

**20%** interanual. El crecimiento del e-commerce en España es tan notable como sostenido desde el 2015

# Los grandes retos del comercio electrónico

Un repartidor de Amazon, en el centro de Sant Cugat del Vallès



MANÉ ESPINOSA

## El 'e-commerce' aún debe superar las barreras de la sostenibilidad económica, social y medioambiental

**Oriol Montanyà**  
Barcelona



La empresa Ikea está haciendo furor en las redes sociales con la campaña que ha iniciado para desmarcarse del frenesí consumista del *black friday* y contraprogramarlo con un nuevo concepto, el *green friday*, que consistirá en recuperar muebles viejos de la marca de sus clientes a cambio de un importe que podrán reinvertir en productos nuevos. Una acción de economía circular que ha conseguido aportar un punto de reflexión al debate público sobre los modelos comerciales actuales.

El principal responsable de que la transformación sectorial esté en boca de todos es el comercio electrónico. Como se comenta en algunos círculos empresariales, "el que ocupa un 99% de las conversaciones y un 1% de las ventas". Una frase irónicamente exagerada, pero que encuentra una base de razón en los datos oficiales. Y es que, según la CNMC, todavía no hay ninguna rama de actividad con un negocio digital que supere el 13%. De hecho, los sectores tradicionales son los que tienen las cuotas inferiores, como la moda textil, con un 6,6% de las ventas, o la alimentación, que está por debajo del 2,5%.

Pero los mismos datos también arrojan una realidad incuestiona-

ble, y es que las compras online crecen más de un 20% interanual desde el 2015. Así que estamos ante una realidad emergente que arrastra una serie de retos en cuanto a su sostenibilidad económica, social y ambiental. Unos retos que se convertirán en la clave de su consolidación, ya que tal y como asegura Raj Sisodia, fundador del movimiento Capitalismo Consciente, la satisfacción de los clientes tiene que ir siempre acompañada de otros objetivos esenciales, como la rentabilidad a largo plazo, el bienestar de las personas o el respeto al medio ambiente.

La viabilidad económica del e-commerce sigue siendo un gran misterio. Las compañías que traba-

**DATO**

**13%**

**Techo del negocio digital**

El comercio electrónico tiene aún mucho recorrido en España y en sectores como la moda o la alimentación aún es testimonial

**Oriol Montanyà** es profesor de la UPF Barcelona School of Management

jan con márgenes ajustados, como la irlandesa Primark, se lo están pensando mucho antes de dar el salto a la venta online, ya que son conscientes del cambio estructural que supone incorporar procesos tan costosos como las entregas a domicilio. Incluso los resultados de Amazon nos muestran que más de la mitad de sus beneficios no proceden del comercio electrónico, sino de su división de servicios informáticos. Así pues, las empresas que juegan la partida digital tienen el reto de incrementar la rentabilidad, mejorando la eficiencia logística y limitando la cultura del todo gratis que tanto impera en Internet.

En paralelo, el potencial impacto del comercio digital en la vida de las ciudades y en la contaminación atmosférica deriva en desafíos que requieren de la acción coordinada de los actores implicados, tanto del sector público como privado. Un buen ejemplo es el que se acaba de presentar en la ciudad de Girona, donde el ayuntamiento ha instalado buzones inteligentes en la calle para la distribución de paquetes con vehículos eléctricos. Se trata de un servicio para comercios y particulares que permite reducir un 22% la circulación de furgonetas y eliminar 1,3 toneladas de CO<sub>2</sub> al mes.

Es evidente que la digitalización del tejido comercial es un proyecto complejo que requerirá de soluciones disruptivas. Pero los impulsores de iniciativas como el *green friday* nos demuestran que Winston Churchill tenía razón cuando decía aquello de que "un pesimista ve la dificultad en cada oportunidad, mientras un optimista ve una oportunidad en cada dificultad". ●

=====  
**Amazon aún gana más por sus servicios informáticos que por el comercio electrónico**

=====  
**Protagonistas**

El ranking de la venta online está liderado por las agencias de viajes, con un 12,5% de la facturación, y 9 de los 10 sectores del listado se dedican a transacciones que se pueden ejecutar de forma completamente electrónica, como las apuestas deportivas o la compra de entradas. Del comercio que implica el suministro de productos físicos, solo aparece el textil.

**Nacho Cornet**

Presidente de Fiscalistes del Col·legi d'Economistes de Catalunya

## Medidas urgentes en época Covid-19



Mucho se está hablando de medidas de ayuda para las empresas y los trabajadores en esta época de pandemia y creo que no hay sobre la mesa una medida que sea práctica y eficiente. Mucho se ha hablado en este país, a diferencia de otros mucho más competitivos, de que existe un exceso de regulación que limita y desincentiva la actividad productiva y de servicios.

¿Nos hemos preguntado por qué empresas como Amazon, Globo, Cabify o Uber han incrementado su valor y han contratado a muchas personas? Uno de los motivos podría ser el hecho de que muchos de sus trabajadores no están contratados con las reglas estrictas que exige la legislación laboral.

Pues bien, una medida excepcional que aplicar en un tiempo excepcional sería la posible contratación de personal sin la obligación de cotizar por dichos contratos. Antes de que los sindicatos se pongan las manos en la cabeza pensemos que con esta medida –excepcional– todos ganamos. El Estado no tiene que pagar los ERTE, las empresas se ahorran unos gastos y, sobre todo, una burocracia tremenda y los trabajadores se sienten útiles, ya que tienen trabajo. ¿Cuál es el problema?

Otra medida que ejecutar sería la simplificación de mucha normativa y la no exigencia de muchas obligaciones que en otros tiempos puede que no tengan importancia, pero que ahora son totalmente desproporcionadas. Me refiero a actuaciones de la Agencia Tributaria, que en época de pandemia, con mucha gente teletrabajando, exige un sinnúmero de información. Y cuando se presenta, al estar el funcionario también teletrabajando, el resultado puede llegar a ser

**Poner el foco**  
**La riqueza de un país no es fruto del trabajo de políticos o funcionarios, sino de los trabajadores y el esfuerzo de las empresas**

terrorífico y conflictivo. ¿Por qué hay organismos que no paran de exigir documentación y hay otros con un retraso importante en dar facilidades, como la Seguridad Social? Esto no ayuda ni a trabajadores ni a empresas.

La riqueza de un país no es fruto del trabajo de políticos o funcionarios sino de los trabajadores

y el esfuerzo de las empresas, que con los impuestos que generan crean riqueza. ¿Pues denles ayuda, desregularicen normativas y denles libertad durante el tiempo de la Covid-19! No puede ser que se esté planteando subir impuestos cuando las empresas y los trabajadores lo están pasando mal.

La actual situación ha comportado el cierre de muchos negocios y, como consecuencia de ello, se ha obligado a una rebaja de los alquileres. La medida parece correcta, pero la pregunta es: ¿por qué no se rebaja también el IBI, las tasas de basuras, el IAE y otros impuestos que afectan al inmueble? En cuanto a las normas de regulación que señalaba sería conveniente que también se prohibiera cualquier regularización fiscal en el futuro por culpa de una interpretación errónea en la contabilización de la condonación de los alquileres. |