

La librería digital de Amazon abrirá sus puertas en Brasil

Brasil es uno de los mercados que más rápido están creciendo, y Amazon lo sabe. La compañía, que curiosamente recibe su nombre del río Amazonas que cruza el país carioca, está preparando el desembarco de su librería digital en la región para este mismo año.



Concretamente se habla del **cuarto trimestre** como fecha límite, con los meses de octubre y noviembre como los más probables para la materialización del proyecto. La empresa **ya ha firmado contratos con alrededor de 30 editoriales locales y ambiciona con ofrecer un catálogo de al menos 10.000 títulos en portugués** y a un 70% del precio establecido por las tiendas.

“Brasil será el primer país en el que Amazon se introduzca sólo con sus productos digitales, y esto es debido a dificultades logísticas y de impuestos”, comenta una fuente implicada en las negociaciones, según [recoge](#) la agencia de noticias, que añade que esta decisión empresarial ahorrará a unos 200 millones de consumidores los gastos por impuestos de importación en aquellos pedidos que hasta ahora se realizaban online y eran enviados desde fuera del país.

En este sentido, el objetivo de la empresa es **impulsar las ventas editoriales un 15% en el primer año y hacerse eventualmente con el 90% del mercado ebook** de Brasil. Una meta que está auspiciada por el hecho de que gran parte de la población ya descarga contenido desde la página de Amazon utilizando dispositivos que proceden del extranjero.

Estos usuarios representan el 1% del tráfico mundial a sitios web de Amazon, lo cual es bastante representativo si se tiene en cuenta que otras zonas donde la firma ya ha asentado sus operaciones registran porcentajes similares: Gran Bretaña tiene un 2,3% y Alemania, por ejemplo, un 1,3%.

Para complementar su estrategia, Amazon podría **sacar a la venta su modelo de Kindle más básico a un precio subvencionado de menos de 500 reales** (unos 239 dólares al cambio).

Este movimiento llega después de que otros grandes nombres estadounidenses, como Netflix o AirBnB hayan puesto su ojo sobre el mercado online de Brasil. Y también sucede a otras grandes incursiones de la firma de Jeff Bezos en mercados emergentes, tras la irrupción en China en el año 2004 y en la India a principios de 2012.