

Empresa

Amazon inicia su embestida en Chile: entregas desde EEUU en dos días

El gigante estadounidense ha iniciado negociaciones con empresas de transporte locales. Se prevé que la compañía llegue a un acuerdo en las próximas semanas.

Modaes
4 oct 2017 - 00:00

Almacén de Amazon

Amazon busca reducir los tiempos de entrega de productos en Chile. El gigante estadounidense de comercio electrónico abrió una licitación para reducir sus márgenes de los productos que provienen de Estados Unidos.

El objetivo del grupo es reducir el tiempo de su reparto de un promedio de cuatro a cinco días a sólo 48 horas. Amazon ya se encuentra en negociaciones con empresas de transporte locales, y se prevé que en las próximas semanas se llegue a un acuerdo. **En caso de implementarse este nuevo servicio, se desconoce aún si Amazon hará cambios a sus tarifas de despacho, según *Diario Financiero*.**

En plan de la compañía pasa por tantear el nuevo formato de entrega, y dependiendo del resultado, abrir un centro de distribución en Santiago. Amazon ya habría tomado contacto con operadores locales para arrendar un espacio de 30.000 metros cuadrados de superficie donde alojaría sus productos a partir del segundo semestre de 2018.

Amazon también tantea abrir un centro de distribución en Santiago

Amazon tendrá que enfrentar dos grandes dificultades, la primera será la logística de Aduana que está acaparada en gran medida por Correos de Chile y que solo cuenta con tres centros de acopio de paquetes. A eso se suma el efecto de paralizaciones de los trabajadores del servicio público.

Mientras tanto, el rival de Amazon, **eBay (tras aliarse con Mercado Libre) también ha bajado los plazos de entrega de sus productos**

Modaes

. Desde la empresa anunciaron que frente a los noventa días tradicionales se reduciría entre nueve y quince días máximo.

A finales de 2016, el gigante estadounidense anunció la apertura de su sede en Santiago de Chile, la primera del grupo en Sudamérica. Amazon cerró 2016 con un beneficio neto de 2.371 millones de dólares, multiplicando por cuatro su resultado del año anterior. La compañía también aceleró en materia de facturación y alcanzó unas ventas de 135.987 millones de dólares, un 21,7% más que 2015.