

“Gracias, titular Cicilline, miembro del subcomité Sensenbrenner, y otros miembros del Subcomité. Soy Jeff Bezos. Fundé Amazon hace 26 años, con la misión a largo plazo de convertirla en la compañía más centrada en el cliente del planeta.

Mi madre, Jackie, me tuvo cuando era una estudiante secundaria de 17 años en Albuquerque, en Nuevo México. Estar embarazada en el secundario no era algo popular en Albuquerque en 1964. Fue difícil para ella. Cuando la trataron de echar del colegio, mi abuelo intercedió por ella. Luego de algunas negociaciones, el director dijo ‘OK, puede quedarse y terminar el secundario, pero no puede realizar ninguna actividad extracurricular ni tener un casillero’. Mi abuelo aceptó el trato y mi madre terminó el secundario, aunque no le permitieron recibir su diploma en el escenario con el resto de sus compañeros. Determinada a continuar con su educación, se alistó en un colegio nocturno y tomó clases con profesores que le permitían llevar a un niño. Ella asistía con dos bolsos: uno lleno de libros de texto y otro de pañales, biberones y cualquier cosa que me mantuviera entretenido y callado por algunos minutos.

El nombre de mi padre es Miguel. Me adoptó cuando tenía cuatro años. Él tenía 16 cuando llegó a los Estados Unidos desde Cuba como parte de la Operación Peter Pan, poco después de que Castro tomara el poder. Mi padre estaba solo cuando llegó a los Estados Unidos. Sus padres pensaron que él estaría más seguro aquí. Su madre imaginó que en este país haría mucho frío, por lo que le tejió una chaqueta a partir de trapos de limpieza, el único material que tenían a mano. Todavía tenemos esa chaqueta; está colgada en el comedor de mis padres.

Mi padre pasó dos semanas en el Campamento Matecumbe, un centro de refugiados en Florida, antes de que lo mudaran a una misión Católica en Wilmington, en el estado de Delaware. Tuvo suerte de poder llegar a la misión. Pero a pesar de ello no hablaba inglés y no tuvo un camino fácil. Pero sí tenía mucha tenacidad y determinación. Recibió una beca para ir a la universidad en Albuquerque, donde conoció a mi mamá. Uno recibe distintos regalos en la vida, y uno de los mejores que me han tocado son mi mamá y mi papá. Han sido unos modelos a seguir increíbles para mí y mis hermanos durante todas nuestras vidas.

Uno aprende distintas cosas de sus abuelos que de sus padres, y entre las edades de 4 y 16, tuve la suerte de pasar mis veranos en el rancho de mis abuelos, en Texas. Mi abuelo era empleado público y campesino: trabajó en tecnología espacial y sistemas de misiles de defensa en las décadas de 1950 y 1960 para la Comisión de Energía Atómica, y era autosuficiente y hábil. Cuando estás en el medio de la nada, no levantas el teléfono y llamas a alguien cuando algo se rompe, lo reparas tú mismo. Cuando era un niño, tuve la oportunidad de verlo resolver por sí mismo muchos problemas que parecían imposibles. Ya fuera reparar una excavadora Caterpillar o hacer trabajos de veterinaria. Me enseñó que uno puede enfrentar problemas difíciles. Cuando enfrentas un contratiempo, te levantas e intentas de nuevo. Puedes usar tu inventiva para hacerte tu propio camino hacia una situación mejor.

Tomé estas lecciones cuando era un adolescente y me convertí en un inventor de garage. Inventé un dispositivo que cerraba automáticamente la cerca a partir de ruedas llenas de cemento, un

elemento que me permitía usar energía solar para cocinar a partir de un paraguas y papel de aluminio, y alarmas hechas de bandejas para hornear para atrapar a mis hermanos.

El concepto de Amazon se me ocurrió en 1994. La idea de construir una librería online con millones de títulos -algo que simplemente no podría existir en el mundo físico- me resultaba emocionante. En ese momento, estaba trabajando en un fondo de inversión en la ciudad de Nueva York. Cuando le dije a mi jefe que dejaba mi trabajo, me llevó a dar un largo paseo en Central Park. Luego de escucharme durante mucho tiempo, finalmente me dijo: "Sabes que, Jeff, creo que es una buena idea. Pero creo que sería una mejor idea para alguien que no tuviera un buen trabajo". Me convenció de que me tomara dos días para pensar antes de comunicarle mi decisión final. Fue una decisión que tomé con mi corazón y no mi cabeza. Cuando tenga 80 años y reflexione sobre mi vida, quiero haber minimizado la cantidad de cosas de las que me arrepienta. Y la mayoría de ellas son actos de omisión, las cosas que no intentamos, los caminos que no transitamos. Esas son las cosas que nos persiguen. Y decidí que si al menos no hacía mi mejor intento, me iba a arrepentir de no participar en esta cosa llamada internet que, creía, iba a ser grande.

El capital inicial para Amazon.com vino principalmente de mis padres, que invirtieron una porción importante de los ahorros de toda su vida en algo que no entendían. No estaban apostando en Amazon o el concepto de una librería online. Estaban apostando por su hijo. Les dije que creía que había un 70 por ciento de chances de que pudieran perder su inversión, pero siguieron adelante igual. Me tomó más de 50 reuniones conseguir USD 1 millón de inversores, y durante el transcurso de todas esas reuniones, la pregunta más común era ¿qué es internet?

A diferencia de muchos otros países en el mundo, esta gran nación en la que vivimos apoya y no estigmatiza el riesgo emprendedor. Dejé un trabajo estable para ir a un garage en Seattle para fundar mi start-up, entendiendo completamente que podría no funcionar. Siento que fue ayer que estaba llevando los paquetes al correo yo mismo, soñando que algún día podría tener el dinero suficiente para comprar una máquina elevadora.

El éxito de Amazon estuvo lejos de estar preordenado. Invertir en Amazon en sus etapas iniciales era una propuesta extremadamente arriesgada. Desde el momento de su fundación hasta el fin de 2001, nuestro negocio tuvo pérdidas acumuladas por casi USD 3.000 millones, y no tuvimos un trimestre con beneficios hasta el último de ese año. Analistas inteligentes predijeron que Barnes & Noble nos pasaría por encima, y nos calificaron como 'Amazon.toast'. En 1999, habiendo estado activos por cinco años, Barron's publicó un artículo acerca de nuestro inminente colapso con el título 'Amazon.bomb'. Mi carta anual a los tenedores de acciones del año 2000 comenzó con una palabra: 'ouch'. En la cima de la burbuja de internet el precio de nuestra acción tocó un pico de USD 116, y luego de que explotara bajó a USD 6. Expertos y analistas pensaron que dejaríamos de existir. Requirió de muchas personas inteligentes y con la voluntad de tomar un riesgo conmigo, y de mantenernos firmes en nuestras convicciones, para que Amazon sobreviviera y finalmente triunfara.

Y no solo fue en los años iniciales. Además de nuestra buena suerte y excelentes personas, hemos triunfado como compañía solo porque hemos continuado tomando grandes riesgos. Para inventar,

uno tiene que experimentar, y si sabes de antemano que va a funcionar, entonces no es un experimento. Los grandes retornos se producen al apostar en contra de la sabiduría convencional, pero la sabiduría convencional usualmente está en lo correcto. Muchos analistas caracterizaron a los servicios web de Amazon como una distracción cuando comenzamos. '¿Qué tiene que ver vender elementos de computación y espacios de depósito con vender libros?' se preguntaron. Nadie pidió por esos servicios. Pero resultó que el mundo tenía apetito por la computación en la nube, solo que no lo sabía. Teníamos razón sobre los servicios, pero la verdad es que también hemos tomado muchos otros riesgos que no resultaron. De hecho, Amazon ha ganado miles de millones de dólares a partir de fracasos. El fracaso inevitablemente trae invenciones y la toma de riesgos. Por eso tratamos de hacer que Amazon sea el mejor lugar de mundo para fracasar.

Desde nuestra fundación, hemos trabajado para mantener una mentalidad como si fuera siempre nuestro primer día. Me refiero a abordar todo lo que hacemos con la energía y el espíritu emprendedor del primer día. Pese a que Amazon es una compañía grande, siempre he creído que si nos comprometemos a mantener esta mentalidad como una parte clave de nuestro ADN, podemos tener el alcance y capacidades de una gran compañía y el espíritu y corazón de una pequeña.

Desde mi punto de vista, un enfoque obsesivo en la experiencia del cliente es por lejos la mejor manera de lograr y obtener la mentalidad del primer día. ¿Por qué? Porque los clientes siempre están hermosamente insatisfechos, aun cuando reportan estar contentos y que el negocio es genial. Aun cuando no lo saben, los clientes quieren algo mejor, y el deseo constante de complacer a los clientes nos lleva a inventar constantemente para ellos. En consecuencia, al enfocarnos completamente en los clientes buscamos mejorar nuestros servicios, beneficios y características, inventar nuevos productos, bajar precios y acelerar los tiempos de envío antes de tener que hacerlo. Ningún cliente pidió que Amazon creara el sistema de membresías Prime, pero resultó que definitivamente lo querían. Y podría dar muchos otros ejemplos. No todas las compañías toman este enfoque basado en el cliente, pero nosotros sí. Y esa es nuestra principal fortaleza.

La confianza de los clientes es difícil de ganar y fácil de perder. Cuando dejas que los clientes hagan de la compañía lo que es, te serán leales, pero solo hasta el momento en el que alguien más les ofrezca un mejor servicio. Sabemos que los clientes son perceptivos e inteligentes. Tenemos la firme convicción de que los clientes se darán cuenta cuando trabajamos duro para hacer lo correcto, y que al hacerlo una y otra vez nos ganaremos su confianza. Uno se gana la confianza de alguien lentamente, a lo largo del tiempo, al hacer bien las cosas difíciles, lográndolo a tiempo. Ofreciendo precios bajos todos los días, haciendo promesas y cumpliéndolas, tomando decisiones en base a nuestros principios aun cuando no son populares, y dándoles a los clientes más tiempo para pasar con sus familias al inventar maneras más convenientes de comprar, leer, y automatizar sus casas. Como he dicho desde mi primera carta a los accionistas en 1997, tomamos decisiones basados en el valor a largo plazo que creamos al satisfacer las necesidades de los clientes. Cuando nos critican por esas decisiones, escuchamos y nos miramos en el espejo. Cuando tienen razón, cambiamos. Cuando cometemos errores, nos disculpamos. Pero cuando uno se mira en el espejo,

evalúa las críticas, y todavía cree que está haciendo lo correcto, ninguna fuerza del mundo debería poder movernos.

Afortunadamente, nuestro enfoque está funcionando. El 80 por ciento de los estadounidenses tienen un concepto positivo de Amazon en general, de acuerdo a encuestas independientes. ¿En quiénes confían más que en Amazon para hacer lo correcto? Solo en sus médicos de cabecera y el ejército, de acuerdo a una encuesta de Morning Consult. Investigadores de las universidades de Georgetown y Nueva York descubrieron en 2018 que Amazon solo estaba por detrás del ejército en una encuesta sobre confianza en instituciones y marcas. Entre republicanos, solo estuvimos detrás del ejército y la policía local. Entre los demócratas, estuvimos arriba de todo, por encima de todas las ramas de gobierno, universidades y la prensa. En el ranking de las compañías más admiradas del 2020 de la revista Fortune, terminamos en segundo lugar, Apple fue la primera. Estamos agradecidos de que los clientes tomen nota del trabajo duro que hacemos para ellos, y que nos recompensen con su confianza. Trabajar para ganar y mantener esa confianza es la mayor motivación de la cultura del “primer día” de Amazon.

La compañía que la mayoría de ustedes conocen como Amazon es la que les envía sus pedidos en línea en las cajas marrones con la sonrisa al costado. Ahí es donde empezamos, y la venta al por menor sigue siendo nuestro mayor negocio con diferencia, representando más del 80% de nuestros ingresos totales. La naturaleza misma de ese negocio es llevar los productos a los clientes. Esas operaciones necesitan estar cerca de los clientes, y no podemos subcontratar estos trabajos en China o en cualquier otro lugar. Para cumplir nuestras promesas a los clientes en este país, necesitamos trabajadores estadounidenses para llevar los productos a los clientes estadounidenses. Cuando los clientes compran en Amazon, están ayudando a crear empleos en sus comunidades locales. Como resultado, Amazon emplea directamente a un millón de personas, muchos de ellos de nivel básico y pagados por hora. No sólo empleamos a informáticos con un alto nivel de formación y MBAs en Seattle y Silicon Valley. Contratamos y entrenamos a cientos de miles de personas en estados de todo el país como Virginia Occidental, Tennessee, Kansas e Idaho. Estos empleados son estibadores de paquetes, mecánicos y gerentes de planta. Para muchos, es su primer trabajo. Para algunos, estos trabajos son un paso hacia otras carreras, y estamos orgullosos de ayudarlos con eso. Estamos gastando más de USD 700 millones para dar a más de 100.000 empleados de Amazon acceso a programas de formación en campos como la salud, el transporte, el aprendizaje de la máquina y la computación en nube. Ese programa se llama Career Choice, y pagamos el 95 por ciento de la matrícula y los honorarios para un certificado o diploma para campos de alta demanda y alta paga, sin importar si es relevante para una carrera en Amazon.

Patricia Soto, una de nuestras asociadas, tiene una historia de éxito de Career Choice. Patricia siempre quiso seguir una carrera en el campo de la medicina para ayudar a cuidar a los demás, pero con sólo un diploma de secundaria y enfrentando los costos de la educación post secundaria, no estaba segura de poder lograr ese objetivo. Después de obtener su certificación médica a través de Career Choice, Patricia dejó Amazon para comenzar su nueva carrera como asistente en la Fundación Médica Sutter Gould, apoyando a un médico de medicina pulmonar. Career Choice le

ha dado a Patricia y a muchos otros una oportunidad de una segunda carrera que una vez pareció estar fuera de su alcance.

Amazon ha invertido más de USD 270 mil millones en los Estados Unidos durante la última década. Más allá de nuestra propia fuerza de trabajo, las inversiones de Amazon han creado casi 700.000 empleos indirectos en campos como la construcción, los servicios de construcción y la hospitalidad. Nuestras contrataciones e inversiones han traído trabajos muy necesarios y han añadido cientos de millones de dólares en actividad económica a áreas como Fall River, Massachusetts, el Inland Empire de California y estados del Cinturón del Óxido como Ohio. Durante la crisis de COVID-19, contratamos 175.000 empleados adicionales, incluyendo muchos despedidos de otros trabajos durante el cierre económico. Gastamos más de USD 4.000 millones sólo en el segundo trimestre para llevar productos esenciales a los clientes y mantener a nuestros empleados seguros durante la crisis de COVID-19. Y un dedicado equipo de empleados de Amazon a lo largo de toda la compañía ha creado un programa para testear regularmente a nuestros trabajadores. Esperamos compartir nuestras enseñanzas con otras empresas interesadas y socios del gobierno.

El mercado minorista global en el que competimos es sorprendentemente grande y extraordinariamente competitivo. Amazon representa menos del 1 por ciento de los 25 billones de dólares del mercado minorista global y menos del 4 por ciento de la venta al por menor en los EE.UU. A diferencia de las industrias donde el ganador se lo lleva todo, hay espacio en la venta al por menor para muchos ganadores. Por ejemplo, más de 80 minoristas sólo en los EE.UU. ganan más de USD 1.000 millones en ingresos anuales. Como cualquier minorista, sabemos que el éxito de nuestra tienda depende enteramente de la satisfacción de los clientes con su experiencia en nuestra tienda. Todos los días, Amazon compite con grandes actores establecidos como Target, Costco, Kroger y, por supuesto, Walmart, una compañía que duplica el tamaño de Amazon. Y mientras que siempre nos hemos centrado en producir una gran experiencia para el cliente en las ventas al por menor realizadas principalmente en línea, las ventas iniciadas en línea son ahora un área de crecimiento aún mayor para otras tiendas. Las ventas en línea de Walmart crecieron un 74 por ciento en el primer trimestre. Y los clientes están acudiendo cada vez más a servicios inventados por otras tiendas que Amazon todavía no puede igualar a escala de otras grandes empresas, como la recogida en la acera y las devoluciones en la tienda. La pandemia COVID-19 ha puesto en evidencia estas tendencias, que han estado creciendo durante años. En los últimos meses, la recogida en la acera de los pedidos en línea ha aumentado más del 200 por ciento, en parte debido a las preocupaciones de COVID-19. También nos enfrentamos a la nueva competencia de empresas como Shopify e Instacart-empresas que permiten a las tiendas tradicionalmente físicas poner una tienda online completa casi instantáneamente y entregar productos directamente a los clientes de forma nueva e innovadora-y a una lista creciente de modelos de negocio omnicanales. Como en casi todos los demás segmentos de nuestra economía, la tecnología se utiliza en todas partes en la venta al por menor y sólo ha hecho que la venta al por menor sea más competitiva, ya sea en línea, en tiendas físicas o en las diversas combinaciones de los dos que componen la mayoría de las tiendas.

También es importante entender que el éxito de Amazon depende en gran medida del éxito de los miles de pequeñas y medianas empresas que también venden sus productos en las tiendas de Amazon. En 1999, dimos lo que en ese momento fue un paso sin precedentes al dar la bienvenida a vendedores externos en nuestras tiendas y permitirles ofrecer sus productos junto con los nuestros. Internamente, esto fue extremadamente controversial, con muchos en desacuerdo y algunos llegando a predecir que esto sería el comienzo de una larga batalla perdida. No teníamos por qué invitar a vendedores externos a la tienda. Podríamos habernos quedado como estábamos. Pero nos comprometimos con la idea de que a largo plazo esto aumentaría la oferta para los clientes, y que tener clientes más satisfechos sería algo muy bueno tanto para los vendedores externos como para Amazon. Y eso es lo que pasó. Un año después de añadir esos vendedores externos, las operaciones a través de terceros representaban el 5 por ciento de las ventas unitarias, y rápidamente se hizo evidente que los clientes amaban la conveniencia de poder comprar los mejores productos y ver los precios de diferentes vendedores, todo en la misma tienda. Estas pequeñas y medianas empresas ahora agregan significativamente más oferta de productos a las tiendas de Amazon que la propia operación de venta al por menor de Amazon. Los vendedores externos representan ahora aproximadamente el 60% de las ventas de productos físicos en Amazon, y esas ventas están creciendo más rápidamente que las ventas al por menor de la propia Amazon. Entendimos que no era un juego de suma cero. Y teníamos razón, todo el pastel creció, los vendedores externos lo hicieron muy bien y están creciendo rápidamente, y eso ha sido genial para los clientes y para Amazon.

Ahora hay 1,7 millones de pequeñas y medianas empresas en todo el mundo que venden en las tiendas de Amazon. Más de 200.000 emprendedores de todo el mundo superaron los 100.000 dólares en ventas en nuestras tiendas en 2019. Además, estimamos que los vendedores externos que operan en las tiendas de Amazon han creado más de 2,2 millones de nuevos puestos de trabajo en todo el mundo.

Una de esas vendedoras es Sherri Yukel, que quería cambiar de carrera para estar más en casa con sus hijos. Empezó a hacer regalos artesanales y artículos de fiesta para sus amigos como un hobby, y eventualmente empezó a vender sus productos en Amazon. Hoy en día, la compañía de Sherri emplea a casi 80 personas y tiene una base de clientes global. Otra es Christine Krogue, ama de casa y madre de cinco hijos en Salt Lake City. Christine comenzó un negocio de venta de ropa de bebé a través de su propio sitio web antes de arriesgarse en Amazon. Desde entonces ha visto cómo sus ventas se duplicaron, y ha podido ampliar su línea de productos y contratar un equipo de empleados a tiempo parcial. Vender en Amazon ha permitido a Sherri y Christine hacer crecer sus propios negocios y satisfacer a los clientes en sus propios términos.

Y es sorprendente recordar lo reciente que es todo esto. No comenzamos como el mercado virtual más grande, eBay era varias veces más grande que nosotros. Fue sólo cuando nos concentramos en apoyar a los vendedores y darles las mejores herramientas que pudimos inventar, que pudimos tener éxito y eventualmente superar a eBay. Una de estas herramientas es el Fulfillment de Amazon, que permite a nuestros vendedores externos almacenar su inventario en nuestros centros, y nosotros nos encargamos de toda la logística, el servicio al cliente y las devoluciones de

productos. Al simplificar dramáticamente todos esos aspectos desafiantes de la experiencia de venta de una manera rentable, hemos ayudado a muchos miles de vendedores a hacer crecer sus negocios en Amazon. Nuestro éxito puede ayudar a explicar la amplia proliferación de sitios de comercialización de todos los tipos y tamaños en todo el mundo. Esto incluye compañías estadounidenses como Walmart, eBay, Etsy y Target, así como minoristas con sede en el extranjero pero que venden a nivel mundial, como Alibaba y Rakuten. Estos mercados intensifican aún más la competencia dentro de la venta al por menor.

La confianza que los clientes depositan en nosotros cada día ha permitido a Amazon crear más puestos de trabajo en los Estados Unidos durante la última década que cualquier otra compañía: cientos de miles de puestos de trabajo en 42 estados. Los empleados de Amazon ganan un mínimo de 15 dólares por hora, más del doble del salario mínimo federal (que hemos instado al Congreso a aumentar). Hemos desafiado a otros grandes minoristas a igualar nuestro salario mínimo de 15 dólares. Target lo hizo recientemente, y la semana pasada también lo hizo Best Buy. Les damos la bienvenida, y siguen siendo los únicos que lo han hecho. Tampoco escatimamos en beneficios. Nuestros empleados a tiempo completo reciben los mismos beneficios que los empleados asalariados de la sede central, incluyendo seguro médico completo desde el primer día de empleo, un plan de jubilación 401(k), y licencia parental, incluyendo 20 semanas de licencia de maternidad paga. Les animo a comparar nuestro salario y beneficios con el de cualquiera de nuestros competidores minoristas.

Más del 80% de las acciones de Amazon son propiedad de personas ajenas a la empresa, y en los últimos 26 años, partiendo de cero, hemos creado más de un billón de dólares de riqueza para esos accionistas externos. ¿Quiénes son esos accionistas? Son fondos de pensiones de bomberos, policías y maestros de escuela. Otros son fondos de retiro 401(k)s que poseen partes de Amazon. Fondos de universidades, también, y la lista continúa. Mucha gente se jubilará mejor por la riqueza que hemos creado para tantos, y estamos enormemente orgullosos de ello.

En Amazon, la obsesión por los clientes nos ha hecho lo que somos, y nos ha permitido hacer cosas cada vez más grandes. Sé lo que Amazon podía hacer cuando éramos 10 personas. Sé lo que podíamos hacer cuando éramos 1.000 personas, y cuando éramos 10.000 personas. Y sé lo que podemos hacer hoy en día cuando somos casi un millón. Me encantan los emprendedores de garaje, yo era uno de ellos. Pero, así como el mundo necesita pequeñas empresas, también necesita grandes. Hay cosas que las pequeñas empresas simplemente no pueden hacer. No me importa lo buen empresario que seas, no vas a construir un Boeing 787 en tu garaje.

Nuestra escala nos permite tener un impacto significativo en importantes asuntos sociales. El Compromiso por el Clima (Climate Pledge) es un acuerdo asumido por Amazon y al que se han unido otras empresas para cumplir con los objetivos del Acuerdo de París, 10 años antes, y reducir la huella de carbono a cero para 2040. Planeamos cumplir este compromiso, en parte, comprando 100.000 furgonetas eléctricas de reparto a Rivian, un productor de vehículos eléctricos con sede en Michigan. Amazon pretende tener 10.000 de las nuevas camionetas eléctricas de Rivian en la carretera ya en 2022, y todos los 100.000 vehículos en la carretera para 2030. A nivel mundial,

Amazon opera 91 proyectos solares y eólicos que tienen la capacidad de generar más de 2.900 MW y entregar más de 7,6 millones de MWh de energía anualmente, suficiente para alimentar a más de 680.000 hogares estadounidenses. Amazon también está invirtiendo 100 millones de dólares en proyectos de reforestación mundial a través del Fondo Climático Right Now, incluidos 10 millones de dólares que Amazon se comprometió a dar para conservar, restaurar y apoyar la silvicultura sostenible, la vida silvestre y las soluciones naturales en los Montes Apalaches, financiando dos proyectos innovadores en colaboración con The Nature Conservancy. Cuatro empresas globales -Verizon, Reckitt Benckiser, Infosys y Oak View Group- firmaron recientemente la Promesa del Clima, y seguimos alentando a otros a que se unan a nosotros en esta lucha. Juntos, usaremos nuestro tamaño y escala para abordar la crisis climática de inmediato. El mes pasado, Amazon introdujo el Fondo del Compromiso por el Clima, que comenzó con 2.000 millones de dólares de financiación de Amazon. El Fondo apoyará el desarrollo de tecnologías y servicios sostenibles que, a su vez, permitirán a Amazon y a otras empresas cumplir con el Compromiso por el Clima. El Fondo invertirá en emprendedores visionarios e innovadores que están creando productos y servicios para ayudar a las empresas a reducir su impacto de carbono y a operar de manera más sostenible.

Recientemente abrimos el mayor refugio para personas sin hogar del estado de Washington, y está situado dentro de uno de los edificios de nuestra oficina más reciente en el centro de Seattle. El refugio es para Mary's Place, una increíble organización sin fines de lucro con sede en Seattle. El refugio, parte de la inversión de 100 millones de dólares de Amazon en Mary's Place, abarca ocho pisos y puede alojar hasta 200 personas cada noche. Tiene su propia clínica de salud y proporciona herramientas y servicios críticos para ayudar a las familias que luchan contra la indigencia a recuperarse. Y hay un espacio dedicado a Amazon para ofrecer semanalmente clínicas legales pro-bono que ofrecen asesoramiento sobre cuestiones de crédito y deuda, lesiones personales, vivienda y derechos de los inquilinos. Desde 2018, el equipo legal de Amazon ha apoyado a cientos de huéspedes de Mary's Place y ha ofrecido más de 1.000 horas de trabajo voluntario.

Amazon Future Engineer es un programa global de la infancia a la carrera profesional diseñado para inspirar, educar y preparar a miles de niños y jóvenes adultos de comunidades postergadas y desatendidas para que sigan una carrera en el campo de la informática. El programa financia cursos en ciencias de la computación y desarrollo profesional de maestros para cientos de escuelas primarias, clases introductorias y cursos AP de informática para más de 2.000 escuelas en comunidades marginadas de todo el país, y 100 becas universitarias de cuatro años y 40.000 dólares para estudiantes de informática de bajos ingresos. Esos becarios también reciben pasantías garantizadas en Amazon. Hay un problema de diversidad en la tecnología, y esto tiene un impacto enorme en la comunidad afroamericana. Queremos invertir en la construcción de la próxima generación de talento técnico para la industria y en la ampliación de las oportunidades para las minorías insuficientemente representadas. También queremos acelerar este cambio ahora mismo. Para encontrar el mejor talento para funciones técnicas y no técnicas, nos asociamos activamente con universidades históricamente afroamericanas en nuestras iniciativas de reclutamiento, pasantías y perfeccionamiento.

Permítanme terminar diciendo que creo que Amazon debe ser escudriñada. Deberíamos examinar todas las grandes instituciones, ya sean empresas, agencias gubernamentales u organizaciones sin fines de lucro. Nuestra responsabilidad es asegurarnos de que pasamos ese escrutinio con éxito.

No es una coincidencia que Amazon haya nacido en este país. Más que en cualquier otro lugar de la Tierra, las nuevas empresas pueden comenzar, crecer y prosperar aquí en los Estados Unidos. Nuestro país adopta la ingeniosidad y la autosuficiencia, y abraza a los constructores que empiezan de cero. Alimentamos a los emprendedores y a las nuevas empresas start-up con un estado de derecho estable, el mejor sistema universitario del mundo, la libertad de la democracia y una cultura profundamente aceptada de toma de riesgos. Por supuesto, esta gran nación nuestra está lejos de ser perfecta. Incluso cuando recordamos al congresista John Lewis y honramos su legado, estamos en medio de un muy necesario reajuste de las relaciones raciales. También nos enfrentamos a los desafíos del cambio climático y la desigualdad de ingresos, y estamos tropezando con la crisis de una pandemia global. Aun así, al resto del mundo le encantaría beber aunque sea un pequeño sorbo del elixir que tenemos aquí en Estados Unidos. Inmigrantes como mi padre ven el tesoro que es este país, tienen perspectiva y a menudo pueden verlo más claramente que aquellos de nosotros que tuvimos la suerte de nacer aquí. Todavía es el primer día para este país, e incluso frente a los grandes desafíos de hoy, nunca he sido más optimista sobre nuestro futuro.

Agradezco la oportunidad de comparecer ante ustedes hoy y estoy feliz de responder a sus preguntas".