

Meridiano.mx (

Covid-19 está acelerando el cambio estructural del retail en Europa y Estados Unidos

El retail en Europa y Estados Unidos puede caer hasta un 30 por ciento a finales de 2020, pero las compras en Internet pueden ser una opción de negocio

La **industria del retail** lucha por adaptarse a la **nueva normalidad** a medida que crecen las presiones sobre los márgenes. Desde la propagación de la **pandemia de Covid-19** originada en **China** a finales de 2019, se ha hecho presente un cambio constante dentro del **comercio minorista** en **Estados Unidos** y **Europa**, donde miles de empresas están luchando por seguir con sus operaciones. Los **ingresos operativos** en estas regiones del mundo podrían caer entre un 25 y 30 por ciento en 2020, según datos de la calificadora **Moody's**.

La **Oficina de Análisis Económico** del **Departamento de Comercio** de Estados Unidos, informó que las **ventas en línea aumentaron un 25 por ciento** durante el segundo trimestre de 2020, demostrando que el retail no solo vio un aumento en las compras a través de Internet, sino también **atrajo nuevos clientes a sus marcas de forma digital**. Antes de la **emergencia sanitaria**, los minoristas ya estaban comenzando a extraer datos de clientes y **personalizar las interacciones**, ahora la **publicidad personalizada** se ha convertido en una herramienta para mitigar la presión sobre los márgenes operativos. Las empresas están **ajustando el marketing para utilizar dólares**

David Beadle, *senior credit officer* en **Corporate Finance Group**, afirmó durante un podcast para **Moody's**: "*La pandemia de coronavirus trajo consigo una aceleración no calculada por los especialistas en el retail, donde en los meses más recientes sufrió un cambio significativo en el mercado*". Además, Beadle subrayó que el comercio minorista, especialmente en Estados Unidos y Europa, está respondiendo a los grandes cambios, afrontando el **cambio acelerado** de los consumidores online al mejorar los **servicios en línea** de cara al último trimestre de 2020.

Ante esta situación, muchos minoristas comenzaron a calcular las implicaciones de este panorama incierto con el objetivo de **acelerar sus números** y **encontrar una rentabilidad** al año pasado. La calificadora, aseguró que **llevará un mínimo de dos años** antes de que la industria del retail en Estados Unidos y Europa puedan regresar a sus niveles operativos de 2019, incluso cuando el crecimiento regrese en 2021.

Por ahora, la **industria del retail enfrenta grandes retos con la llegada del Covid-19**, entre ellos un **cambio en los hábitos** del consumidor, que después de las medidas de sana distancia dictadas por las autoridades sanitarias comenzaron a adoptar al **comercio electrónico como una alternativa más de compras**. El auge de las ventas en línea continuará convirtiéndose en la principal opción para los usuarios no solo en **Estados Unidos y Europa**, sino alrededor del mundo.