

EUA VENTAS BAJAN, AMAZON SUBE

por GCRETAILINDETAIL.COM

prospecta

Los estadounidenses gastaron más en julio que en junio. Compraron muebles y automóviles y salieron a bares y restaurantes, según el último informe del Gobierno.

Los estadounidenses gastaron más en julio que en junio. Compraron muebles y automóviles y salieron a bares y restaurantes, según el último informe del Gobierno. Esa es la buena noticia.

Sin embargo, varias cadenas minoristas de renombre atraviesan una racha difícil. Esta semana Macy's y Kohl's reportaron ventas y ganancias que incumplieron las expectativas. También emitieron previsiones a futuro decepcionantes. Y sus acciones se hundieron.

El CEO de Macy's Terry Lundgren dijo el miércoles que "durante el primer semestre del año, la demanda total de los consumidores fue limitada." Lundgren señaló que la fortaleza del dólar continúa afectando a la empresa porque los turistas están gastando menos en algunas de las tiendas insignia de la compañía.

Por su parte, el CEO de Kohl's, Kevin Mansell, explicó que sus ventas estuvieron por debajo de las estimaciones porque algunos estados han aplazado los días libres de impuestos (denominados tax-free holidays, por cuanto eximen del pago del impuesto sobre ventas) de julio a agosto.

Las promociones libres de impuestos son populares al final del verano, en la temporada del regreso a la escuela. Pero esto parece más una excusa. Si las ventas simplemente se pasaron de un trimestre a otro, entonces ¿por qué tuvo que reducir Kohl's su pronóstico de ganancias para todo el año?

Entonces, ¿a quién le está yendo bien en este escenario? Parece que a Amazon. La empresa organizó el mes pasado una jornada de descuentos para los miembros de su programa Amazon Prime, el Prime Day.

Aunque muchos compradores se burlaron de Amazon en las redes sociales porque por sus rebajas mediocres, Amazon registró una importante alza en las ventas en el Prime Day. Y parece que hay evidencia de ello en el informe gubernamental sobre las ventas minoristas en julio.

Las cifras de la Oficina del Censo mostraron que las ventas en tiendas departamentales cayeron 0.8% en julio respecto al mes anterior. Y cayeron 2.7% respecto al año anterior.

Pero los "minoristas sin tienda física" (nonstore retailers), una amplia categoría que abarca los catálogos de venta por correo, los infomerciales, los vendedores de puerta a puerta y también el comercio electrónico, tuvieron un soberbio desempeño. Las ventas de estos minoristas sin tienda subieron 1.5% respecto a junio y 6% respecto al año anterior.

El Gobierno no desglosa en el informe las ventas generadas por cada uno de esos canales (así que desconocemos las que se hicieron por Internet). Tampoco informa el desempeño de empresas particulares. Sin embargo, parece razonable pensar que Amazon fue un factor importante detrás del aumento de las ventas en los canales 'nonstore.'

En otra categoría del sector minorista en la que participa Amazon, la electrónica, las empresas también están teniendo dificultades. Las ventas en las tiendas de electrónica y electrodomésticos cayeron 1.2% respecto a junio y bajaron 2.5% respecto a julio de 2014.

Así que los minoristas tradicionales tienen que intensificar su juego en el espacio móvil y en Internet para competir más eficazmente con Amazon. "Los minoristas tienen que adoptar la tecnología como una forma de conectarse mejor con sus clientes.

Los compradores de hoy quieren adquirir productos desde sus dispositivos digitales en cuestión de segundos, sin importar en qué parte del mundo estén", dijo Dan Wagner, CEO de Powa Technologies, una startup británica de comercio móvil valorada en 2,700 millones de dólares. Walmart y Target están esforzándose en esa batalla, pero van a tener que porfiar. Y un vistazo a las últimas cotizaciones bursátiles de Amazon, Walmart y Target muestra que Wall Street está apostando en Amazon.