

## Comerç local, comerç global

*«Una bona experiència de consum atrau més clients potencials que ahora es fa interessant a ulls de les empreses perquè ofereixin la seva selecció»*

**Fa més de mig any de l'aprovació de l'estat d'alarma** i del confinament que va obligar a moltes empreses i petits comerços a baixar la persiana durant dos mesos. Després de la paulatina reobertura, desorganitzada i descompassada, les PIMES afrontaven una crisi de liquiditat que podia derivar en una crisi de solvència per totes aquelles que mantinguessin els ingressos al ralenti o no tinguessin suficient pulmó financer per mantenir la persiana oberta, ja que segons un estudi de JP Morgan, aquests negocis tenen, de mitjana, una liquiditat per estar un màxim de 27 dies tancats. Aquestes dades s'agreugen en el sector de la restauració (16 dies) o del comerç minorista (18 dies). Ara ja fa unes setmanes el Govern va decretar el tancament dels restaurants sumat al toca de queda que els dificulta, encara més, la supervivència.

**En aquest context, moltes institucions públiques** es van abocar a fer crides a compres de proximitat i altres agents socials van apedregar el comerç electrònic sota dos arguments tan falsos com contrastables. En primer lloc, fent referència a una suposada competència deslleial durant la pandèmia, com si alguna llei o institució privés als comerciants a obrir un nou canal de distribució que reunís les condicions sanitàries fixades en temps de pandèmia, més enllà de la burocràcia habitual. En aquesta línia i a tall d'exemple, el govern francès va obligar, primer, a tancar tots els centres logístics d'Amazon malgrat adoptar-se més de 150 nous processos als magatzems i, posteriorment, a reduir el rang de productes a essencials. En segona instància, el mantra que destrueixen llocs de treball, quan darrera una compra per internet hi ha programadors, equips logístics i personal de compres, entre d'altres.

**La pandèmia ens va agafar desprevinguts a nivell sanitari** però també a nivell econòmic i tecnològic en els àmbits públic i privat. A l'Estat, el 70% de les empreses disposa de connexió a internet i el 60% utilitza ordinadors connectats amb finalitats empresarials, segons l'INE. A Catalunya, segons el Consorci de Comerç de Catalunya, el 25% de les empreses tenen oberta una botiga online i només el 5% utilitzen plataformes per vendre, com ara Fnac, Mediamarkt o Amazon. Per contra, la penetració de mercat d'aquest canal a Espanya (58%) està a la cua d'Europa (63%) i lluny de països com Alemanya (78%) o el Regne Unit (87%). Malgrat aquestes dades, la quota de mercat s'ha doblat en un any fins a arribar al 3.6%, i el 56% de la població assegura que comprarà més per internet després del confinament, segons un estudi d'EAE. Per entendre aquestes dades cal desgranar el funcionament de l'e-commerce, que té el client al centre de les seves operacions.

**Una bona experiència de consum atrau més clients** potencials que ahora es fa interessant a ulls de les empreses perquè ofereixin la seva selecció. Això permet aprofitar les economies d'escala i reduir l'estructura de costos que finalment acaba revertint en preus més baixos pels clients i un millor servei (major disponibilitat i ràpides). Per comprendre aquest funcionament s'han de buscar models híbrids entre les campanyes marquetinianes, per tal de fomentar la compra de proximitat i l'acompanyament cap a la digitalització de les companyies petites i locals, que tenen tant a oferir als més de 10 milions de persones que cada més compren per internet a Espanya perquè no hi ha client online i client offline entesos com a dos subjectes dissociables, sinó client omnicanal.

**Toca posar-se el mono de treball**, arremangar-se les mànigues i començar a construir un comerç multicanal, pioner i actualitzat que pugui fer front als reptes del segle XXI. Durant anys el legislador ha posat massa pals a les rodes del desenvolupament pel temor al canvi, però aquest canvi és més necessari que mai. Cal que les institucions treballin i deixin treballar en aquesta línia amb una visió a llarg plaç i amb iniciatives que afavoreixin la transformació digital.

