

¿Oscuro Black Friday se avecina para las tiendas físicas?

Por primera vez en la historia, más consumidores piensan realizar sus compras en las tiendas en línea, lo que desprotege a los minoristas que carecen de esos sistemas.

Jueves, 23 de noviembre de 2017 a las 12:10 PM

ESTADOS UNIDOS (CNNMoney) -

Esta podría ser una temporada de compras navideñas para algunos de los minoristas de Estados Unidos.

Las condiciones económicas en ese país son buenas: el desempleo es el más bajo que ha habido en 17 años, el crédito es barato y fácilmente disponible. Se espera que los compradores gasten más que nunca.

La pregunta es dónde lo harán.

Una encuesta realizada por la Federación Nacional de Minoristas encontró que el 59% de los compradores estadounidenses planean comprar en línea este año, siendo la primera vez que la opción en línea es la más popular para los consumidores. Por primera ocasión, más personas dicen que planean comprar en línea que en las grandes cadenas como Walmart o Target.

"La temporada de vacaciones siempre es importante, pero este año es más importante que nunca", dijo Robert Schulz, el principal analista de crédito para el sector minorista de Standard & Poors

Él espera un fuerte gasto en esta temporada de vacaciones, pero advierte que no se traducirá necesariamente en buenas noticias para los minoristas tradicionales.

"Los grandes almacenes están luchando para demostrar que todavía son relevantes", dijo.

Ya se ha anunciado un número récord de cierres de tiendas: 6,735, este año. Eso es más del triple que en 2016, según Fung Global Retail and Technology.

Y ha habido 620 quiebras en el sector en lo que va del año, según BankruptcyData.com, un 31% más que en el mismo período del año pasado.

En esa lista han destacado nombres como Toys R Us, Gymboree, Payless Shoes y RadioShack, mientras que Sears Holdings, propietaria de las icónicas cadenas de Sears y Kmart, ha advertido que hay "dudas sustanciales" de que pueda permanecer en el negocio.

Incluso si todas las marcas minoristas con problemas llegan a la temporada de fiestas de 2018, hay muchas posibilidades de que algunas de sus tiendas no lo hagan. El cierre de tiendas se incrementará el próximo año a aproximadamente 9,000 a medida que los minoristas cambien su inversión a línea, dice Michael Dart, socio de AT Kearney y autor de *Retail's Seismic Shift*.

"Incluso aquellos minoristas que han sobrevivido razonablemente bien están racionalizando su estructura de costos y cerrando tiendas", dijo.

El hecho es que este apocalipsis minorista está sucediendo con una economía fuerte. Algunos expertos dicen que si la economía encuentra incluso un pequeño bache en el camino, las cosas podrían ir rápidamente de mal en peor para los minoristas que luchan.

"Estamos en un período en el que hay cierto margen de maniobra para ciertos jugadores que una economía más difícil" pondría en riesgo, dijo Leon Nicholas, analista de Kantar Retail. "Cualquier tipo de desaceleración económica o incluso un tic-tac en las tasas de interés, y su deuda se vuelve insostenible".

Los grupos que representan a los minoristas dicen que la mayoría de sus miembros están haciendo los cambios que necesitan para sobrevivir a largo plazo.

"No hay duda de que la industria minorista está pasando por una transformación sorprendente", dijo Ellen Davis, vicepresidenta senior de investigación de la Federación Nacional de Minoristas. "Pero nueve de los 10 principales minoristas de web tienen sus propias tiendas de ladrillo y cemento. Necesitará ambos para satisfacer a los clientes de hoy".

E incluso con todos los cierres de tiendas, hay nuevos minoristas que esperan mudarse a gran parte del espacio que se abre, según Tom McGee, CEO del Centro Internacional de Centros Comerciales.

"Las tasas de ocupación son más del 90%. Lo que eso dice es que está siendo llenado por nuevos tipos de minoristas", dijo McGee. "Creo que los centros comerciales estarán muy concurridos este fin de semana".

Pero las compras en línea están acelerando el ritmo del cambio en la industria, según los expertos, lo que significa que una mala temporada festiva podría ser suficiente para matar a un minorista que podría haber sobrevivido a un mal año en el pasado.

"Con la velocidad del cambio ahora comprimida, eso hace que esta temporada de compras navideñas sea la más importante que hemos visto", dijo Mike Kim, jefe de análisis minorista de la consultora AArete.