



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE POSGRADO**

**FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**Portafolio**

**Carlo Menjivar-21053124**

**21/05/22**



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE POSGRADO**

**FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**Tarea #1**

**Carlo Menjivar-21053124**

**28/04/22**

## **Tarea # 1**

Presente la actividad de la empresa.

¿Cuál es el objetivo a largo plazo de la visión?

¿Cuáles son las metas y valores de la empresa?

Presente vínculos con las diferentes partes interesadas de la empresa (stakeholders)

Presente la ventaja competitiva.

1- "El objetivo de Google es organizar la información del mundo y hacerla accesible y útil para todos los usuarios. Es el principio que determina todo lo que hacen. Por esta razón, muchos de sus productos, como la Búsqueda, Maps y Gmail, son gratuitos y accesibles para todos."

2- "Ser el más prestigioso motor de búsqueda y el más importante del mundo, además de ser un servicio gratuito fácil de utilizar que presente resultados relevantes en una fracción de segundo".

3- "Organizar la información del mundo para que resulte universalmente accesible y útil".

4- Larry Page, Sergey Brin, and Sundar Pichai como personas naturales.

Top institutional shareholders are Vanguard Group Inc., BlackRock Inc. (BLK), T. Rowe Price Associates Inc., and FMR LLC.

5- La ventaja más grande que Google mantiene es que se ha mantenido a la vanguardia tecnológica. Siendo uno de los principales motores de búsquedas, le ha ayudado a posicionarse como una de las empresas más importantes y dominantes del internet, ya que son sus buscadores, arañas y bots los que trazan los diagramas de conectividad de la Web, que conectan a los usuarios con las mismas páginas web.





**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE POSGRADO**

**FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**Tarea #2**

**Carlo Menjivar-21053124**

**05/05/22**

## **Tarea # 2**

### **1. ¿Cómo describiría la estrategia de Lululemon para segmentar el mercado? ¿Quiénes supone que son los clientes típicos de Lululemon?**

La estrategia de Lululemon está basada tener distintas estaciones de ropa, con ciclos de entre 3 y 12 semanas, creando una sensación de novedad y escasez. Esta estrategia les permite segmentarse y posicionar su producto a un precio extraordinario comparado a los competidores de precios bajos.

Los clientes típicos serían practicantes ya conocedores de Yoga que buscan distinguirse.

### **2. ¿Qué estrategia genérica de negocios aplica Lululemon?**

Utilizan la estrategia de la escasez para posicionar su producto a un precio extraordinario. También el “approach” directo a sus clientes y no solo a los números que reciben de sus softwares, les permite identificar parámetros más reales.

### **¿Esa estrategia proporciona una ventaja frente a sus rivales en el negocio de la ropa deportiva? En tal caso, ¿cómo?**

En este caso si funciona, y les permite mantener precios extraordinarios. ¿Cómo? Creando una cultura de “moda” dónde los clientes están acostumbrados al cambio de estilos y buscan la novedad en los productos.

### **3. Para implementar con éxito su estrategia de negocio, ¿qué debe hacer Lululemon en el ámbito funcional?**

Mantener una calidad de producto alta, crear patrones llamativos y novedosos y escuchar a sus clientes directamente.

### **¿La compañía ha hecho esas cosas?**

El caso expone cómo la CEO Christine Day pasa visitando en persona las tiendas de Lululemon, observando cómo compran los clientes, escuchando sus quejas y empleando esa retroalimentación en los esfuerzos del desarrollo del producto.

### **4. ¿Cómo los errores de marketing y del producto mencionado en este caso podrían afectar la capacidad de Lululemon para ejecutar debidamente su estrategia de negocios?**

El caso menciona dos ocurrencias, una la impresión de un mensaje negativo en una mochila y un problema de calidad de tela de un pantalón negro.

### **¿Qué debería hacer Lululemon para asegurarse de que no cometerá errores parecidos en el futuro?**

Hacer un mejor estudio social al momento de querer transmitir un mensaje en una prenda. Mejorar los indicadores de gestión de calidad de los productos.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE POSGRADO**

**FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**Tarea #3**

**Carlo Menjivar-21053124**

**05/12/22**

### Tarea # 3

Método flujo de caja libre combinado con método de descuento. 1-La empresa Eta Company está considerando cotizar en bolsa, pero no está segura del precio de oferta justo para la empresa. Antes de contratar a un banco de inversión para que los ayude a realizar la oferta pública, los administradores de Eta Company decidieron realizar su propio cálculo del valor de las acciones comunes de la empresa. El gerente financiero reunió los datos para llevar a cabo la valuación usando el método de valuación del flujo de caja libre. El costo de capital promedio ponderado de la empresa es del 16% y tiene \$2,000,000 de deuda al valor de mercado y \$300,000 de acciones preferentes a su valor supuesto de mercado. Los flujos de efectivo libre calculados para los próximos 5 años, de 2021 a 2025, se presentan a continuación. De 2025 en adelante, la empresa espera que su flujo de fondos libre crezca un 2% anual.

Año	Monto Flujo de fondos libre
2021 USD.	300,000
2022	330,000
2023	370,000
2024	390,000
2025	420,000

1) El valor de los flujos de caja libre para el final del 2026 es de: **\$3,060,000.00**

2) El total de flujo de caja libre 2025 = \$420,000 + \$3,060,000 = **\$2,613,174.61**

**Aquí me equivoqué al copiar el Valor de Excel, abajo estaban los calculos y tengo bien el monto:**

**\$3,480,000**

3) Valor de acciones comunes: **\$713,174.61**



**TABLA CALCULO VALOR ACTUAL NETO  
FLUJO DE FONDOS LIBRE**

<b>Rend activo</b>	<b>16.00%</b>
------------------------	---------------

<b>Periodo</b>	<b>Valor anual flujo</b>
<b>2021</b>	300,000
<b>2022</b>	330,000
<b>2023</b>	370,000
<b>2024</b>	390,000
<b>2025</b>	3,480,000
<b>2026</b>	
<b>2027</b>	
<b>2028</b>	
<b>2029</b>	
<b>2030</b>	

g 2%

v5 420,000.00

Vc 3,060,000.00

<b>VA Neto</b>	<b>\$2,613,174.61</b>
----------------	-----------------------

Valor Merc. Obligaciones	1,500,000
Valor Acciones Prefe.	400,000

Valor acciones comunes	<b>\$713,174.61</b>
---------------------------	---------------------



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FACULTAD DE POSGRADO**

**FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**Caso Banitsmo**

**Carlo Marcello Menjivar Menjívar Montes de Oca**  
**21053124**

**05/18/22**

## DEPARTAMENTO DE POSTGRADO

### FUSIONES Y ADQUISICIONES

#### **Actividad adicional sobre el caso " Grupo Banistmo : Oferta pública de compra de acciones por Hsbc"**

- a. Calcular la ganancia de capital entre el precio ofrecido y el precio de mercado de la acción de Banistmo.

$$(\$50-39.30)/39.30 = \mathbf{27.23\%}$$

$$(\$10.7)/39.30 = \mathbf{27.23\%}$$

- b. Calcular el valor en libros de las acciones, tomando en cuenta el patrimonio del banco al 31 de diciembre del 2005.

$$\text{dic 2005} = \mathbf{20.97} \quad (700,758,000 / 33,423,848)$$

- c. Calcular el crecimiento g de los dividendos por acción (DxA) según anexo No.

7. Tomar en cuenta solamente la variación que en algunos años en 0 y en otros el 20%, incluyendo las proyecciones del año 2006.

(min 44)

datos diciembre 2005

(DxA – Dividiendo por Acción Anexo p. 14)

$$g = 0.6, 0.72, 0.72, 0.88, 0.88 =$$

$$(0.72 - 0.60)/0.60 = 20\%$$

$$(0.72 - 0.72)/0.72 = 0\%$$

$$(0.88 - 0.72)/0.72 = 22.22\%$$

$$(0.88 - 0.88)/0.88 = 0\%$$

$42.22/4 = 10.55\%$  (Crecimiento aproximado considerando 2 años con crecimiento 0%,  $(20\%+0\%+22.22\% +0\%)$ )

- d. Con el dato obtenido en el inciso c) obtener la rentabilidad de las acciones del grupo BANISTMO.

$\text{Rent} = D1 = 0.88 * (1.1055) = 0.9728 + g = \mathbf{13.02\%}$  (Junio 2006)

(39.30)

$\text{Rent (dic 2005)} = 0.88 + 10.55\% = 13.46\%$

(30.20)

### **CONTESTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:**

Puntos del Caso Banitsmo:

- El propietario de 100,000 acciones del grupo Banitsmo, el Dr. Rocha, debería de tomar la OPA.
- HSBC toma la decisión de adquirir Banitsmo debido al costo de introducción a este mercado, costo ya fue realizado por Banitsmo, además de los costos legales para entrar al mercado.

La proyección financiera descontada a VPN con una Tasa de Descuento de riesgo país y operativo, así como la tasa de retorno requerida por los accionistas. El precio determinante por acción es de US\$ 52.63., siendo una venta aproximada por acción por ~US\$5,263,000. Por lo tanto, debe de aceptar la OPA de HSBC.

**EL EJERCICIO LO REALICE CON EL TOTAL DE US\$52.63, al enviar el ejercicio el día Sábado 14 de Mayo, pero en la grabación del caso (min 27) menciona que reduce los \$2.63 del impuesto, por lo tanto la venta de acciones quedaría en:**

**~US\$5,000,000**

1. ¿Debe el Dr. Rocha aceptar la OPA presentada por HSBC?

- Beneficios de la venta

Al ser este un accionista minoritario le beneficia su posición de venta ya que el precio va a quedar cercano al precio ofrecido por la OPA.

2. ¿Es octubre 2006 el mejor momento para vender?

- El octubre del 2006 es el mejor momento de venta ya que por la posición en que se encuentra el accionista actual, ya obtendrá beneficios de seguros de ventas por las acciones que ofrece la OPA.

3. ¿Debería mantenerse como accionista minoritario de Banistmo?

- De quedarse como accionista no necesariamente se quedará con las acciones, ya que las OPA puede ofrecerse sobre el 100% del capital social, y se incluye una cláusula de squeeze out o sell out, que podrían obligar a vender forzosamente las acciones, en este caso caen los costes de la oferta y el riesgo se traslada al accionista minoritario.

4. ¿Cuáles son los beneficios de vender? (Presentar propuesta numérica de rentabilidad)

- Es favorable que Banistmo será adquirido por un conglomerado como HSBC y estaría recibiendo un precio por acción más alto que el mercado.

5. ¿Cuáles son los riesgos de quedarse y no aceptar la oferta?

- El riesgo principal es que el precio de las acciones baje después de que HSBC adquiriera Banistmo. En este momento la posición favorable de Banistmo le permite tener un mejor precio por acción en el momento que estamos considerando.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**Lic. RICARDO ENRIQUE YONES**

**EMPRESA: AMAZON**

**ANÁLISIS DE FUSIONES Y ADQUISICIONES**

**INTEGRANTES:**

<b>GLORIA ALEJANDRA FUENTES</b>	<b>12113022</b>
<b>JOSE ALFREDO MARTINEZ</b>	<b>11523034</b>
<b>CARLO MENJIVAR MONTES DE OCA</b>	<b>21053124</b>

**CAMPUS SAN PEDRO SULA**

**21 de mayo de 2022**

## **Tabla de Contenido**

Introducción .....	17
AMAZON.COM .....	18
Historia.....	19
Misión y Visión.....	23
Estrategia, Éxitos y Fracazos de AMAZON .....	24
Principales adquisiciones y fusiones de AMAZON.....	26
Adquisición - Whole Foods market .....	26
Conclusiones .....	28
Bibliografía .....	29
Anexos .....	30



## **Introducción**

Este informe tiene como primera intención exponer un poco sobre la estrategia de adquisiciones de la empresa Amazon.com, la cual se dedica al comercio electrónico y servicios de computación en la nube, esta se encuentra totalmente diversificada y catalogada en diferentes líneas de productos, dedicada a la venta al por menor siendo la más valiosa del mundo según el índice BrandZ.

Se dan a conocer las dos adquisiciones más grandes realizadas de esta gigante empresa, transacciones millonarias realizadas por la compra de la cadena de supermercados ecológicos Whole Foods Market en 2017 y el estudio cinematográfico Metro-Goldwyn-Mayer en 2021.

## **AMAZON.COM**

Amazon.com, Inc. es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube a todos los niveles con sede en la ciudad de Seattle, Washington. Su lema es: From A to Z (traducido al español: «De la A a la Z»). Es una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de Internet. Amazon también posee Alexa Internet, a9.com, Shop bop, Internet Movie Database (IMDb), MGM Holdings, Zappos.com, DPreview.com y Twitch.

En la actualidad está totalmente diversificada y catalogada en diferentes líneas de productos, ofreciendo DVD, CD de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida, libros, etc. Es la marca de venta al por menor más valiosa del mundo según el índice BrandZ.

Los clientes de los siguientes países y territorios pueden comprar aplicaciones de Amazon Appstore en ese mercado.

### **Aplicaciones en varios mercados de Amazon:**

- **Amazon.ca**
  - Canadá
- **Amazon.cn**
  - China
- **Amazon.co.jp**
  - Japón
- **Amazon.co.uk**
  - Reino Unido
  - Gibraltar
  - Guernsey
  - Irlanda
  - Isla de Man
  - Jersey
- **Amazon.com.au**
  - Australia
  - Nueva Zelanda
  - Isla de Navidad

- Islas Cocos
- Islas Heard y McDonald
- Isla Norfolk
- Islas Cook
- Niue
- Tokelau
- **Amazon.com.br**
  - Brasil
- **Amazon.de**
  - Alemania
  - Austria
  - Liechtenstein
  - Suiza
  - Luxemburgo
- **Amazon.es**
  - España
  - Andorra
- **Amazon.fr**
  - Francia metropolitana
  - Suiza
  - Luxemburgo
  - Mónaco
  - Bélgica
- **Amazon.it**
  - Italia
  - Ciudad del Vaticano
  - San Marino
  - Suiza

**Historia**

La compañía fue fundada en 1994, impulsada por lo que el fundador de Amazon, Jeff Bezos llamó su "marco de minimización de la lamentación", que describió sus esfuerzos para defenderse de su arrepentimiento por no participar anteriormente en el auge comercial de Internet durante ese tiempo. En abril de 1994, Bezos dejó su empleo como vicepresidente de D. E. Shaw & Co., una firma de Wall Street, y se trasladó a Seattle, donde comenzó a trabajar en un plan de negocios para lo que finalmente se convertiría en Amazon.com.

Jeff Bezos creó la compañía *Cadabra* el 5 de julio de 1994. Bezos cambió el nombre a Amazon un año más tarde después de que un abogado confundiera *Cadabra* con cadáver. En septiembre de 1994, Bezos compró la URL Relentless.com y brevemente, la tienda en línea tuvo el nombre de Relentless, pero sus amigos le dijeron que el nombre sonaba un poco siniestro. Bezos cambió su nombre a Amazon.com en 1995.

Bezos seleccionó el nombre de Amazon mirando el diccionario, optó por el nombre, Amazon, porque el Amazonas era un lugar "exótico y diferente" tal como él planeaba su tienda; el río Amazonas, era el río "más grande" del mundo, y planeaba convertir su tienda en la más grande del mundo.

Desde el 19 de junio de 2010, el logotipo de Amazon ha presentado una flecha curvada en forma de sonrisa que conduce de A a Z, lo que representa que la empresa posee todos los productos de A a Z.

Después de leer un informe sobre el futuro de Internet que proyectaba un crecimiento anual del comercio web de 2.300%, Bezos creó una lista de 20 productos que podrían comercializarse en línea. Redujo la lista a los cinco productos más prometedores que incluyeron: los discos compactos, computadoras y programas para las mismas, los vídeos, y los libros. Finalmente decidió que su nuevo negocio vendería libros en línea, debido a la gran demanda mundial de literatura. Los precios bajos para los libros, junto con el gran número de títulos disponibles fueron las razones de su éxito.

La compañía comenzó como una librería en línea. Amazon fue capaz de acceder a los libros al por mayor de Ingram. En los primeros dos meses de negocio consiguió vender a los Estados Unidos y a más de 45 países. En tan solo dos meses las ventas de Amazon eran de hasta \$20.000 a la semana.

Amazon fue creado en 1994, en el estado de Washington. En julio de 1995, la compañía vendió su primer libro. En octubre de 1995, la empresa se anunció al público. En 1996, se reincorporó en Delaware. Amazon lanzó su oferta pública inicial de acciones el 15 de mayo de 1997,

negociando bajo el símbolo de bolsa AMZN de NASDAQ, a un precio de 18 dólares por acción.

El plan de negocios inicial de Amazon era inusual. No esperaba obtener un beneficio de cuatro a cinco años. Este crecimiento "lento" hizo que los accionistas se quejaran de que la compañía no alcanzara la rentabilidad lo suficientemente rápido como para justificar la inversión o incluso para sobrevivir a largo plazo. Cuando la burbuja de punto com surgió a comienzos del siglo XXI, destruyendo muchas empresas electrónicas en el proceso, Amazon sobrevivió y creció en la burbuja hasta convertirse en un jugador enorme en las ventas en línea. Finalmente, obtuvo su primer beneficio en el cuarto trimestre de 2001: 5 millones de dólares (es decir, 1¢ por acción), con ingresos superiores a mil millones de dólares. Este margen de beneficio, aunque extremadamente modesto, demostró a los escépticos que el modelo de negocios no convencional de Bezos podría tener éxito.<sup>5</sup> En 1999, la revista Time nombró a Bezos como Persona del Año, reconociendo el éxito de la compañía en popularizar las compras en línea.

Barnes & Noble demandó a Amazon el 12 de mayo de 1997, alegando que la afirmación de Amazon de ser "la librería más grande del mundo" era falsa. Barnes & Noble afirmó: "No es una librería en absoluto, es un agente de libros". El pleito fue resuelto más tarde fuera de los tribunales. Walmart demandó a Amazon el 16 de octubre de 1998 alegando que Amazon había robado sus secretos comerciales contratando a ex ejecutivos de Walmart. Aunque este pleito también fue resuelto fuera de los tribunales, provocó que Amazon aumentara su seguridad interna y despidiera a los ex ejecutivos de Walmart.

Amazon.com anunció el 11 de octubre de 2016 que estaba planeando construir tiendas físicas y desarrollar puntos de recogida en la acera para comida. Este nuevo negocio se llama Amazon Go y en diciembre 5 de 2016, fue abierto para los empleados de Amazon en Seattle. La tienda utiliza una variedad de sensores y carga automáticamente una cuenta Amazon de comprador a medida que salen de la tienda, por lo tanto, no hay líneas de pago. La tienda abrió al público en general el 22 de enero de 2018.

El 15 de mayo de 2017, Amazon cumple dos décadas desde que empezó a cotizar en el Nasdaq. El valor bursátil de Amazon está próximo a los 460.000 millones de dólares, lo que le coloca como la cuarta más grande del índice S&P 500 entre Microsoft y Facebook.

En septiembre de 2018, Amazon<sup>8</sup> se convierte en la segunda compañía (tras Apple) en ser valorada por parte de Wall Street en mil millones de dólares estadounidenses.

En el año 2019, Amazon lanzó una nueva estrategia de marketing a la que llamó Amazon Prime Day. Durante el mes de julio, del año anterior, el gran gigante del eCommerce ofreció la oportunidad a sus clientes Prime de conseguir ofertas flash en millones de productos durante

el 'Prime Day'. Sin embargo, en 2019 teniendo en cuenta el éxito del anterior lanzamiento del Prime Day, Amazon decidió aumentar las ofertas 24 a 48 horas.

Prime Day se ha convertido en un auténtico festival de ofertas con promociones por tiempo limitado, acciones de entretenimiento nunca vistas, y exclusivos lanzamientos en línea. Además, los clientes Prime de Amazon.es pueden encontrar algunas de las mayores ofertas de Prime Day en dispositivos Amazon.

En julio de 2021, tras 27 años desde su fundación, Bezos anunció que dejaba de ser el CEO de Amazon.

## **Misión y Visión**

### **Misión**

La misión de Amazon consiste en ofrecer a los clientes los precios más bajos que sea imposible, obteniendo la mayor selección y disponibilidad de la forma más cómoda posible.

- Democratización de los precios.
- Variedad en la oferta.
- Accesibilidad y disponibilidad.

### **Visión**

La visión de Amazon consiste en conseguir convertirse en la compañía más centrada en el cliente del mundo. Esto no es un detalle menor, ya que Amazon es pionera en el marketing de comportamiento.

El marketing de comportamiento consiste en ofrecer al usuario productos que le puedan resultar útiles, en función del comportamiento que ha tenido el mismo en su página web y los productos que ha visitado con anterioridad. De esta forma se anticipa a los deseos del usuario ofreciéndoles productos adecuados a sus necesidades.

- Alcance global.
- Priorización del cliente.
- La más amplia selección de productos.

## **Estrategia, Éxitos y Fracasos de AMAZON**

La compañía tuvo un comienzo en julio de 1995 como vendedor de libros en los tiempos de inicio de la era de internet. Escapó por poco al estallido de la burbuja del puntocom en el 2000 para reinventarse como una empresa de venta al por menor en línea; y con el paso del tiempo se transformó en la potencia mundial como empresa de comercio electrónico que es actualmente con un ingreso anual de 89.000 millones de dólares.

Dirigida por su fundador Jeff Bezos, de 51 años, la estrategia de la compañía con sede en Seattle ha sido desde hace mucho tiempo tomar riesgos grandes y expandirse a nuevas áreas. Ello ha conducido a algunos fracasos, como el ahora cerrado sitio endless.com, que vendía bolsos y zapatos de marcas de prestigio; y a algunas decisiones cuestionables, como cuando pagó el año pasado 970 millones de dólares por el sitio de transmisión de video Twitch; pero también a algunos éxitos, como su programa de computación en la nube Amazon Web Services.

Los inversionistas no siempre han aplaudido la estrategia de la empresa porque ha logrado con dificultad obtener ganancias trimestre tras trimestre; pero no es probable que Amazon cambie su estrategia pronto mientras Bezos esté en el timón.

Aquí algunas de las mayores apuestas de Amazon en sus 20 años de existencia; algunas han sido éxitos, otras, fracasos y algunas más aún están en desarrollo:

### **Marketplace**

Uno de los negocios más antiguos de Amazon es una plataforma para otros vendedores. Es en parte un esfuerzo para competir con eBay. Después de algunos intentos poco exitosos, Amazon lanzó Marketplace en 2000 con un diseño que permitió a terceros ofrecer sus productos junto con los de Amazon. En la actualidad, 40% de las unidades de Amazon son vendidas por más de dos millones de comerciantes terceros en todo el mundo.

### **Amazon Web Services**

Hace 9 años, Amazon comenzó a ofrecer a negocios una gama de productos y servicios vía servidores remotos o "la nube". Se ha convertido en uno de los mejores negocios de Amazon, atendiendo a más de un millón de clientes, desde grupos que trabajan en el desarrollo de un producto nuevo, como Pinterest, a corporaciones como GE. Y está creciendo rápido: su ingreso aumentó 49% en el trimestre más reciente a 1.570 millones de dólares.



## **Kindle**

Amazon lanzó el Kindle en 2007, cuando los lectores de libros electrónicos apenas empezaban a popularizarse. Ahora hay muchas versiones para el Kindle, incluidas las tabletas Fire. Kindle es una de las principales herramientas de la compañía para atraer clientes a su ecosistema de productos.

## **Teléfono**

Amazon lanzó su smartphone Fire el año pasado, con tecnología de reconocimiento visual, funciones en 3D y acceso rápido a los servicios Amazon Prime. Pero no atrajo a los consumidores, y recibió críticas mediocres.

## **Prime Air**

En diciembre de 2014, Bezos anunció que la compañía desarrollaría drones para entregar paquetes a los clientes en 30 minutos o menos, algo que parecía salido de un libro de ciencia ficción. Aunque hay muchos obstáculos logísticos y legales, Amazon ha estado probando drones avanzados en el extranjero. La FAA espera tener reglas sobre los drones en el transcurso del próximo año.

## **Amazon Dash**

Cuando Amazon anunció el botón Dash, sonaba demasiado futurista: botones que se aprietan para ordenar artículos de uso común, como jabón. Por ejemplo: presionar el botón en la lavadora de ropa cuando se acaba el detergente, o el del refrigerador cuando se acaba la leche. Los botones sólo se suministran por invitación por ahora.

## **Robótica**

Amazon compró la compañía de robótica Kiva Systems en 2012 y ha agregado miles de robots con ruedas para manejar juguetes, libros y otros productos en sus almacenes para agilizar la distribución.

### **Principales adquisiciones y fusiones de AMAZON**

El 26 de mayo de 2021, Amazon anunció la compra del estudio cinematográfico Metro-Goldwyn-Mayer por una cantidad total de 8.450 millones de dólares estadounidenses. La transacción millonaria se convierte así en la segunda adquisición más cara del gigante estadounidense, solo por detrás de la compra de la cadena de supermercados ecológicos Whole Foods Market, que la empresa de Jeff Bezos cerró en 2017 por cerca de 14.000 millones de dólares. (*ver Anexo #1*)

#### **Adquisición - Whole Foods market**

Whole Foods Supermarket fue fundado en 1978 y se ha expandido rápidamente en las últimas décadas. Tiene más de 400 tiendas fuera de línea, se enfrenta a la clase media y sigue la ruta de consumo de élite de gama alta. Es la primera cadena de supermercados en Estados Unidos en operar orgánico natural alimento. Sin embargo, con la popularidad de los alimentos naturales y orgánicos, las ventajas de los supermercados Whole Foods han disminuido y la operación está en problemas. Whole Foods ha tenido problemas en los últimos años, como resultado, el precio de sus acciones ha caído de \$70 a casi \$30.

Insatisfechos con el desempeño del precio de las acciones, los accionistas quieren que sea privado. Para Whole Foods, al igual que otros minoristas, para controlar los costos, también se cerró una gran cantidad de tiendas fuera de línea y la velocidad de cierre de las tiendas se aceleró gradualmente. Así que la compra de Whole Foods no fue una sorpresa para expertos que están familiarizados con el mercado minorista de EE. UU., pero simplemente no esperaban que Amazon fuera el comprador. En los más de 30 años desde su creación hasta su adquisición, ha acumulado un sistema de gestión de información integral, una cadena de suministro estandarizada y una gestión estándar implementada, que coincide con el concepto de gestión de información estandarizada de Amazon.

Bajo tal entorno, Amazon y Whole Foods tienen necesidades complementarias, y la cooperación de doble beneficio se ha convertido en un objetivo para que ambas partes busquen el desarrollo. En la noche del 16 de junio de 2017, hora de Beijing, la empresa de alimentos frescos y orgánicos más grande de los Estados Unidos anunció que fue adquirida por Amazon, la plataforma de comercio electrónico más grande de los Estados Unidos. La adquisición de Whole Foods (incluida su deuda neta) a un precio de 42 dólares fue de 13.700 millones de dólares, y se espera que se cierre en la segunda mitad de 2017.

Amazon está pagando 13.700 millones de dólares en efectivo por Whole Foods. Las acciones de Amazon subieron \$ 32 y cambiaron a media mañana. Hay 478 millones de acciones en circulación, por lo que la capitalización de mercado de Amazon se ha apreciado en alrededor de \$ 15,6 mil millones en la actualidad. (*ver anexo #2*)

Entonces, se podría argumentar que obtienen Whole Foods gratis y también se embolsan \$ 1.9 mil millones.<sup>4</sup>

Una de las más grandes innovaciones de las tiendas de Whole Foods by Amazon es la experiencia sin cajero, que es posible gracias a cámaras, sensores y software que rastrean a las personas y los productos en la tienda; es similar a la tecnología que se usa en los autos sin conductor. Para optar por no participar en una interacción de pago, los clientes simplemente escanean un código QR desde su aplicación Amazon o Whole Foods, su palma o una tarjeta de débito o crédito vinculada a Amazon cuando ingresan a la tienda. Después, son libres de llenar sus canastas y salir por la puerta. En este momento, los clientes aún tienen la opción de filas de autopago, donde se aceptan efectivo, tarjetas de regalo y beneficios del programa de nutrición suplementaria.

## **Conclusiones**

La visión de Amazon consistía en conseguir convertirse en la compañía más centrada en el cliente del mundo. No solo logró esta meta, ha llegado a ser una de las empresas más grandes a nivel mundial.

La estrategia de la compañía ha sido desde hace mucho tiempo tomar riesgos grandes y expandirse a nuevas áreas, teniendo en sus caminos algunos fracasos, pero también los éxitos que la han catapultado a ser uno de los líderes de industrias como ser los servicios de nube.

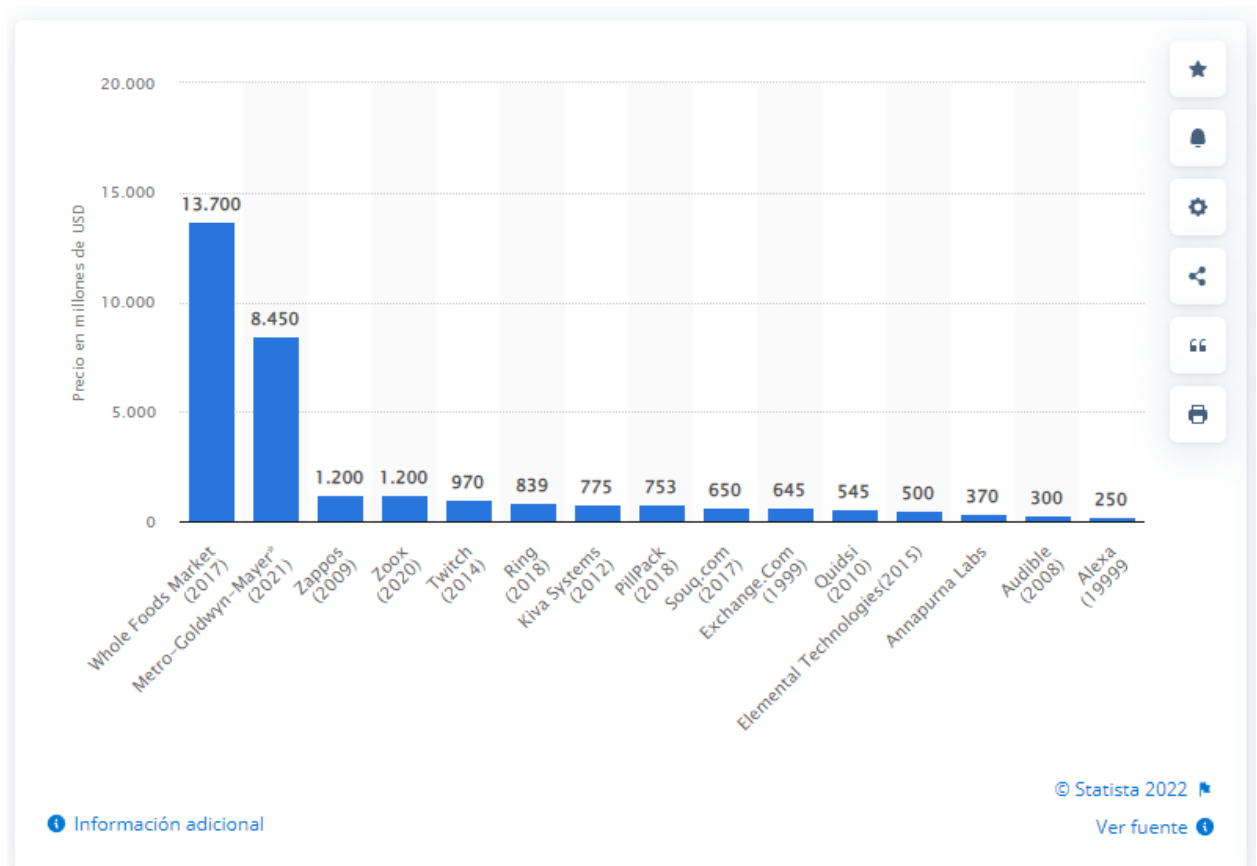
La compra de Whole Foods le ha dado un gran aporte no solo financiero si no tecnológico, ya que Amazon pudo probar nuevas tecnologías de automatización y actualmente vende las bases de datos de comportamiento humano.

## **Bibliografía**

- 1**        <https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon>
- 2**        <https://misionvisionvalores.de/amazon/>
- 3**        [https://www.amazon.com/-  
/es/gp/help/customer/display.html?nodeId=GG6HESXQN45DZQ8N](https://www.amazon.com/-/es/gp/help/customer/display.html?nodeId=GG6HESXQN45DZQ8N)
- 4**        [https://www.cnbc.com/2017/06/16/after-its-stock-pop-amazon-will-  
get-whole-foods-essentially-for-free.html](https://www.cnbc.com/2017/06/16/after-its-stock-pop-amazon-will-get-whole-foods-essentially-for-free.html)

## Anexos

- Anexo #1



## Anexo #2 – Yahoo! Finace Junio 15-19, 2017

Time Period: <span>Jun 14, 2017 - Jun 19, 2017</span> Show: <span>Historical Prices</span> Frequency: <span>Daily</span> <span>Apply</span>						
Currency in USD <span>Download</span>						
Date	Open	High	Low	Close*	Adj Close**	Volume
Jun 19, 2017	1,017.00	1,017.00	989.90	995.17	995.17	5,043,400
Jun 16, 2017	996.00	999.75	982.00	987.71	987.71	11,472,700
Jun 15, 2017	958.70	965.73	950.86	964.17	964.17	5,373,900

## LOGS DE TRABAJO EN LINEA

<https://github.com/mrcarlomarcello/masterFusionesAdquisiciones>

The screenshot shows a GitHub repository interface. At the top, there's a navigation bar with 'main' branch selected, '1 branch', and '0 tags'. Below this, the repository name 'mrcarlomarcello Terminando el examen....' is displayed, along with the commit hash 'c8ca442', the time '2 hours ago', and '19 commits'. A list of files and folders is shown, including '00 - Libros de la clase', 'semana1', 'semana2', 'semana3', 'semana4', 'semana5', and 'README.md'. The 'README.md' file is selected, and its content is displayed below: 'mi resumen de la clase de Fusiones y Adquisiciones. Mastes en Finanzas Unitec'.

File/Folder	Description	Time
00 - Libros de la clase	agregando los libros de la clase	15 days ago
semana1	Ordenando...	15 days ago
semana2	agregando los libros de la clase... me falta un nombre...	15 days ago
semana3	Agreando cambios y la actividad Adicional	3 days ago
semana4	Haciendo un arreglo....	3 days ago
semana5	Terminando el examen....	2 hours ago
README.md	Creando la clase de Fusiones y Adquisiciones, subiendo tareas 1 y 2	16 days ago

README.md

mi resumen de la clase de Fusiones y Adquisiciones. Mastes en Finanzas Unitec

**commit 262dac3d9d94a870b89461819c2e9ac64fa3c720**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 21 18:27:21 2022 -0600**

**Terminando Portafolio, clase terminada.**

**commit c8ca44268e94954f84b20c1e57ddc03dd63128ee**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 21 16:02:49 2022 -0600**

**Terminando el examen....**

**commit 8d59d7bc275202116777a67c633ca81b3fdaf401**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 21 13:47:40 2022 -0600**

**Terminando la clase.... soon**

**commit b99acce39f4d8bb2adc5f7024ea3d85f57ae1620**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 21 11:14:55 2022 -0600**

**adding last project...ya me quiero ir :)**

**commit 9618580c448a1f407235f9e11c6efdefd7874119**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 21 04:40:42 2022 -0600**

**terminando la presentacion**

**commit 5ed6cf91578b504cea4acbb27a89c40ce0b58900**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 21 03:56:17 2022 -0600**

**agregando cambios a la presentacion**

**commit 8d4c93f334e415ae192f181f20928eeb7f5880a5**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Fri May 20 21:24:19 2022 -0600**

**Agregando el reporte final**

**commit 9eaae982ecf50cb8ba232a72c41864956751a310**

**Author: shello <marcello.menjivar@gmail.com>**

**Date: Thu May 19 01:52:00 2022 -0600**

**Agregando documentos del proyecto Final**

**commit d0ea2df5826f05d49970d35324558da2617234f4**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Wed May 18 18:24:15 2022 -0600**



**Haciendo un arreglo....**

**commit 3627217ac5996088294e6a8096b4e996028c6397**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Wed May 18 18:23:49 2022 -0600**

**Haciendo un arreglo....**

**commit b1edc55ca426b08820d37359ec4f2e1a20ee758d**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Wed May 18 16:50:12 2022 -0600**

**Agreando cambios y la actividad Adicional**

**commit cbd76133cf117cecbc4bcef3df14d1d151705bbf**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Wed May 18 01:03:04 2022 -0600**

**No habia subido el caso...**

**commit 798de1e3b590ee61c2732c511bfbac7fe7d89653**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sun May 15 00:05:38 2022 -0600**

**Agregando Semana 4**

**commit f1386b78e9fac7d035833cc7a0a406a1003314f0**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Thu May 12 23:19:49 2022 -0600**

**Terminando Tareas 3**

**commit 11d54c8633efdd3a88d4b6368a4aa2757737a253**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Thu May 12 22:44:55 2022 -0600**

**Ordenando Semana3**

**commit a889cb7e65686d0a240b3cd56d8c8db53ab35f5c**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 7 13:21:27 2022 -0600**

**Examen parcial I - Terminado**

**commit da64e9ae90e3f69e08ff1b7237d1620cf1346796**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 7 04:17:49 2022 -0600**

**agregando los libros de la clase... me faltó un nombre...**

**commit 4a45208e907d49db5d5c65592a14623e5d778367**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 7 04:17:07 2022 -0600**

**agregando los libros de la clase**

**commit d4a1fcff9c368ecd507ca96fbcfcfad8595409bd**

**Author: Marcello Montes de Oca <marcello\_menjivar@unitec.edu>**

**Date: Sat May 7 04:06:00 2022 -0600**

**Ordenando...**

**commit 9f5c38a6dded6ccb4a078c6550bda718a250c751**

**Author: shello <marcello.menjivar@gmail.com>**

**Date: Thu May 5 23:01:24 2022 -0600**

**Creando la clase de Fusiones y Adquisiciones, subiendo tareas 1 y 2**