

Modaes

Back Stage

El 'click' arrasa con el 'brick': el 25% de las tiendas cerrarán para 2025

La transformación digital ha generado que empresas del retail vivan un constante proceso de reinención. Uno de los grandes retos ha sido unir la relación entre las tiendas y el click de compras, que peligra por el crecimiento a pasos agigantados de las compras a través de dispositivos electrónicos.

M. Cantini
3 feb 2017 - 00:00



¿El fin de las tiendas físicas? El matrimonio entre tiendas y el ecommerce, se verá afectado por el predominio del 40% del comercio electrónico, que amenaza la presencia de las tiendas físicas. Según un estudio del **World Economic Forum** un 25% de estos espacios desaparecerán en 2025.

Actualmente, el dispositivo más usado para hacer compras es el móvil, en especial en el sector de la moda. Se estima que entre seis y diez usuarios hacen sus compras de

1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/el-click-arrasa-con-el-brick-el-25-de-las-tiendas-cerraran-para-2025>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

manera habitual a través de sus teléfonos, según *Netquest*.

A pesar de la importancia de los teléfonos móviles, aún hoy hay compañías que no han sabido adaptarse a las nuevas tendencias de compra. Un estudio de Servicio al Cliente realizado por **IBM**, en el que se evaluaron más de 500 empresas de distintos países del mundo, concluyó que solo el 19% pudo demostrar experiencias de compra satisfactorias.

Hoy, Internet es el centro de todo. Expertos en marketing han denominado que estamos iniciando la cuarta revolución industrial. Se estima que el comercio electrónico podrá agregar 14,2 billones de dólares a la economía mundial en los próximos quince años, según la *BBC*.

El dispositivo más usado para hacer compras de moda es el móvil

Recientemente los gigantes chilenos **Cencosud** y **Falabella**, han inyectado grandes sumas de dinero para hacer fortalecer su presencia en ambos flancos: *off* y *online*. **Cencosud** destinará un 23% de sus recursos en fortalecer su canal digital y las estrategias en conjunto con las más de cien tiendas que tiene en Chile y Perú con su cadena **Paris**.

Por otro lado, **Falabella** anunció que para los próximos tres años, realizará una inversión de 4.000 millones de dólares para fortalecer su presencia en todos los frentes. Un 42% será dedicado a la apertura de 114 tiendas y nueve centros comerciales, mientras que un 27% corresponderá a ampliaciones y remodelaciones de los establecimientos con los que **Falabella** opera en Latinoamérica. El 31% restante se invertirá en infraestructura logística y tecnología para reforzar el crecimiento omnicanal de la empresa.

En Colombia, Grupo Éxito se convirtió en 2016 en el principal ecommerce del país. Durante el pasado año obtuvo un total de 45 millones de visitas, lo que significó un crecimiento del 40% de sus ventas hasta tres mil millones de pesos (102 millones de dólares). El grupo colombiano de gran distribución también busca impulsar su división de moda a través de las franquicias para incrementar un 10% sus ventas hasta 2019.

Modaes

La tienda online de **Ripley** es el punto de venta de mejor desempeño del grupo. La compañía espera que en 2020 el 20% de los ingresos totales de la empresa provengan desde en canal online.

Por otro lado, **Mercado Libre** realizó una inversión millonaria para potenciar su negocio electrónico. El grupo, que opera en casi todo el territorio latinoamericano, inyectará 1.500 millones de pesos argentinos (100,5 millones de dólares) para la puesta en marcha de dos torres de oficinas.

El gigante estadounidense **Amazon** subió la apuesta en la región. Recientemente el gigante estadounidense puso en marcha sus oficinas Chile, donde gestiona su servicio de *cloud computing*.

En Bogotá, el gigante estadounidense puso en marcha las nuevas oficinas **Amazon Web Services (AWS)**, entidad que se encarga del manejo de bases de datos, análisis y aplicaciones empresariales. Dentro de los clientes de la empresa, destaca la compañía estadounidense de moda deportiva **Under Armour**, que utiliza los servicios de **AWS** para la difusión de sus contenidos.