

5 razones por las que el eCommerce es clave durante el confinamiento, según The Valley

Debido al cierre de comercios físicos, la compra en tiendas online ha aumentado notablemente, hasta tal punto que, el COVID-19 puede ser el detonante definitivo de la consolidación del eCommerce en España. Los canales de compra online son cruciales para mantener la normalidad de la actividad comercial y la estabilidad de la economía, además de garantizar puestos de empleo

En pleno Estado de Alarma, el Gobierno Central ha impuesto nuevas medidas mediante las que paraliza toda actividad no esencial en el país. Grandes y pequeños comercios físicos han ido cerrando sus puertas, y con ello, la demanda de las necesidades básicas de la población se dirige hacia el entorno online. Así, el eCommerce, considerado actividad esencial en esta situación excepcional, se presenta como una solución muy viable para la supervivencia de cualquier empresa.

Resulta ahora imprescindible para las compañías aprovechar sus canales online tanto para comunicarse con sus clientes como para ofrecer sus productos. Los comercios que hasta ahora se habían dedicado exclusivamente a la venta en tiendas físicas, comienzan a digitalizarse para aparecer en el entorno online. Si bien es cierto que, en algunos sectores, las compras pueden estar sufriendo descensos, otros ámbitos como la alimentación o la farmacéutica están viviendo el momento de oro de sus eCommerce. De hecho, según datos ofrecidos por Nielsen, el impacto del coronavirus ha traído como resultado un repunte del 62% en la venta de productos de rápido consumo por internet en España (datos de la última semana de febrero 2020). Incluso, nuevos colectivos, como la población senior, se unen a la tendencia de comprar en eCommerce, factor que está ampliando el scope de este mercado y por ello, impulsando su crecimiento.

Se ve entonces como, de la misma forma en la que, por ejemplo, el teletrabajo impactará en la concepción que tienen las empresas de esta práctica, el cambio de tendencia ahora de la población, de comprar online en vez de presencial, también cambiará el paradigma de cara a futuro. Tal es su importancia, que según los expertos del ecosistema digital The Valley, el COVID-19 puede ser el detonante definitivo de la consolidación del eCommerce en España por los siguientes motivos:

Mantenimiento del flujo de la actividad comercial

Ante el cierre de los comercios físicos, gran parte de las empresas que ofrecen servicios y productos se han movido al entorno online, en el que, gracias a la tecnología, pueden seguir generando ingresos a través de la venta de productos, manteniendo así activo el flujo de la actividad comercial. Incluso, existen algunas empresas que están permitiendo comprar ahora y recibir el pedido o disfrutar del servicio posteriormente, cuando la situación vuelva a la normalidad, con el objetivo de seguir generando ingresos para subsistir.

Evitar desperdicios y posibles pérdidas

Debido a la situación del confinamiento y cierre “forzado” de comercios físicos, el eCommerce se está posicionando como la alternativa más viable para dar salida a los productos perecederos que los

diferentes productores y distribuidores tenían en stock. De no ser por esta vía de comercio, son muchas las empresas que habrían registrado grandes pérdidas por la incapacidad de vender sus reservas de productos no duraderos.

Puestos de empleo garantizados y activos

Las empresas de los sectores más afectados por la crisis económica y social del COVID-19 han puesto en marcha recortes en sus plantillas, reducciones de jornadas y salarios a sus empleados, mientras que, en el sector del gran consumo, los grandes distribuidores se encuentran con una necesidad de personal. En el caso de los supermercados, farmacias, o de las empresas de mensajería y repartos a domicilio, gracias a la posibilidad que ofrece el eCommerce de seguir con la actividad regular, los empleos están garantizados e incluso, en algunos casos, ha habido mejoras salariales para todos aquellos que están ejerciendo de “superhéroes” durante esta crisis.

Sectores en auge, el caso de las farmacias y los supermercados

Los hábitos de compra han cambiado en estas últimas semanas y se nota como algunos sectores como el turismo o la moda han perdido fuelle, pues no son servicios de primera necesidad. Sin embargo, las personas siguen teniendo necesidades de alimentación, medicinas u otros productos esenciales a los cuales el acceso es imprescindible. Los supermercados y farmacias están registrando ventas mediante sus canales online muy por encima de su nivel habitual, quedando claro que la tecnología ha sacado lo mejor del confinamiento y está siendo clave para el abastecimiento de recursos básicos.

Impulso del I+D tecnológico

El auge que está teniendo el canal de tiendas virtuales está sirviendo para impulsar la innovación entre startups, PYMES y grandes empresas que se han dado cuenta de que la digitalización no es una opción sino una obligación. No cabe duda de que esta crisis está generando una mayor apuesta por parte de las empresas por invertir en su desarrollo tecnológico e impulsar iniciativas y acciones de I+D tecnológico. Así, se hace sumamente importante que, al mismo ritmo que las empresas se digitalizan, los profesionales lo hagan también para estar a la altura y tener las capacidades de gestionar este proceso de transformación, además de adaptarse a los nuevos retos y seguir siendo relevantes en la empresa. Algunas empresas deberán redefinir los perfiles de sus profesionales, o contratar servicios externos para poder cumplir con las necesidades del negocio, y esta situación generará una demanda de talento especializado que puede no ser cubierta por los profesionales existentes en el mercado, presentando una oportunidad profesional. Así, la formación continua en temas digitales y tecnológicos resulta imprescindible para estar al tanto de las tendencias más innovadoras, y para ello, la clave son los programas especializados como por ejemplo el Digital Training Certificate, un certificado de formación telepresencial en eCommerce, marketing y analítica digital, que The Valley ha lanzado para estos momentos de confinamiento.

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>