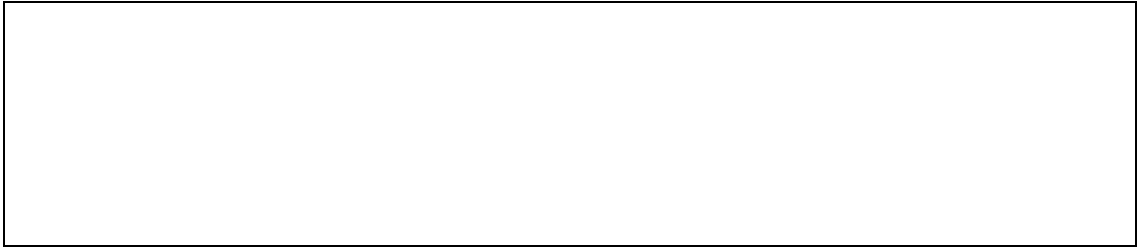


La evolución de Internet a través de Amazon

Alejandro Moreno Calvo



Introducción: La historia de Internet

La necesidad de conectar varios ordenadores sin importar la ubicación de estos fue puesta de manifiesto por primera vez por J.C.R Licklider que en 1960 publicó lo que podríamos llamar la primera definición de internet:

«una red de muchos [ordenadores], conectados mediante líneas de comunicación de banda ancha» las cuales proporcionan «las funciones hoy existentes de las bibliotecas junto con anticipados avances en el guardado y adquisición de información y [otras] funciones simbióticas». [LICKLIDER]

Licklider fue nombrado en 1962 director de la *Oficina de procesamiento de información DARPA*, un grupo creado por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos cuyo objetivo era la creación de una red de comunicaciones.

Con este fin se consiguió crear ARPANET cuya primera conexión se estableció el 21 de noviembre de 1969. El 5 de diciembre de ese mismo año la red ya contaba con 4 nodos –la Universidad de California, el Instituto de Investigaciones de Stanford, la Universidad de UTA y la Universidad de California–. En 1970 la red cruzó hasta la costa oeste, en 1971 ya había 23 ordenadores conectados y en 1981, 213, con una media de una nueva incorporación cada 20 días.

1983 es la fecha en la que se considera que nació realmente Internet ya que fue entonces cuando se separaron la parte militar y la civil de la red. En ese momento ya la compartían 500 servidores (ordenadores interconectados). En ese mismo año se creó el sistema de nombres de dominios (.com, .edu, etc., más las siglas de los países), que prácticamente se ha mantenido igual hasta ahora.

La gestación de Internet se terminó con la creación, a principios de los 90, del *hipertexto* (más conocido como *World Wide Web* o simplemente *WWW*), que dio lugar a Internet tal y como lo conocemos hoy en día.

La historia de Amazon.com

Amazon.com fue una de las compañías pioneras en el negocio de Internet siendo un claro ejemplo de *empresa .com*. Una empresa creada en un garaje por Jeff Bezos, nacida por y para Internet. La mayoría de estas empresas fueron creadas sin ningún plan de negocio y sin ninguna idea novedosa para el mercado lo que propició la *crisis de las .com*¹ que hizo que la mayoría de las empresas creadas exclusivamente para el comercio electrónico desapareciesen.

Amazon.com debe su nombre a una estrategia de *marketing*. En el año en la que fue fundada, 1995, el rey de Internet era Yahoo! y su directorio web² que ordenaba las webs



Ilustración 1: Índice NASDAQ Composite: 1994 - 2004

¹ Más información en http://es.wikipedia.org/wiki/Burbuja_.com

² Un directorio web es una colección de páginas ordenadas por temáticas.

alfabéticamente. Por eso Bezos le puso a su empresa un nombre que apareciese en los primeros puesto de Yahoo!.

Amazon nació con un solo objetivo: *convertir Amazon.com en la forma más rápida, fácil y agradable de comprar libros*. Y este objetivo es el que le ha llevado al éxito.

La empresa nació con un modelo de negocio muy poco normal en 1995. No esperar beneficios hasta 4 ó 5 años después de su lanzamiento. Este planteamiento se cumplió, ya que los primeros beneficios de Amazon aparecieron en 2001³.

Bezos dice de Amazon:

«El concepto de negocio, éxito y rasgo distintivo de Amazon es que nuestro catálogo de ofertas de libros es cuasi-infinito, reproducible, barato y portátil para el mundo entero, por la vía de Internet.

El resto se diferencia poco o nada de una tienda de venta de libros por catálogos, los dos tipos de comercio son muy parecidos.

Sólo cambia el método de realizar el pedido, pero, dado el carácter interactivo de Internet, podemos hacer ofertas personalizadas a los múltiples clientes, llegamos a conocer los gustos y preferencias de cada uno.

Esto no se logra en la venta por catálogos, por la dificultad y lentitud en el diálogo cliente vendedor. Trabajamos como el antiguo librero de hace cien años que conocía, de cada uno de sus clientes, todos los gustos y las aversiones».

Para ofrecer el modelo de negocio que Bezos quería para Amazon se descompuso el proceso de compra en Amazon por parte de los clientes. Gracias a esto se llegó a la conclusión de que los clientes llegaban de dos formas distintas:

1. Por curiosidad.
2. Buscando un libro concreto.

Para los primeros, Amazon organizó una librería similar a una librería física. En la página principal se muestran las categorías, los *bestsellers*, ideas para regalar, etc.

El echo de querer introducir tanta información en la página principal ha llevado a Amazon a diversos problemas. Uno de los más estudiados es el problema de mostrar al usuario todos los tipos de productos que Amazon venden y que Amazon muestra a través de su barra de navegación⁴.

Para los clientes que entraban a Amazon buscando algún tipo de libro concreto Amazon diseñó un buscador muy potente que permitiese buscar un libro con muy poca información sobre él. Esta estrategia fue continuada con la adquisición y mejora de los buscadores *Alexa* y *A9*. Además, Amazon fue la primera en crear la opción «*Search Inside the Book*»⁵ que permite buscar palabras dentro del texto de un libro.

³ Ver noticia <http://www.elmundo.es/mundodinero/2002/01/23/Noti20020123094516.html>. Sus beneficios han ido aumentando desde entonces hasta llegar a los 8.5 billones de dólares en 2005.

⁴ Se puede ver un estudio y la evolución de la barra de navegación de Amazon en <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?178>

Además de estas medidas destinadas a los usuarios, Amazon ha continuado ampliando año a año la lista de productos que venden para así poder diversificar su oferta. Actualmente Amazon cuenta con 40 categorías, muy lejos de la tienda de libros que comenzó siendo. Pero lo más importante de la evolución de Amazon es que en cada nuevo sector en el que ha entrado ha introducido novedades para hacerse con el mercado. Por ejemplo, Amazon ha sido una de las pocas páginas que ha puesto música gratis para descargar⁶.

Pero a pesar de todo esto la principal revolución que ha traído Amazon ha sido el comercio electrónico y su forma de entenderlo haciendo un seguimiento constante de todo el proceso de compra. Nada más hacer el pedido Amazon manda un correo con los datos. Además Amazon permite seguir todo el proceso de envío del paquete. Además Amazon ha creado un proceso de pago sencillo pero seguro que ofrece a los clientes la seguridad que necesitan para realizar pagos por la red. Amazon tiene una serie de pasos bien definidos para la compra de productos que comienzan cuando un cliente pone un producto en su cesta de la compra. Después de este paso el cliente pasa a introducir sus datos, luego el método de envío, el método de pago y finalmente de completa la transacción. En cualquiera de los pasos el cliente puede volver atrás sin perder la información que será recordada por Amazon hasta que el cliente quiera completar la transacción o hasta que la borre definitivamente.

Además Amazon ofrece su sistema de pago a otras empresas, por ejemplo, Stephen King usó Amazon para la venta de los capítulos de una novela que publicó por Internet.

Amazon se ha convertido en la principal empresa de comercio electrónico por méritos propios presentado en todo momento ideas novedosas y teniendo siempre en mente a sus clientes. Amazon ha sido copiada por numerosos rivales, pero ninguna ha conseguido alcanzar su nivel. Este nivel se debe a su continua inclusión de nuevas mejoras destinadas a que el usuario tenga una mejor experiencia. La empresa que nació en un garaje de Seattle se ha convertido en un gigante de la red que marca el camino del comercio del futuro.

⁵ Más información en inglés en <http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/10197021/002-9201491-0348004>

⁶ Se pueden ver las canciones actualmente disponibles en <http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/468646/>

Bibliografía

- [AZÁLGARA] Mauricio Azálgara Bedoya.
<http://www.monografias.com/trabajos15/amazon/amazon.shtml>
- [BAYWACKMACHINE] *http://web.archive.org/web/*/http://amazon.com*.
Diferentes versiones de la página de Amazon desde 1998.
- [LICKLIDER] Licklider, J.C.R. *Man – Computer Symbiosis*. 1960
- [WIKIPEDIA_AMAZON.COM] Artículo de la Wikipedia en inglés
«*Amazon.com*»
- [WIKIPEDIA_INTERNET] Artículo de la Wikipedia en español «*Historia de Internet*»