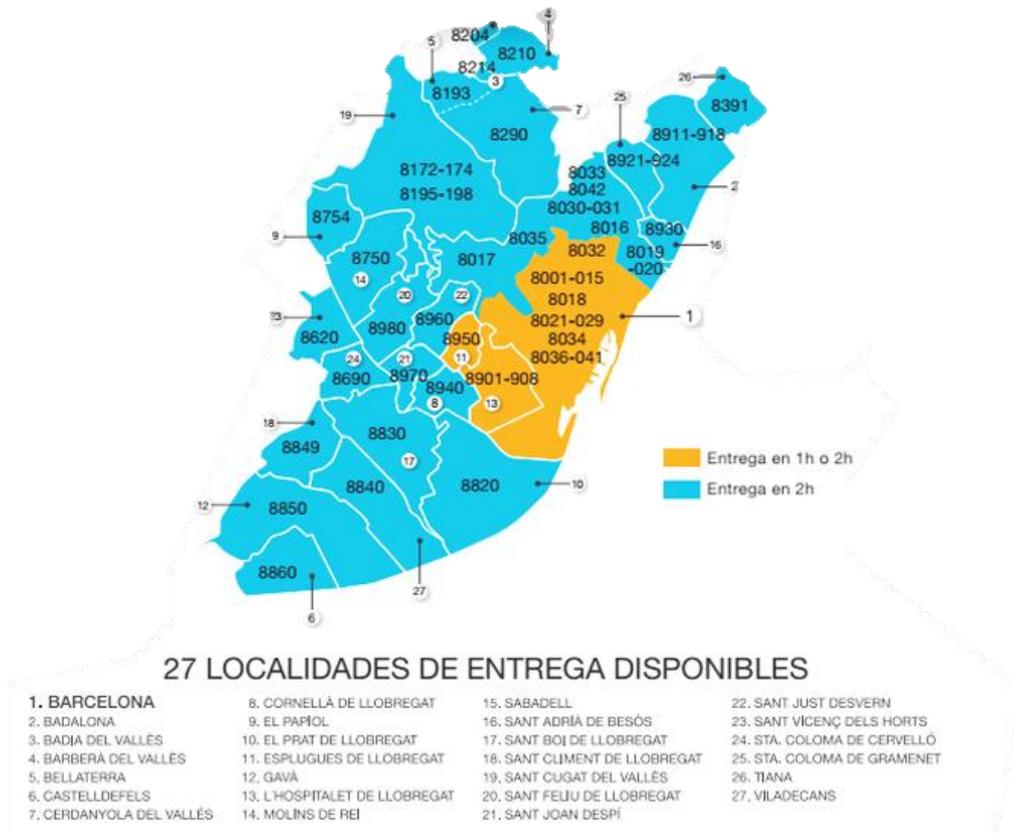


Ilustración 3.5.2.4. Mapa donde opera Prime Now en Barcelona. Fuente: El País.

Al igual que ocurre en la Comunidad de Madrid, en la provincia de Barcelona, por el momento, no existe la posibilidad de tener los productos en menos de una hora en todas las localidades presentes en el servicio Prime Now.

3.6. Aplicación del servicio Prime Now en Santander

Una vez que se ha desarrollado las características y los lugares donde se encuentra el servicio Prime Now en España, se mostrará un análisis que contará con una serie de variables para la posibilidad de una implantación en la ciudad de Santander.

En primer lugar y cómo se ha ido indicando a lo largo del trabajo, se evidencia como no se encuentra ningún almacén logístico de Amazon en ningún punto de la provincia cántabra, por lo que la primera variable, el almacén, es desfavorable ya que para realizar este servicio, se necesita disponer del almacenaje en un ratio de distancia cercano. Por lo tanto se analizará dónde hay almacenes de Amazon que operen con este servicio, para contemplar la posibilidad de abrir un nuevo almacén en Santander o alrededores. Como se manifestó en anteriores epígrafes, los almacenes que

actualmente ofrecen este servicio se encuentran en Legazpi (Madrid) y Eixample (Barcelona), puntos céntricos de las dos grandes ciudades españolas.

Analizando las nuevas aperturas de centros logísticos de Amazon, se aprecia cómo la última ha sido realizada el 1 de agosto del presente año en Paterna (Valencia) según Álvarez (2017). Asimismo, Jiménez y Simón (2017) afirman la propuesta de una gran incursión de almacenes de Amazon en el territorio español, siendo alguno de ellos en el polígono industrial de los Gavilanes en Getafe (Madrid) con 58.000 metros cuadrados y otro, más pequeño, de 15.000 metros cuadrados en Alcobendas (Madrid), para que de esta forma puedan abastecer la zona norte de Madrid, la cual actualmente, no está cubierta con el servicio Prime Now. Otro de los almacenes previstos para su nueva apertura es en El Prat (Barcelona), estimando su apertura en otoño del 2017. Dicho almacén será más grande del territorio español, junto con el macrocomplejo que quiere levantar la empresa en Illescas (Toledo) de unos 200.000 metros cuadrados. De esta forma, podrá disponer de un mayor stock, el cual le ayudará a optimizar, aún más, su servicio de repartos a domicilio.



Ilustración 3.6.1. Mapa donde opera Prime Now en Barcelona. Fuente: El País.

Sin embargo, no son los únicos almacenes que tienen previstos, ya que como siguen explicando los mismos autores, la compañía de Bezos contempla la posibilidad de crear hasta 25 nuevos almacenes en España, para lograr así una mayor estabilidad en el país.

John Tagawa, vicepresidente de la logística de Amazon en la UE, emitía un comunicado el 1 de agosto de 2017 en el apartado de Amazon Prensa, donde afirmaba, entre otras cosas, que *“la nueva estación de Paterna refuerza nuestra red de distribución*

en España, permitiéndonos satisfacer las necesidades de entrega de nuestros clientes y ofrecer un mejor servicio a todas las empresas que venden sus productos en Amazon”.

En este informe, donde también menciona las próximas aperturas de almacenes, no se manifestó de alguna forma acerca de instalar el servicio Prime Now en esta ciudad. Es por este motivo el cual hace pensar que, a pesar de que poseer un almacén en un lugar céntrico en una ciudad, no es un factor clave para implantar o no dicho servicio.

Otra de las variables a analizar acerca de una posible implantación de Prime Now en Santander, es la cantidad de población. Tal como muestran los datos recogidos por el INE en el año 2016, las ciudades españolas con mayor población son Madrid, Barcelona y Valencia respectivamente, por lo que es de suponer que los responsables de la logística de Amazon España, se hayan decantado por esas ciudades a la hora de abrir los almacenes.

	Total
	2016
08019 Barcelona	1.608.746
28079 Madrid	3.165.541
39075 Santander	172.656
46250 Valencia	790.201

Tabla 3.6.2. Población de las ciudades con almacén de Amazon en España y población de Santander.

Como recoge la tabla 3.6.2, Santander cuenta con escasa población en comparación con las otras tres ciudades. De hecho, los datos del INE en 2016, también muestran que en Cantabria hay 580.206 habitantes, lo que supone un número menor de población que únicamente en las tres ciudades mencionadas.

Basándose en los datos del INE del 2016 según el padrón de habitantes por provincia, se aprecia como en la Comunidad de Madrid hay 6.466.966 habitantes en una superficie de 8.027 kilómetros cuadrados; Barcelona cuenta con 5.542.680 habitantes en una superficie de 7733 kilómetros cuadrados y Valencia con 2.544.264 habitantes con 10.807 kilómetros cuadrados, lo que supone un porcentaje de la población española de 13,89%, 11,91% y 5,46% respectivamente, hecho que coloca a estas provincias como las tres más pobladas de España. Mientras, Cantabria cuenta con 580.206 habitantes en una superficie de 5321 kilómetros cuadrados, por lo que posee un 1,05% de la población española. Es probable que Amazon antes de abrir un nuevo almacén, busque cuáles son las provincias con mayor porcentaje de población, y más aún donde

implantar el servicio Prime Now, puesto que dependiendo la provincia donde se abra, abarcará a un mayor número de personas.

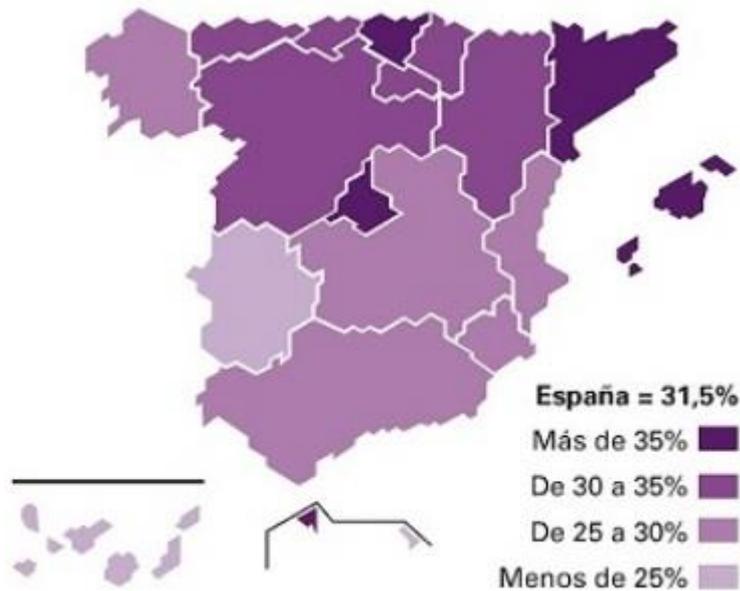


Gráfico 3.6.3. Personas que compraron por Internet en los últimos 12 meses.
Fuente: INE 2014.

Igualmente, como se aprecia en el gráfico 3.6.3, Madrid y Cataluña son las comunidades autónomas que más compras hacen por Internet, al igual que el País Vasco. Por lo que, es probable que Amazon, en caso del deseo de abrir un nuevo almacén en la zona norte española, se decantase por alguna ciudad de dicha comunidad, ya que, además de esta tendencia de compra también cuentan con un porcentaje mayor de población, situándola como la séptima comunidad autónoma en cuanto a población, según datos del INE (2016).

Asimismo, si se extrapola las ciudades donde opera este servicio en Europa, se observa como son ciudades referentes en sus respectivos países: Milán en Italia, Berlín en Alemania, París en Francia o Londres en Inglaterra. En el caso de Inglaterra, inicialmente se instauró en Londres aunque en la actualidad cuenta con más de una ciudad que dispone de este servicio. Es por este motivo que hace pensar que Amazon decide implantar este servicio en ciudades referentes a nivel nacional, y una vez se afiance, ir extendiéndolo paulatinamente.

Otro de las variables a considerar para implantar Amazon Prime Now, es el servicio de transportes que se encargará de realizar el reparto de los pedidos. Amazon (2017) indica en su página cuáles son las compañías que se encargan del reparto de

los pedidos, y son: Amazon Logistics –la propia compañía de Amazon-, ASM, Celeritas/SGEL, Correos, Correos Express, MRW, SEUR, Tourline Express y UPS. Sin embargo, para realizar esta clase de repartos, Amazon utiliza sus furgonetas de su propia compañía (Amazon Logistics) o bicicletas eléctricas, señala Sérvulo (2016). Esto es de relevante importancia puesto que Madrid y Barcelona cuentan con una orografía plana, lo que les supone a los trabajadores encargados de realizar el reparto una menor dificultad que si tuviesen que hacerlo en Santander, ciudad que cuenta con un elevado número de cuestas con gran pendiente. Asimismo, Madrid y Barcelona tienen un clima que permite con mayor seguridad el uso de bicicletas, puesto que la probabilidad de precipitaciones son menores en estas ciudades respecto a la capital de la provincia cántabra.

A modo de resumen de este epígrafe señalar que Santander no parece en la actualidad una ciudad donde Amazon vaya a plantearse implantar el servicio Prime Now, puesto que la ciudad carece de almacén –el cual ni siquiera es factor clave para la implantación, como el caso de Valencia-, el número de habitantes por superficie es bastante menor respecto a otras ciudades, no es una ciudad referente a nivel nacional, y además, debido a su orografía y climatología deberían plantearse una nueva forma de entregar los pedidos que no sea en bicicletas.

CAPÍTULO III – CONCLUSIONES

Tras haber finalizado el análisis del comercio electrónico en España y de cómo opera la compañía de Amazon en el país, es posible la extracción de una serie de conclusiones.

El comercio electrónico es un fenómeno que a pesar de tener poco más de dos décadas de historia sigue renovándose a día de hoy, ya que es un modelo de negocio que diariamente va creciendo y es debido a una serie de diferentes motivos: cada vez son más los mayores de 65 años que utilizan Internet y con él el uso del *e-commerce*, los dispositivos electrónicos como tablets o smartphone cada vez son más utilizados, aparecen nuevas funcionalidades para el uso de éste como la entrega rápida o la entrega de productos más frescos.

De igual forma, a medida que el comercio electrónico crece, la brecha digital que poseía España en los últimos años en relación con otros países europeos –sobre todo las cinco potencias del continente- se está estrechando, y esto se debe entre otras cosas, a que un 80,6% de la población española se considera internauta, porcentaje mucho más elevado respecto a años anteriores, tal como anunciaba la nota de prensa del INE el 8 de agosto de 2017.

Respecto al análisis de la compañía norteamericana se aprecia que Amazon es un gigante del mundo empresarial, puesto que aunque inicialmente se tuviese la idea de un negocio de venta de libros *online*, Jeff Bezos dio un cambio a la estrategia empresarial e introdujo un catálogo de lo más variado en cuanto artículos, además de implementar una serie de servicios que lo difieren de otras grandes empresas de compra-venta, como son la plataforma para ver vídeos, una “nube” propia donde alojar archivos o una aplicación para el desarrollo de startups. De esta forma Amazon ha conseguido lo que buscaba en un principio, ser una empresa conocida a nivel mundial.

Otra de las características que ha hecho que Amazon sea una empresa puntera en el mundo del *e-commerce* es, sin duda, el servicio de entrega rápida de Prime Now. En la actualidad son muy pocas las empresas que pueden hacerle competencia en este ámbito –en España solo El Corte Inglés-. Con el servicio Prime Now han logrado dar una revolución en el mundo internauta, ya que antes era impensable pedir un producto por Internet y tenerlo en menos de una hora. Sin embargo, y a pesar de que Amazon hace entrega de pedidos en cualquier punto de España, no es posible en la actualidad disponer de este servicio en todas las ciudades, puesto que cuenta con pocos años de antigüedad y aún deben afianzar el servicio para ir expandiéndose, como se ha visto en el caso de Valencia, que a pesar de poseer el tercer almacén del país, aún no cuenta con dicho servicio.

Finalmente, mencionar que España es un país de oportunidades en cuanto al mundo electrónico, puesto que con la tendencia de los dos últimos años donde se afirma que los españoles cada vez usan más Internet con fines comerciales, las compañías deberían explotar más sus recursos para ofrecer mayores prestaciones a los usuarios, tal y como debería hacer Amazon implementando Prime Now en distintas ciudades, como podrían ser Valencia -debido a su población por superficie- o Bilbao -debido a la tendencia de consumo que tienen sus habitantes-.

BIBLIOGRAFÍA

ALBA, D. (2014) *Amazon launches one-hour delivery service in NYC*. En Wired. <https://www.wired.com/2014/12/prime-now/> [Consultado el 08-05-2017]

ÁLVAREZ, F. (2017). *Amazon comienza hoy a operar en su nuevo almacén de Paterna*. En el País. <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2017/08/01/59805ac8468aebab488b45b0.html> [Consultado el 22-08-2017]

ALVÍZ, J. (2014). *10 logos tecnológicos que esconden un significado oculto*. En Clipset. <http://clipset.20minutos.es/10-logos-tecnologicos-que-esconden-un-significado-oculto> [Consultado el 20-03-2017]

AMAZON (2017) – *Amazon*. <http://amazon.es> – [Consultado el 22-05-2017]

AMAZON (2017) – *Amazon amplía su red en España con una estación logística en Paterna (Valencia)*. En Amazon Prensa. [https://amazon-prensa.es/Top-Navi/Noticias/Nota-de-Prensa/amazon/es/Amazon-amplía-su-red-en-España-con-una-estación-logística-en-Paterna-\(Valencia\)--/](https://amazon-prensa.es/Top-Navi/Noticias/Nota-de-Prensa/amazon/es/Amazon-amplía-su-red-en-España-con-una-estación-logística-en-Paterna-(Valencia)--/) - [Consultado el 06-09-2017]

AMAZON (2017) – *Amazon Pay*. En Amazon. <https://pay.amazon.com/es> - [Consultado el 22-08-2017]

AMAZON (2017) – *Amazon Prime Now*. En Amazon. <https://primenow.amazon.es/> - [Consultado el 22-05-2017]

AMAZON (2017) – *Amazon Web Services*. En Amazon. <https://aws.amazon.com/es/> - [Consultado el 22-08-2017]

AMAZON (2017) – *Empieza a vender online*. En Amazon. <https://services.amazon.es/> - [Consultado el 22-08-2017]

BERENGUERAS, J.P. (2016). *Amazon lanza en Barcelona la entrega en una hora de productos frescos*. En el Periódico. <http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/amazon-lanza-prime-now-barcelona-entrega-una-hora-productos-frescos-5455115> [Consultado el 30-05-2017]

CHLOE (2016). *El Corte Inglés lanza servicio Click&Express, ¿será la competencia que esperábamos a Amazon Prime Now? Los comparamos*. En Tendencias. <https://www.tendencias.com/noticias-de-la-industria/el-corte-ingles-lanza-servicio-click-express-sera-la-competencia-que-esperabamos-a-amazon-prime-los-comparamos> [Consultado el 22-05-2017]

CUGAT, R. (2017). *Amazon cuadruplicó su beneficio al ganar 2.371 millones de dólares en el 2016*. En El Periódico. <http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/amazon-cuadruplico-beneficio-ganar-2371-millones-dolares-2016-5783717> [Consultado el 11-05-2017]

DE WINTER LÓPEZ, S. (2014). *La evolución del Kindle*. En Librista <http://librista.es/blog/evolucion-kindle/> [Consultado el 22-03-2017]

FORBES (2017). *Jeff Bezos destrona a Bill Gates por unos minutos*. En Forbes. <https://www.forbes.com.mx/jeff-bezos-bill-gates-mas-rico-del-mundo/> [Consultado el 05-09-2017]

GALTÉS, M. (2016). *Así funciona el nuevo almacén de Amazon en Barcelona*. En La Vanguardia. <http://www.lavanguardia.com/economia/20161006/41808003297/amazon-barcelona-almacen-prime-now.html> [Consultado el 30-05-2017]

GASPAR, I.M. (2017). *Amazon multiplicará por 8 su beneficio: registrará unas ganancias de casi 5.000 millones de dólares*. En El Economista. <http://www.eleconomista.es/mercados-cotizaciones/noticias/8128473/02/17/Amazon-multiplicara-por-8-su-beneficio-registrara-unas-ganancias-de-casi-5000-millones-de-dolares.html> [Consultado el 11-05-2017]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2014). *Nota de prensa 2 de octubre de 2014: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. En INE. <http://www.ine.es/prensa/np864.pdf> [Consultado el 28-08-2017]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2016). *Nota de prensa 3 de octubre de 2016: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. En INE. <http://www.ine.es/prensa/np991.pdf> [Consultado el 28-08-2017]

JIMÉNEZ, M. (2016). *Amazon empieza a vender frescos y reparte en una hora*. En El País. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/07/20/tecnologia/1468997543_290085.html [Consultado el 22-08-2017]

JIMÉNEZ, M; SIMÓN, A. (2017). *Amazon lanza su gran ofensiva de almacenes en España*. En El País. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/07/07/companias/1499454871_905100.html [Consultado el 22-08-2017]

LAUDON, KENNETH C. (2009). *E-Commerce: Negocios, tecnología y sociedad*. México: Pearson, pp.7-8 [Consultado el 26-08-2017]

LENDECH VEGA, C. (2015) *Historia del e-commerce*. En <https://www.preceden.com/timelines/273555-historia-del-e-commerce>. [Consultado el 25-08-2017]

MARTÍNEZ, E; SERRANO, A. (2003). *La brecha digital: mitos y realidades*. México: Departamento Editorial Universitaria de la Universidad Autónoma de Baja California, pp.6. [Consultado el 28-08-2017]

MATESANZ, V. (2015) *¿Quieres conocer un poco mejor a Jeff Bezos?* En Forbes. <http://www.forbes.es/actualizacion/4209/quieres-conocer-un-poco-mejor-a-jeff-bezos/6> - [Consultado el 15-06-2017]

MELGAR, J. (2017). *5 razones por las que Amazon es el Rey del E-Commerce*. En <http://lilifebelt.com/historia-amazon-rey-del-e-commerce/2017/04/> [Consultado el 05-09-2017]

MENDEZ, J. (2015) *Amazon Prime Now llega a Londres con entrega de paquetes en menos de una hora*. En Express.Live. <https://es.express.live/2015/07/07/amazon-prime-now-llega-londres-con-entrega-de-paquetes-en-menos-de-una-hora/> [Consultado el 08-05-2017]

OSORIO, V. (2013) *El hombre que dejó Wall Street para vender libros*. En Expansion. <http://www.expansion.com/2013/08/26/directivos/1377535003.html> [Consultado el 22-07-2017]

PÉREZ, D. (2016). *Dentro de Amazon Prime Now: del almacén a tu casa en 2 horas*. En El Español (Omicrono). <http://omicrono.elespanol.com/2016/08/asi-funciona-amazon-prime-now/> [Consultado el 09-05-2017]

PLACER, D. (2017). *La guerra entre El Corte Inglés y Amazon estalla con entregas a domicilio*. En Economía Digital. http://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/la-guerra-entre-el-corte-ingles-y-amazon-estalla-con-las-entregas-a-domicilio_189186_102.html [Consultado el 22-05-2017]

POZZI, S. (2015). *Amazon sorprende al registrar beneficios*. En El País. http://economia.elpais.com/economia/2015/07/24/actualidad/1437694537_443629.html [Consultado el 11-05-2017]

PRIETO, M. (2017). *Amazon cierra su tienda de ventas privadas BuyVip*. En Expansion. <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/04/05/58e51cb2468aebcf748b464d.html> [Consultado el 05-09-2017]

RODRÍGUEZ, D. (2015). *¿Cómo nació Amazon?* En Libertad Digital. <http://www.libertaddigital.com/ciencia-tecnologia/internet/2015-03-22/como-nacio-amazon-1276543668/> - [Consultado el 15-06-2017]

RODRÍGUEZ, S. (2014). *60 años de comercio electrónico: La evolución de las compras online*. En E-Commerce-News. <http://ecommerce-news.es/servicios/metodos-de-pago/60-anos-de-comercio-electronico-la-evolucion-de-las-compras-online-11327.html#> [Consultado el 28-08-2017]

RUIZ, R. (2017). *Amazon y DIA amplían su acuerdo en Barcelona*. En Expansion. <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/06/28/595359aeca474140178b45ba.html> [Consultado el 22-08-2017]

RULL, A. (2016) *Porqué Amazon solo quiere que hagas la compra con tu móvil*. En El Diario. http://www.eldiario.es/cultura/tecnologia/Amazon-quiere-solo-compres-movil_0_539646731.html - [Consultado el 08-05-2017]

SAITO, M. (2015) *Amazon expands Prime Now, offers U.S. alcohol for first time*. En Reuters. <http://www.reuters.com/article/us-amazon-com-prime-idUSKCN0QU2AR20150826> [Consultado el 05-05-2017]

SEOANE BOLADO, E. (2005). *La nueva era del comercio: el comercio electrónico*. Vigo: Ideaspropias, pp.1,4-5. [Consultado el 24-08-2017]

SÉRVULO, J. (2016). *Amazon revoluciona la distribución en España con el reparto exprés*. En El País. https://economia.elpais.com/economia/2016/07/20/actualidad/1468990520_773460.html [Consultado el 22-05-2017]

SIE (2017). *La Sociedad de la Información en España 2016*. En Fundación Telefónica. [Consultado el 05-09-2017]

TEKNAUTAS (2017). *Amazon estrena Pay en España, su propio sistema de pagos 'online'*. En El Confidencial. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-04-18/amazon-pay-online-internet-pagos_1368201/ [Consultado el 22-08-2017]

UNIÓN GENERAL DE TRABAJADORES (2015). *Informe de 22 de julio de 2015: La brecha digital en España*. En http://www.ugt.es/Publicaciones/BRECHADIGITAL_WEB.pdf [Consultado el 05-09-2017]

VALERO, M. (2016). *Amazon se une a Lavinia, DIA y el Mercado de la Paz para el servicio de frescos*. En el Confidencial. https://www.elconfidencial.com/empresas/2016-09-27/dia-lavinia-amazon-comercio-electronico-fresco_1266865/ [Consultado el 22-08-2017]

VÁZQUEZ, C. (2016). *La verdad de Prime Now de Amazon y sus almacenes aleatorios*. En IslaBit. <http://www.islabit.com/67876/prime-now-amazon-almacenes-aleatorios.html> [Consultado el 09-05-2017]

VÁZQUEZ, P. (2016). *El comercio electrónico sigue creciendo*. En Runners. <http://www.runners.es/material/tecnologia/articulo/crecimiento-del-comercio-electronico-espana> [Consultado el 05-09-2017]