



Las tiendas se han acabado, ¡Que vivan las tiendas!

Por: Doctor Steven P. Kirn.
Conferencista especializado en administración de negocios.
Universidad de Florida
USA

La cobertura que hacen los medios y todo el revuelo que sea hecho acerca de las compras en línea es altamente exagerado y da una imagen negativa de los comercios tradicionales

Las noticias no dejan de seguirse unas a otras aquí en los Estados Unidos.

- La adquisición de Whole Foods por parte de Amazon pronostica un futuro en el cual la comercialización en línea y la entrega a domicilio dominará el negocio de los abarrotes.
- Hay proyecciones de fuentes confiables de que más del 25% los centros comerciales van a cerrar en los próximos cinco o siete años
- Más de 35 cadenas de comerciantes minoristas incluyendo grandes compañías como HHGregg (tienda de productos electrodomésticos) y la juguetería Toys 'R' Us han caído en la bancarrota en los Estados Unidos para la fecha de septiembre de 2017
- Las tiendas por departamento de tamaño mediano han perdido su visión y han visto reducidas sus ventas durante los últimos años sin ninguna perspectiva de mejoramiento.

Los reportes parecen oscuros

Vivo en una ciudad universitaria, Gainesville en Florida, con cerca de 230.000 habitantes y con un centro comercial ya bastante grande y en vistas de ser agrandado aún más, con lo cual esta pequeña ciudad mantendrá la posición de Centro de poder del sur este de los Estados Unidos. A Alguien le parece que este es un mercado potencial y, en efecto, alguien está comprando toda la mercancía. ▶



sonrisa en los labios. Es cierto que en lo que respecta a muchos artículos mundanos, por ejemplo, las entradas al cine, las ventas en línea son la forma más eficiente de hacer la compra. Sin embargo, incluso los estudiantes, están de acuerdo en que esto no sustituye la experiencia multi-sensorial (vista, sonido, olfato, tacto) así como tampoco sustituye la experiencia social involucrada en la compra en el mundo real.

Las compras en línea están creciendo a una velocidad promedio del 15% al año y los vendedores tradicionales, dependiendo del tipo de mercancías que manejen, están enfrentando una fuerte competencia. Muchos están cediendo ante la presión, particularmente en lo que tiene que ver con el precio y con lo que ahora es una excelente atención después de la compra. Amazon está experimentando con un servicio de entrega de solo una hora en Londres.

Así que ¿finalmente las compras en línea van a ganar?

Probablemente no. Los consumidores de hoy quieren lo que quieren, cuando lo quieren y a través del canal que escojan; lo cual muchas veces quiere decir rápido, con entrega gratis y con la posibilidad de hacer devolución del producto. Esto sugiere que lo más probable es que el omni-channel sea el ganador de la contienda. Los comerciantes que siguen este modelo ofrecerán opciones de compra en las tiendas, así como ventas en línea. Estos híbridos pueden incluir: ordenar el producto en línea y recogerlo en la tienda, acceder a ofertas especiales por teléfono y luego recoger el producto en un drive through en la tienda, entre muchos otros. Por supuesto esto

también va a incluir servicio personalizado cara cara, el cual no puede ser reemplazado por una computadora.

Probablemente habrá personas que compren completamente en línea, pero las tiendas tendrán que trabajar en todos los canales para poder ser exitosas.

Somos seres sociales y la compra es una experiencia social. Los comercios tendrán que crear y promover experiencias que no son fácilmente replicables en la pantalla del computador, en la realidad aumentada, o en otras tecnologías de realidad virtual, al menos por ahora.

Mi pronóstico: las tiendas se mantendrán, aunque su apariencia va a cambiar mucho respecto a la que tienen hoy. Esto no es otra cosa que la historia de todos los comercios minoristas. ■