

NÚMERO 7:

LA economía del AISLAMIENTO estimula el COMERCIO ELECTRÓNICO



Hay que incrementar significativamente el ratio de presencia de las empresas (en especial pymes) en las plataformas de comercio electrónico nacionales e internacionales.

A nivel internacional, el boom en comercio electrónico ha acelerado unos 5 años la “fuga” de la demanda en tiendas tradicionales hacia las tiendas digitales. Mientras que el negocio de las tradicionales se espera que caiga un 60% en Occidente en 2020, el comercio electrónico se espera que crezca un 20%.

- Uno de los campos más positivamente afectados por la pandemia ha sido el **comercio electrónico**. Por un lado, las empresas que ya daban servicio han visto aumentar sus ventas, ya que, en algunos momentos, eran la única oferta accesible (por ejemplo, una ferretería). De otra, pymes que no lo habían ni considerado hasta entonces, se ha incorporado (como restaurantes que han pasado a vender comida preparada).
- La plataforma china Aliexpress afirma que más de **2000 empresas españolas** se incorporaron a ella entre abril y junio de 2020. Por otra parte, más de mitad del total de artículos que empresas españolas venden a través de Amazon corresponde a pymes. Se trata de unas 8000 empresas, el 75% de las cuales venden principalmente en Europa. Según Amazon, 350 de estas empresas españolas vendieron por más de un millón de dólares en 2019.
- Algunas empresas han experimentado dificultades a **transformar sus tiendas físicas** en almacén digital. La idea consiste en sustituir las ventas físicas por virtuales aprovechando el stock ya existente. Este aprendizaje puede acelerar la transformación de los modelos de comercio hacia sistemas sin solución de continuidad entre la parte física y digital (sustituyendo el *batch processing* para el *continuous replenishment*)
- La **logística** ha sido clave, en especial la capacidad de algunos operadores (como Amazon) de incrementar sus efectivos rápidamente, aunque normalmente a través de contratos

temporales (*gig workers*). Cuando la logística no ha involucrado cadenas globales, ha funcionado con eficacia, por ejemplo cuando los productos eran locales.

- Las empresas de *e-commerce* se van convirtiendo en **nuevas utilities**, dando un servicio que se hace habitual e imprescindible para muchos ciudadanos
- A nivel global el gran reto de estas empresas consiste en conseguir dar un **servicio el mismo día** y, mejor, a la misma hora (utilizando sistemas avanzado de predicción de la demanda, por ejemplo).
- Emerge un nuevo modelo de comercio, en el que la gente no va a comprar las cosas, sino que las cosas que necesitan les llegan. Lo que algunos han llamado la “*isolation economy*” (la **economía del aislamiento**); se basa en el hecho acelerado por la pandemia que muchas personas viajarán menos (el turismo será mucho más local, en un radio de 100-200 km de tu sitio habitual), y trabajarán mucho más desde su casa, que se convierte en oficina. En este esquema, el comercio electrónico parece que no puede más que crecer.

Links:

La explosión del comercio electrónico



COVID-19 pandemic accelerated shift to e-commerce by 5 years

