

Back Stage

Velocidad e innovación, las recetas de Jeff Bezos para catapultar Amazon

En su carta anual para los accionistas, el consejero delegado del gigante estadounidense del ecommerce da sus cuatro postulados para mantener el liderazgo de la compañía en el canal online.

Modaes
13 abr 2017 - 13:33



Jeff Bezos apuesta por velocidad e innovación para seguir creciendo con **Amazon**. Estas son dos de las recetas de las cuatro que el consejero delegado del gigante estadounidense del ecommerce ha citado en su última carta anual para los accionistas de la empresa.

Bezos señala que el consumidor debe seguir siendo el centro de todas las decisiones que **Amazon** tome en el futuro, bien sea a través de una rápida respuesta ante las necesidades del mercado o anticipando los deseos futuros de los consumidores. Este es el caso de **Amazon Web Services**, su plataforma de computación en la nube ofrecida a través de Internet, utilizada en aplicaciones populares como Dropbox, Foursquare y

HootSuite, entre otras.

El consejero delegado del grupo también señala que las compañías deben capitalizar las grandes tendencias de futuro en sus respectivos mercados, aprovechando el viento a favor de la rentabilidad.

El consumidor debe seguir siendo el centro de todas las decisiones que Amazon tome en el futuro, según Bezos

Ante la cada vez mayor dimensión de una empresa, el peligro de que los gestores empiecen a trabajar más con datos agregados y, en consecuencia, pierdan el conocimiento directo de sus clientes. Para evitar esto, Bezos apuesta por “corazón, intuición, curiosidad, juego, agallas y criterio”.

Finalmente, el directivo apunta a la urgencia de velocidad en la toma de decisiones empresariales, aunque sean las equivocadas. Para que esta rapidez llega a todos los estamentos de una organización, las empresas deben dar incentivos a sus empleados por ejecutar sus tareas con la máxima celeridad posible.

Amazon disparó sus ganancias en 2016, que pasaron de 596 millones de a 2.371 millones de dólares en el último ejercicio. La compañía también aceleró en materia de facturación y alcanzó unas ventas de 135.987 millones de dólares, un 27% más que el año anterior.