

Comercio electrónico, digitalización y consumo responsable: retos de las empresas en 2021, según Intrum

El consumidor se ha vuelto más digital, sostenible y propenso al ahorro ante las incertidumbres económicas, unos factores que seguirán presentes en el 2021, según ha analizado Intrum

Tras la reducción de la actividad y las pérdidas ocasionadas por la crisis del coronavirus en 2020, muchas empresas ven 2021 como un año en el que recuperar su funcionamiento habitual, un pensamiento motivado en gran parte por las noticias de las primeras campañas de vacunación. Pero todo indica que este será un proceso largo y que, a priori, no modificará una de las consecuencias más destacadas de la pandemia en el mundo empresarial: el cambio en la relación entre las empresas y sus clientes.

Y es que las medidas de confinamiento y distanciamiento social a consecuencia de la Covid-19, han modificado los hábitos del consumidor hacia un comportamiento mucho más digital, sostenible y moderado para evitar gastos excesivos en un clima económico incierto, entre otros cambios, según refleja el Informe Europeo de Pagos de Consumidores de Intrum.

Conocer, analizar y adaptarse a estos cambios será fundamental para asegurar el crecimiento del tejido empresarial durante estos primeros meses de 2021, mantener una relación fluida con los clientes y evitar los impagos.

En este sentido, desde Intrum han analizado 5 cambios a tener en cuenta en las relaciones entre empresas y clientes que se han experimentado desde el inicio de la pandemia y que suponen un reto para la recuperación de las organizaciones durante este año:

- La digitalización, una asignatura todavía pendiente. Si por algo se ha caracterizado 2020 ha sido por la relevancia que han cobrado las nuevas tecnologías en el funcionamiento diario de las empresas. No solo en el ámbito interno con la adopción del teletrabajo, sino en la relación con el cliente. Y es que la imposibilidad de mantener un contacto directo con los consumidores ha impulsado de forma definitiva nuevos canales de comunicación digital para mantener la relación comercial. Pero esta digitalización era algo pendiente desde hace tiempo, pues solo el 29% de las compañías en España contaba hace un año con conexión a Internet y página web, mientras que apenas el 7,5% disponían de un servicio de chat para el contacto con clientes, según la 'Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico (CE) en las empresas' del INE. Con la situación de incertidumbre actual, todo indica que 2021 será un año en el que muchas empresas deban acelerar su digitalización si quieren recuperar el terreno perdido.

- Sostenibilidad y producción local. La Covid-19 ha generado un mayor interés de los clientes respecto a la procedencia de los bienes que adquieren. De esta manera, los consumidores valoran cada vez

más los productos de fabricación local, así como la sostenibilidad y las garantías de seguridad e higiene en los procesos de fabricación.

- El comercio electrónico, más importante que nunca. Ante las restricciones a la movilidad que han dificultado la compra de forma presencial en numerosos establecimientos especialmente durante los meses más duros de la pandemia, el comercio electrónico se ha revelado como uno de los grandes aliados de las empresas para mantener su negocio. Aunque las empresas españolas han realizado un gran esfuerzo en este sentido para adoptar estos cambios, muy especialmente las pymes, los consumidores valoran algunos aspectos en los que todavía queda camino por recorrer para muchas de ellas. Ejemplo de ello es el sistema de seguimiento online de pedidos, pues en el primer trimestre de 2020 solo un 10,2% de las compañías contaba con esta herramienta tan valorada por los consumidores, según el INE.

- Clientes con menos ingresos. Una de las principales consecuencias de la crisis económica y sanitaria ha sido la pérdida generalizada de ingresos por parte de los consumidores españoles, algo que muchos temen que se agravará en una situación económica incierta. Tal es así que el 43% de los españoles afirma haber perdido capacidad adquisitiva durante la pandemia, 8 puntos por encima de la media europea, según el Informe Europeo de Pagos de Consumidores de Intrum. Y es más, el 35% de los españoles que admite que han mantenido sus ingresos durante este periodo, espera que estos disminuyan pronto, 10 puntos por encima de la media Europea.

- Acumulación de impagos. Todavía es pronto para hacer estimaciones concretas sobre uno de los principales temores para muchas empresas, los impagos, pero la pérdida de ingresos generalizada de los clientes hace pensar que este también será un reto importante en 2021. De hecho, el 48% de las compañías españolas preveía en 2020 un aumento de los impagos, una situación a tener en cuenta, ya que la acumulación de facturas pendientes sumada a las pérdidas de 2020 podría desembocar en el cese de varios negocios en este año ante la falta de liquidez, y la consiguiente destrucción de empleo.

Datos de contacto:

Pablo Gómez Salcedo
634955019

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

Categorías: [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>