

# El Covid-19 acelera la disrupción: ¿Qué sectores podrían salir reforzados en el futuro?

## Episodio I: Comercio Electrónico

19 de marzo de 2020



Sin duda, el Covid-19, conocido popularmente como coronavirus, va a tener un impacto en la sociedad a futuro una vez que se consiga erradicarlo o, al menos, controlarlo. El grado de afectación en la vida diaria de millones de personas, fruto de las fuertes medidas de contención aplicadas por la mayoría de gobiernos en todo mundo, quedará marcado en la retina de la sociedad durante una larga temporada, en algunos casos, y de manera indefinida, desafortunadamente en otros. Desde Caja de Ingenieros Gestión queremos tratar de discernir cuáles serán los efectos a medio y largo plazo con el objetivo de anticiparnos a los cambios temporales y, sobre todo, a los cambios estructurales que puedan producirse, con el objetivo de posicionar los vehículos de la mejor manera posible. Merece la pena resaltar que no existen otros casos similares al actual en la historia reciente de la humanidad, por lo que no es posible extrapolar situaciones anteriores y aplicarlas a las condiciones actuales.

En esta primera nota especial hablaremos sobre el impacto que el coronavirus pueda tener en el comercio electrónico. Para ello, es necesario recalcar que la principal medida para frenar el avance del virus, sobre la cual pivotan todas las acciones llevadas a cabo, es el distanciamiento social o, dicho de otra manera, la evitación del contacto cercano entre personas con el objetivo de prevenir tanto el contagio como la infección a terceras personas.

En este sentido, según una encuesta de YouGov realizada el 3 de marzo de 2020, el 85% de los usuarios de internet en China y el 83% de los de Hong Kong afirmaron que habían evitado los lugares públicos abarrotados en las últimas dos semanas. Lo mismo está sucediendo a día de hoy en el resto de países a medida que el coronavirus se expande y, como consecuencia, se están produciendo cambios drásticos en la rutina diaria de la población. La realidad es que los centros comerciales y las tiendas físicas de buena parte de Asia, Occidente y del resto del mundo permanecen prácticamente vacías o cerradas. Sin embargo, ciertas necesidades de consumo del ser humano permanecen: desde productos de primera necesidad hasta monitores de ordenador debido al auge del teletrabajo.

Hasta el momento, las compras en tienda física todavía representan la mayor parte del total, si bien el comercio online viene ganando terreno a pasos agigantados. Así, según Statista, la cuota mundial del mercado electrónico sobre el total de ventas minoristas alcanza el 14,1% a cierre de 2019 y se espera que aumente hasta el 22% en el año 2023. Como se podría esperar, la penetración es mayor en economías desarrolladas si bien China es la excepción, contando con una de las mayores cuotas de todos los países debido a factores idiosincráticos (el comercio minorista no llegó a desarrollarse ampliamente como en el resto de países). No obstante, los países emergentes están acelerando su adopción a medida que se eliminan fricciones críticas entre comercio, logística y métodos de pago.

En Caja de Ingenieros Gestión pensamos que el cambio forzado en el hábito de compra, desde *offline* (tienda física) hasta *online* (plataformas electrónicas), acelerará la migración y que buena parte de los nuevos compradores por internet permanecerán una vez que la crisis del coronavirus se supere. En este sentido, cabe destacar que las personas mayores son el grupo de población con una tasa de mortalidad más elevada en caso de contagio -además, con gran diferencia con respecto al resto de la población- y, por tanto, es probable que estos alteren especialmente su comportamiento. Ello podría significar una mayor adopción del comercio electrónico en este segmento de la población, muy reacia a la compra de productos por vía de plataformas digitales.

Desde una óptica empresarial, a finales de febrero el gigante del comercio online Alibaba comentó que las transacciones se habían más que triplicado en las últimas semanas. En Occidente, Amazon anunció la contratación de más de 100.000 empleados adicionales a tiempo completo y parcial para manejar el aumento de la demanda causado por la crisis del coronavirus.

Aquellas plataformas que cuenten con una red de distribución sólida y/o integrada saldrán especialmente reforzadas. En este sentido, el minorista chino JD.com espera que su cadena logística auto-operada impulse su modelo de negocio, ya que pronostica un crecimiento de ventas de dos dígitos para el primer trimestre del 2020.

Por último, creemos que las compañías de comercio electrónico más importantes del mundo disfrutaron de la mejor ventaja competitiva: el efecto red. Una vez que el modelo de negocio consigue operar con la escala suficiente, el hecho de disponer de un número elevado de comercios que venden sus productos en la plataforma atrae a un mayor número de compradores que se benefician de una mayor oferta y facilidad en la comparativa de precios. Cuantos más consumidores transaccionando en la plataforma, más vendedores se unirán a la misma, iniciando un ciclo retroactivo que hace muy difícil a los competidores poder competir. Adicionalmente, las compañías se benefician de negocios satélites como, por ejemplo, los pagos electrónicos o la infraestructura de datos y que, eventualmente, se pueden monetizar en un futuro.

Como con todos los eventos coyunturales, el impacto negativo en las ventas de determinados productos o en las cadenas logísticas será temporal mientras que los beneficios de la aceleración en la tendencia del comercio electrónico permanecerán. Por todo ello, prevemos que las grandes compañías especializadas serán las que saldrán más reforzadas una vez que la crisis del Covid-19 se supere.

## DISCLAIMER

El informe se ha realizado con la finalidad de proporcionar a los inversores información general sobre valores e instrumentos financieros, a la fecha de emisión del mismo, y está sujeto a cambios sin previo aviso. La información se proporciona basándose en fuentes consideradas como fiables, si bien, CAJA INGENIEROS GESTION no garantiza ni se responsabiliza de la seguridad de las mismas.

Es posible que la información pueda referirse a productos, operaciones o servicios de inversión respecto de los cuales exista información adicional en documentación separada, incluyendo el documento de información fundamental para el inversor y el folleto completo. Se recomienda leer dichos documentos para poder tomar una decisión fundada sobre la conveniencia de invertir en dichos productos. Puede solicitar dicha documentación a su gerente personal, en cualquier oficina de Caja de Ingenieros, en [www.caja-ingenieros.es](http://www.caja-ingenieros.es) o en [www.cnmv.es](http://www.cnmv.es).

El contenido de los informes en ningún caso constituye una oferta o recomendación de compra o venta de ningún producto o instrumento financiero. El inversor debe ser consciente de que los valores e instrumentos financieros a que se refieren pueden no ser adecuados a sus objetivos concretos de inversión, por lo que el inversor debe adoptar sus propias decisiones de inversión. A tal efecto, CAJA INGENIEROS GESTION, S.A.U. en su condición de emisor del informe, así como de CAIXA DE CRÈDIT DELS ENGINYERS-CAJA DE CRÈDITO DE LOS INGENIEROS, S. COOP. DE CREDITO, en su condición de comercializador, no se hacen responsables del mal uso que se haga de esta información ni de los perjuicios que pueda sufrir el inversor que formalice operaciones tomando como referencia las valoraciones y opiniones recogidas en los informes. El inversor debe, asimismo, tener en cuenta que la evolución pasada de los valores o instrumentos o los resultados históricos de las inversiones, no garantizan la evolución o resultados futuros.

©Queda prohibida la reproducción, duplicación, redistribución y/o comercialización, total o parcial, de los contenidos de este documento, ni aun citando las fuentes, salvo con consentimiento previo por escrito de CAJA INGENIEROS GESTION, SGIIC, SAU. All rights reserved.