

REINVENTARSE O MORIR

Reinventarse o morir: el sector *retail* busca ofrecer valor a través de la tecnología para hacer frente la amenaza de cierre masivo de tiendas físicas. Estados Unidos batió en 2018 el récord de cierre de tiendas físicas debido, en parte, al empuje de Amazon y a ese cambio de paradigma que originó su modelo de negocio.

El sector *retail* en España, habitualmente espejo tardío de lo que ocurre al otro lado del Atlántico, busca encontrar soluciones a esta amenaza y, en este sentido, empresas como Supertech, *startup* española que basa su modelo de éxito en proporcionar una tecnología que permite a los *retailers* entregar productos a domicilio en una hora y maximizar los recursos existentes en la tienda física, ofrece algunas claves a los detallistas para renovarse y crecer frente a esta amenaza real de cierre.

El pez grande se come al pequeño, que no tiene elementos para competir y acaba tirando la toalla y cerrando. Esta historia triste de *retailers* pequeños y medianos ya puede tener otro final. Y es que la digitalización, un buen servicio de e-commerce para el cliente o el 'same day delivery' son aspectos clave para cambiar ese guion con final triste por uno feliz, donde puedan además competir casi en igualdad de condiciones con los gigantes.

La democratización de la tecnología, la simplificación de los procesos de compra, las entregas rápidas y la reducción de los costes logísticos son las muy competitivas herramientas que permiten a cualquier detallista ofrecer al usuario una experiencia de compra y personalización única que satisfaga sus crecientes expectativas. Darse cuenta de esa necesidad y actuar es la clave para que España no acabe reflejando los datos preocupantes de Estados Unidos, donde, como decíamos en la entrada, en 2018 se superó la marca de clausuras de tiendas físicas o *brick&mortar* stores, como las llaman allí.

En este sentido, empresas como Supertech, que ha desarrollado una herramienta tecnológica que permite a los *retailers* entregar los pedidos en solo una hora de forma eficaz, además de aprovechar los recursos existentes en la tienda física, facilitan a *retailers* pequeños, medianos o grandes la capacidad, no solo de mantenerse con vida, sino además de aumentar sus ventas gracias a la omnicanalidad.



Juan Rivero

Digitalizar una empresa ya no es solamente tener una web, aspecto en el que casi todas las pymes ya han invertido, sino que hoy es más necesario que nunca tener una tienda virtual, una plataforma de compra. Y, en este sentido, solo el 19,7% de las pymes españolas cuentan con una plataforma de e-commerce, según el informe Análisis estratégico para el Desarrollo de la Pyme en España: unos datos todavía muy pobres.

Para Juan Rivero, CEO de Supertech, “los *retailers* deben darse cuenta de que han de ofrecer valor a sus clientes para fidelizarlos. Y este valor ya no es suficiente con una web... ni siquiera con una plataforma de e-commerce. Ese valor hoy se juega en aspectos como la rapidez de entrega o la optimización de los recursos de la tienda-almacén, ya que el usuario cada vez es más exigente. Esta situación no

tiene por qué chocar con unos gastos excesivos, ya que la tecnología que, por ejemplo ofrecemos nosotros, no tiene un coste muy elevado y sí un retorno de inversión (ROI) altísimo para los *retailers*.”

La *startup* española Supertech desarrolla esta tecnología desde hace cuatro años, momento en el que detectó esta necesidad, esa amenaza que llegaba poco a poco también a España. Hoy ya confían en ella empresas como Estrella Galicia, Sánchez Romero o partners estratégicos como Telefónica o Microsoft y animan a los detallistas a “no perder de vista que la digitalización, lejos de ser una amenaza, puede ser el arma democratizadora que nos lleve a lograr las más altas cotas en nuestro negocio”, sentencia Rivero.

www.supertech.delivery