

## El mundo a los pies de Amazon

*La crisis sanitaria está dando la puntilla a un modelo de mercado en decadencia: la venta física. Walmart, una compañía emblemática durante dos décadas sucumbe día tras día al imperio de Amazon. En España El Corte Inglés no puede luchar contra el gigante de internet y transforma su modelo de negocio. Mientras tanto las bolsas se pliegan al nuevo rey haciendo crecer su valor día tras día, haciendo que valga ya vas de 1,5 billones de dólares, algo impensable hace no mucho tiempo, sobre todo porque la compañía ni existía.*



por Miguel Ángel Temprano  
CEO Orfeo Capital  
Julio 16, 2020

⌚ Tiempo de Lectura. 6:25 min

Ayer tenía la ocasión de ver en la televisión una entrevista al actual CEO de Walmart. Si no fuese porque debe ser millonario diría que me daba hasta pena. El CEO de Walmart era, literalmente, un alma en pena. Estaba desde su casa en Arkansas contándonos los problemas que la pandemia le estaba ocasionando a su empresa.

Para aquellos que no la conozcan Walmart sería como un Inditex, pero caído en desgracia. Como Inditex, porque sus orígenes son similares, pero por nada más. Bueno, salvando las bromas, Walmart es el padre del concepto de Mall, o centro comercial, como por estos lares los denominamos. Es complicado moverse por los EE.UU. y no toparse con uno de ellos. De hecho, El Corte Inglés no es más que una copia del concepto de Walmart.

Quizá un purista me diga que estoy equivocado y que un Mall es algo más amplio, que incluye más tiendas, y estará en lo cierto, pero el concepto de gran superficie lo crean ellos. Crean el concepto de establecer una grandísima superficie, pero fuera de los grandes núcleos urbanos. Un lugar donde se vende de todo y que se rodea en el mismo espacio de otros negocios satélites, más o menos grandes. En una frase, es el concepto primigenio del gran consumo centralizado.

***“Walmart es el padre del modelo de Mall que inunda el mercado y que ha sido el centro de experimentos de las técnicas masivas de venta presencial”.***

En ellos se han experimentado y desarrollado las técnicas de ventas en masa, por ejemplo cómo debe ser el olor en la tienda para estimular las

ventas o el volumen de la música ambiental para incentivar el movimiento.

En ellos se ha estudiado e implementado el posicionamiento de los productos en los lineales como incentivo de venta. Y en ellos se han estudiado temas fisiológicos humanos relacionados con la compra, como es la segregación de dopamina en respuesta a la satisfacción que produce el comprar.

Walmart ha sido tan importante que ha ocupado durante más de dos décadas un puesto destacado en la *Champions League* de las grandes compañías mundiales, siendo una de las cinco compañías más grandes del mundo por capitalización bursátil. Pero un buen día llegó alguien con la intención de vender libros en Internet, pero que en no mucho tiempo descubrió que podía vender no solo libros sino TODO por Internet, y se quedó con la tarta.

Amazon no solo ha expulsado del mercado a Walmart, y por ende y antes que a este, a otros muchos más pequeños, sino que ha conseguido que el mercado decida de manera tácita que se va a quedar no solo con la tarta sino con la pastelería entera.

***“El mundo ya descuenta que Amazon no será el rey del mercado on-line, sino que controlará el consumo”.***

Todos los españoles recordarán los anuncios de El Corte Inglés: campañas intensivas en inversión publicitaria que siempre utilizaban a modelos internacionales. Pero ninguno recordará un solo anuncio del negocio de venta online de Amazon, sencillamente porque no existen, y no existen porque no los necesitan.

Hay un refrán español que dice que el dinero llama al dinero, y debería haber otro que dijera que la suerte llama a la suerte, aunque solo sea válido para alguno, y en este caso para Amazon.

El negocio de Amazon se divide entre los servicios en la nube y la venta online. Justamente los dos negocios que han demostrado que la pandemia, lejos de venirles mal, ha sido como si les tocara la lotería. Todos los sistemas de videoconferencia, tan implementados estos meses atrás, o el teletrabajo mediante los sistemas de SaaS, deben alojarse en servidores de confianza que aporten estabilidad y fiabilidad. Y aquí los mejores son los de Amazon. Y en esto todo el mundo coincide que ha llegado para quedarse.

***“La crisis sanitaria a la mayoría le ha sentado muy mal, pero a Amazon no solo no le ha sentado mal, sino que la ha engrandecido”***

Contra menos desplazamientos - cortos a la oficina o largos a otros lugares que necesiten usar coche, tren o avión, ya bien sea por la crisis sanitaria o porque el teletrabajo se ha impuesto - más consumo de Internet se hará y por tanto más necesidad de servidores habrá. Y aquí el ganador es Amazon. Cada vez que pedimos que los desplazamientos se acorten para mejorar el medio ambiente, le estamos haciendo el trabajo publicitario a Amazon.

¿Y qué decir del negocio online? El ecommerce no era un negocio incipiente, era una modalidad imperativa de venta en cualquier negocio que pretendiera sobrevivir.

Me recuerdo hace no muchos años diciendo que si querías algo el lugar donde debías ir a buscarlo era a El Corte Inglés. Allí el servicio era exquisito. Llevaron hasta el final la expresión de “el cliente siempre tiene la razón”. Yo iba a El Corte Inglés al menos una vez a la semana, porque cuando no quería pensar donde encontrar una cosa me iba a allí, ya que si no encontraba lo que buscaba, encontraba su prima hermana. Todo eso ha quedado obsoleto. Y lo ha dejado obsoleto Amazon.

Ahora puedo encontrar lo que busco, pero exactamente lo que busco, aunque no sepa ni

como se llama. Pero ya no en El Corte Inglés sino en Amazon.

Hace escasamente tres años me encontraba en la caja de El Corte Inglés pagando unos vasos, cuando una señora de edad avanzada le preguntaba sobre una bolsa para una aspiradora al vendedor. Este le decía que lo sentía, que ellos ya no disponían de ese modelo por estar un poco obsoleto, pero que, seguro que en Amazon lo encontraba, porque ahí se encontraba de todo. Independientemente de lo poco acertado, comercialmente hablando, de la actitud del vendedor, qué razón tenía. Amazon a condenado a El Corte Inglés a ser un alquilador de espacios, más que un centro de venta multiproducto.

Y volviendo al principio, ya ningún o casi ningún cliente de Walmart sale en busca de un producto a alguna de las 11.000 tiendas distribuidas en 28 países. No, se conecta a Internet.

Es por esto por lo que la lucha ya no está en tener una gran tienda o en que esta esté cerca del consumidor. La lucha está en un sitio más difícil: Estar a un clic de distancia en el móvil.

Pero mientras que Walmart tiene que mantener una ingente plantilla en miles de locales con todo tipo de problemas, Amazon puede emplear todos sus recursos en mejorar su proceso de venta online.

***“Una explicación a su constante revaloración bursátil hay que encontrarla en que día a día sus competidores desaparecen, mientras que ella se hace más fuerte.”***

No sé cuanto ayudará directamente a Amazon que la pandemia no mejore, pero puedo asegurar que cada día que pasa clarifica más el bosque, porque caen árboles pequeños y grandes, y es aquí donde podemos encontrar una explicación razonable a que la acción suba y suba a pesar de que los datos sanitarios son cada día peores, y esto además en el mercado que supone para ellos el 68% de su negocio, EE.UU. Amazon ya vale cinco veces más que Walmart, a pesar, en comparación a esta, de tener unos activos simbólicos.



ORFEO  
CAPITAL

La columna de

*Miguel Ángel*

