

DE weekend

PÁG. 26 La nueva juventud del parque automotor chileno

"Full de ases" para la inteligencia artificial

PÁG. 29

PERFIL

Popularidad ¿Eso busca Andrónico Luksic?

PÁG. 27



Retail se vuelca al e-commerce y a 2025 cerrará 15% de tiendas

Lo que aseguraría el éxito del negocio es que se genere confianza en el proveedor, en los medios de pago, en la logística de distribución.

POR NIDIA MILLAHUEIQUE M.

La transformación del comercio hace mucho superó el punto de no retorno.

Si hace diez años los actores del retail recién escuchaban acerca del E-commerce, hoy éste se ha convertido en su principal preocupación, lo que se refleja en un alza exponencial de los recursos que destinan para potenciar el canal online.

La estimación es que hacia 2025 y a nivel mundial este segmento crecerá un 40%, lo que tendrá como correlato el cierre del 25% de las tiendas físicas.

"La tienda física continuará siendo el canal que más ingresos genera

para el retail, por lo menos hasta 2026", explican el World Economic Forum y Accenture en el informe "Shaping the Future of Retail for Consumer Industries", que contiene esta proyección.

La industria está dando señales de que efectivamente está avanzando en esa dirección. Ese fue el caso de Walmart, que hace un año anunció el cierre de 269 tiendas en Estados Unidos y sólo unos meses después informó un acuerdo por US\$ 3.300 millones para comprar Jet.com, rival de Amazon, el gigante del comercio online.

Más recientemente, en enero, la tienda departamental Macy's, un

→ CONTINÚA PÁG. 24

→ VIENE DE PÁG. 23



Macy's este año espera ahorros por US\$ 550 millones para destinar esos recursos a su negocio digital.



AGENCIA UNO



23%
de la inversión de Cencosud en 2017 irá a omnicanalidad.

US\$ 2.950 MILLONES
serían los ingresos del retail a nivel global hacia 2026.

10%
podrían representar las ventas online en Chile en 2020.

263
tiendas cerraría Walmart en Estados Unidos este año.

emblema del modelo del retailer tradicional en Estados Unidos, oficializó una reestructuración que implica la reducción de 63 puntos de venta y más de diez mil despidos, con el objetivo de generar ahorros por US\$ 550 millones, recursos que destinarán a su negocio digital.

En esta fase del tránsito del retail hacia la nube, el foco está en mejorar la experiencia digital de los consumidores en las tiendas físicas. "La interacción es hoy la clave, y por eso los retailers están desarrollando tecnologías como, la realidad virtual o aumentada, con el fin de que los consumidores puedan interactuar con los productos", señala el director ejecutivo de Retail y Consumo Masivo de Accenture Chile, Miguel Pochat.

A nivel local, añade, la principal

preocupación del sector está en "cómo entregar una experiencia de calidad a los clientes en todos los canales de interacción: la tienda física, la tienda digital y los centros de atención al cliente".

Ahora bien, el consumidor actual busca un servicio personalizado, rápido y donde tenga el control, "por eso los retailers en Chile y a nivel global están utilizando tecnologías como analytics para poder identificar los intereses de sus consumidores y así entregarles ofertas personalizadas e incluso en tiempo real", comenta el especialista.

Otra meta que la industria espera alcanzar, agrega, es "entrar" a la casa de los consumidores a través de la tecnología, superando así la tienda e incluso la digital, aunque advierte

que en Chile este es un proceso aún incipiente: "Pese a los importantes beneficios que trae la transformación digital a las compañías, actualmente ninguna empresa en Chile dice estar en un estado avanzado de transformación digital", asegura.

Este punto es clave, comenta, ya que las empresas que no formen parte de la llamada "Cuarta Revolución Industrial" no sólo corren el riesgo de perder competitividad, sino que de eventualmente desaparecer.

¿Qué oportunidades representa el comercio electrónico? El estudio del World Economic Forum y Accenture cifra en US\$ 2.950 millones los ingresos de esta industria hacia 2026. El 32% de ese total corresponderá al comercio electrónico.

El estudio "Customer Experien-

ce" de IBM, que consideró a 500 empresas de 24 países alrededor del mundo, determinó que aunque el móvil es el dispositivo preferido para muchos consumidores, se ha establecido que el 38% de las compañías proporciona una experiencia mala o incluso nula en este tipo de aparatos.

A su vez, sólo el 31% de las firmas permite a los clientes acceder y administrar los detalles de su cuenta a través de una aplicación móvil. Además, la medición dejó en evidencia que sólo el 19% de las marcas puede proporcionar una experiencia de compra digital altamente personalizada.

Mirada local

El director del Centro de Estudios del Retail (Ceret), Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, Marcel Goic, explica que en términos de comercio electrónico la realidad de la industria local es disímil.

"La mayoría de los retailers están en una etapa de desarrollo temprana en que han invertido en desarrollar sus plataformas de comercio electrónico, pero aún están aprendiendo cómo este canal puede complementarse con la oferta de valor de las tiendas físicas", explica.

Por ejemplo, Falabella anunció que de la inversión de US\$ 4.000 millones para los próximos cuatro años, el 31% estará destinado a TI y logística. Mientras que Cencosud destinará a este segmento el 23% de los US\$ 500 millones que ejecutará en 2017.

Añade que el cliente actual es



RODOLFO JARA

multicanal, es decir, interactúa con las compañías a través de distintas plataformas, incluso para una misma ocasión de compra. A la luz de lo anterior, plantea que una opción para la industria podría ser explotar las tiendas físicas como espacios de exhibición y reducir los stocks disponibles en ellas, especialmente

en las categorías de alto valor.

Su estimación es que la participación del canal online en las ventas mantendrá un ritmo relativamente constante de crecimiento, para acercarse a una tasa de 10%, la que de todas formas, dice, seguirá estando un par de puntos por debajo del nivel de economías desarrolladas.

MONTO REPRESENTARÍA UN ALZA DE 21,4% RESPECTO DE 2016

CCS: ventas electrónicas bordearían los US\$ 3.400 millones este año

El director del Centro de Economía Digital de la Cámara de Comercio de Santiago, George Lever, estima que los grandes retailers y buena parte de los medianos actores del sector se han incorporado en forma agresiva al e-commerce, mientras el pequeño comercio, en cambio, presenta un retraso que estas alturas es alarmante.

-¿Esta tendencia es una amenaza para las tiendas físicas?

-En algunas categorías, como equipamiento doméstico, fotografía y tecnología, el avance del e-commerce ha influido en la desaparición de empresas y drásticas caídas en las ventas, las que se pudieron evitar con una adecuada adopción de estos nuevos formatos.

-¿Por ejemplo?

-Entre 2010 y 2014, el número de tiendas de artículos fotográ-

ficos cayó 12%, mientras que la venta de equipamiento doméstico desapareció en el 13% de las tiendas y en almacenes de comercio no especializado fue un 20%. En cambio, el número de comercios online aumentó en 114%. Es decir, hay categorías en las cuales ya podemos ver el cierre de tiendas, o más bien la desaparición de empresas.

-¿Cómo han reaccionado los retailers?

-Los comercios físicos que han incursionado en el canal online han logrado generar sinergias y derivar ventas hacia la tienda física. Estamos aún en esa etapa de complementación. A futuro seguramente, veremos cierres de tiendas de empresas que fortalecen su presencia online, simplemente por eficiencia (hoy vemos, por ejemplo, que

algunos rubros migran desde la tienda física hacia el sitio de e-commerce).

-¿Cuánto representarán las ventas online en Chile hacia 2020?

-Nuestra proyección conservadora es que supere al 6% de todas las ventas del comercio, y que en el caso de los grandes retailers, llegue al 15%.

-¿A cuánto esperan que lleguen las ventas del canal online este año?

-A unos US\$ 3.400 millones.

-¿Cuál es la piedra de tope que tienen los consumidores a la hora de comprar? ¿Falta más confianza en las páginas web?

-La confianza es un factor clave, y se da en términos de confianza en el proveedor, en los medios de pago, en la logística de distribución. Es un gran desafío del sector y los esfuerzos de las firmas van en esa línea.



**HACEMOS
CRECER
TU NEGOCIO**

Precio Oferta

US\$80.900 + IVA

Precio incluye bono de **US\$5.000**

Precio con IVA incluido \$64.560.295

Banchile
LEASING
DEL BANCO DE CHILE

RECIBIMOS TU EQUIPO USADO*

**RETROEXCAVADORA
3CX Global**

• Más productividad
• Mayor equipamiento
• Más seguridad

Recibimos tu retroexcavadora año 2007 o superior, inscrita en RNVM, libre de prenda y todo gravamen. Oferta considera el equipo puesto en las instalaciones de DercoMaq en Santiago. Retoma sujeta a inspección y evaluación técnica, no debiendo superar el 50% del valor del equipo nuevo. Tipo de cambio aplicado \$670,61 el dólar. Valor en pesos referencial. Se considera el valor del dólar al día de la facturación. La disponibilidad, venta y entrega de los bienes, la prestación de servicios no bancarios y los descuentos ofrecidos son de exclusiva responsabilidad de DercoMaq, sin obligaciones ni responsabilidad para el Banco de Chile. Banco de Chile interviene exclusivamente en el otorgamiento de financiamiento. Financiamiento sujeto a aprobación y evaluación previa por parte del Banco de Chile. Renta de arrendamiento no incluye seguros, los que pueden ser incorporados en el financiamiento. Los términos ofrecidos en la presente simulación fueron determinados considerando las actuales condiciones de mercado y los costos de fondo que el Banco de Chile dispone a esta fecha. Los términos antes señalados podrán ser modificados por Banco de Chile en función de las condiciones que se encuentren vigentes al momento de la celebración de los contratos. Beneficio exclusivo para clientes del Banco de Chile que financien con Banchile Leasing. Promoción válida hasta el 28/02/2017. Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbif.cl

JCB

SUCURSALES: • Santiago • Antofagasta • Calama • Copiapó • La Serena • Melipilla • Los Ángeles • Concepción • Temuco • Puerto Montt
CONCESIONARIOS: • Viña del Mar • Talca • Linares • Parral • Punta Arenas

600 786 1000
clientes@dercomaq.cl
www.jcb.cl

DERCO
RESPALDA Y GARANTIZA