

**Fuente:** Expresiones UDLAP

**Fecha:** 25 de agosto, 2017

## El avance de Amazon

**Autor:** Mtro. Francisco Javier Calleja Bernal. Profesor de tiempo completo del Departamento de Finanzas y Contaduría UDLAP.

Amazon es una empresa que sorprende, su agresividad en el mercado es digna de ser imitada. Entre 2014 y 2016, su utilidad neta sobre ventas se ha movido de 0.3% a 1.7%, el capital contable ha pasado de 20% a 23% y el activo circulante entre pasivo a corto plazo fue de 1.12 a 1.05.

En la primera razón el porcentaje de ganancia es pequeño, ya que Amazon es la clásica empresa que trabaja sobre volumen y no sobre margen, lo importante para ellos es vender mucho aunque su porcentaje de ganancia sea mínimo. Sólo que el mínimo mencionado es de 2,371 millones de dólares en 2016, sobre ventas de 135,987 millones de dólares. La segunda razón va contra todas las reglas teóricas de apalancamiento: la empresa trabaja con un capital mínimo y rompe, año tras año, la conservadora idea de no tener pasivos que superen el 50% de su activo total, en 2016 su pasivo es de 77%. Su razón circulante se acerca a los preceptos japoneses de tener un capital de trabajo igual a cero. El excelente planteamiento de negocio de la empresa resiste porque los recursos generados por la operación se han incrementado de 6,842 millones de dólares en 2014 a 16,443 en 2016. Combinando esa excelente operación con la utilización de recursos en la inversión que se ha casi duplicado de 5,065 millones de dólares en 2014 a 9,876 millones de dólares en 2016.

Independientemente de tener su propio mercado digital de vino desde 2012, ahora lanza una marca propia: Next, que incluye dos vinos tintos y uno blanco, elaborados exclusivamente para Amazon por King Estate Vinery de Oregon.

Anuncia la compra de una cadena de supermercados de alimentos naturales y orgánicos llamada Whole Foods. A pesar de tener diez años de incluir este tipo de productos en su venta en línea, es evidente que el resultado no ha sido el deseado y que el público estadounidense sigue prefiriendo acudir físicamente a una tienda para comprar ciertos alimentos. Presenciamos que Amazon acepta el reto de tener establecidas una serie de sucursales para la venta de alimentos, igual que ya lo aceptó al empezar a abrir librerías. El oponente es gigantesco, ya que al mismo tiempo Walmart adquiere empresas de venta por internet (Bonobos y Jet), tratando de robustecer su participación en ese mercado. Los expertos aseguran que si Walmart pierde esta batalla, Amazon será el más importante vendedor de productos en línea del mundo.

Además, se habla de una posible asociación entre Amazon y Dish Networks en campos como internet, telefonía e «internet de las cosas», ese nuevo futuro en que todo dispositivo pueda estar interconectado en nuestras ciudades.



**Tags:** Amazon, Expresiones UDLAP, finanzas, Javier Calleja Bernal, UDLAP, Universidad de las Américas Puebla

**Acerca del autor:** Contador Público con estudios de Maestría en Administración y candidato a Doctor en Educación. Con más de 40 años de experiencia docente y profesional en contabilidad, costos, análisis financiero y auditoría. 291 cursos impartidos en diversas universidades, de los cuales el 88% ha sido a nivel licenciatura y el resto en maestría. 194 módulos de diplomado impartidos a personal de diversas empresas. Autor de los libros "Contabilidad 1", "Costos" y "Contabilidad Administrativa" con editorial Pearson. Articulista en diversos periódicos y autor de su propio blog "Visión Financiera". Coordinador de las materias Contabilidad Financiera, Contabilidad de Costos, Análisis de Costos y Contabilidad Gerencial.