

Enfoka-Trends julio 2020

“EL NUEVO CAMPO DE JUEGO POST-CONFINAMIENTO”



Foto de [Logan Weaver](#) en [Unsplash](#)

El retail se sitúa como el tercer sector más valorado, después del sanitario y el de la limpieza, durante la crisis de la Covid-19. De hecho, el 68% de las personas consumidoras afirma que lo valora más ahora. A pesar de ello la pandemia ha obligado a los comercios a readaptarse a marchas forzadas reflexionando sobre la nueva realidad y los cambios que deben afrontar en sus estrategias de negocio. Actualmente parece claro que hay cinco puntos que marcarán el nuevo campo de juego:

- Desplome del consumo: Sí, tras el confinamiento vamos a vivir una pequeña explosión de ventas. Pequeña y efímera. No compensará, ni mucho menos, lo perdido en estos meses, simplemente será una reacción de las y los consumidores que han pasado semanas sin poder acudir a las tiendas. Nada más. El panorama a medio y largo plazo no es halagüeño. Quien más quien menos va a ver reducido su poder adquisitivo, argumento objetivo e inapelable que explica la caída del consumo. Pero también hay una variable subjetiva, nos hemos dado cuenta que se puede vivir comprando menos, las prioridades de la ciudadanía han cambiado con el confinamiento. Determinados gastos que antes considerábamos necesarios ahora nos parecen superfluos e incluso frívolos. Contemos con esa travesía en el desierto, habrá menos dinero, y se quedará en mayor proporción en el bolsillo de las y los consumidores.
- La digitalización del comercio era un requisito de competitividad, ahora lo será de supervivencia: Durante las semanas de confinamiento hemos experimentado una explosión de la venta online que ha acelerado, más si cabe, la educación digital de la y el consumidor. Muchas personas que no sentían la mínima curiosidad ni atracción por la compra en la red se han visto obligados a utilizarla, y gran parte de ellos han descubierto sus ventajas. Son nueva clientela para “la causa digital”, que seguirán comprando online aunque la situación se normalice. La venta digital se convertirá en un must-have de cualquier comercio, grande o pequeño, en una época en la que primará restringir el contacto presencial. Plataformas marketplace como Zerca!, Correos Market o Connected Retail de Zalando se convertirán en grandes foros de transacciones entre pequeño y mediano comercio y personas consumidoras, ofreciendo mayor visibilidad y tráfico a las tiendas que sus propios e-Commerces. También redes sociales como Instagram se han convertido en una ventana al mundo para las empresas, especialmente para aquellas que venden productos hand made.
- Redefinición del espacio de la tienda física: El control de aforo para asegurar la distancia de seguridad reducirá la capacidad de las tiendas hasta en un 50%. Además, habrá que rediseñar el espacio interior con pasillos más amplios, áreas para las cajas que permitan un flujo de clientela ordenado y seguro y contar con un espacio para el delivery y/o el click and collect, Starbuck ya ha empezado a convertir algunos de sus establecimientos en locales sólo de recogida.
- Menos visitas a tienda... pero más efectivas: Las tiendas seguirán siendo potenciales focos de contagio, y la afluencia a las mismas disminuirá de manera notable. Adiós a la clientela que “viene a ver”. Por eso la tasa de venta efectiva crecerá: quien entre es porque tiene la decisión de compra prácticamente tomada.
- Auge de nuevos modelos de negocio... o resurgimiento de antiguos: Negocios en decadencia como los autocines han resurgido e incluso están en un proceso de multiplicación en todo el mundo, no solo para su uso tradicional sino también para la celebración de conciertos, servicios religiosos y otras celebraciones multitudinarias. Paris va a realizar una actividad similar utilizando embarcaciones eléctricas en el río Sena, y el aeropuerto de Vilnius en Lituania o el centro comercial Bilbondo en Basauri, también van a utilizar sus parkings para este tipo de actividades. Además se está consolidando una tendencia por consumir en el barrio. Según el último estudio de Mastercard, el 79% de las y los españoles está gastando dinero en los comercios de su barrio de forma consciente para ayudar a reactivar la economía de los pequeños comercios. De hecho, casi la mitad de la población (46%) afirma que, desde que comenzó el confinamiento, ha descubierto nuevos comercios en su vecindario, su apoyo será fundamental para el resurgir del comercio local.

BIBLIOGRAFÍA

- David Rey (2020). Cuatro claves del “retail post COVID”. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://t-zir.com/blog/2020/04/20/retail-post-covid/>
- Financial Food (2020). Un 19% de los comercios españoles aún permanece cerrado. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://financialefood.es/un-19-de-los-comercios-espanoles-aun-permanece-cerrado/>
- Food Retail (2020). El retail, tercer sector mejor valorado tras la crisis. Recuperado el 27 de julio de 2020 de https://www.foodretail.es/retailers/retail-valoracion-post-pandemia-estudio-adecco_0_1451554838.html
- Fashion Network (2020). Zalando lanza Connected Retail en España. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://es.fashionnetwork.com/news/Zalando-lanza-connected-retail-en-espana,1223797.html>
- Invertia – El español (2020). Comercio online, el mejor supermercado para tiempos de pandemia. Recuperado el 27 de julio de 2020 de https://www.lespanol.com/invertia/20200626/comercio-online-mejor-supermercado-tiempos-pandemia/500200362_0.html
- CIB Comercios Innovadores de Bilbao (2020). Starbucks se replantea su modelo de negocio post-covid y apuesta por sus establecimientos “pick-up”. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://www.compromisoempresarial.com/coronavirus/2020/05/sostenibilidad-aliada-industria-moda-superar-crisis-covid19/>
- Fernando García (La vanguardia, 2020). Regreso al futuro: vuelven los autocines por el coronavirus. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20200507/481007267524/autocines-madrid-espana-coronavirus-moda.html>
- Delfina Velarde (2020). París abrirá un cine flotante en el que la gente se sentará en botes socialmente distantes en el río Sena. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://intripier.com/paris-abrira-un-cine-flotante-en-el-que-la-gente-se-sentara-en-botes-socialmente-distantes-en-el-rio-sena/>
- Paula V.Pinuaga (Fashion United, 2020). Instagram se convierte en el canal de distribución de los productos hand made. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://fashionunited.es/noticias/retail/instagram-se-convierte-en-el-canal-de-distribucion-de-los-productos-hand-made/2020063033110>
- Joana Sanchez (Pymes y Autónomos, 2020). El 79% de los españoles escoge consumir en los comercios locales para ayudar a su reactivación económica. Recuperado el 27 de julio de 2020 de <https://www.pymesyautonomos.com/actualidad/79-espanoles-escoge-consumir-comercios-locales-para-ayudar-a-su-reactivacion-economica>

WEBS RELACIONADAS

- Zerca: <https://www.zerca.com/>
- Connected retail: <https://www.connectedretail.es/>
- Correos Market: <https://www.market.correos.es/>