

BOLETÍN DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

Oficina Comercial del Ecuador en Seúl

“EL COVID-19 GENERA EXPLOSIVO CRECIMIENTO DE CANAL DE DISTRIBUCION Y SURCOREA MUESTRA AL CONSUMIDOR ONLINE DEL SIGLO XXI.”

INTRODUCCIÓN:

Corea del Sur fue uno de los primeros países en ser afectados por la pandemia del COVID-19, que se originó en China; la respuesta ante la afectación fue inmediata y de excelente resultado para contener la crisis sanitaria y sin descuidar la



consecutiva crisis económica, que afecta al país surcoreano, así como a todas las economías del mundo; esta respuesta eficaz y eficiente, es ahora replicada y estudiada por varios países que analizan lo que acontece en Corea, en varios aspectos relacionados; entre ellos, el cambio que se presenta en los canales de distribución y de abastecimiento, sumado al cambio en el comportamiento del consumidor adaptándose a la crisis sanitaria.

DESARROLLO:

El embate de la pandemia ha puesto a prueba las distintas estructuras; entre ellas de salubridad, comunicación, económicas y políticas de los distintos países; Corea del Sur se ha destacado por la disciplina de su comunidad y coordinaciones acertadas de los distintos organismos de gobierno para aplacar los efectos de la actual crisis.

Este país, depende en mayor medida de las exportaciones de bienes de consumo con alto grado de elaboración, como automóviles, electrodomésticos y equipos electrónicos, cuyas cifras fueron estables hasta febrero de 2020; eventualmente se preveía que las exportaciones podrían ser afectadas por una baja en el consumo del mundo, tal como sucedió. Era indispensable poner la mayor atención en contener la infección con el objeto que el consumo interno local no se estancara también y poder sostenerla en el corto plazo, evitando que la economía colapse.

Antes de la crisis sanitaria, el canal de distribución de alimentos y bienes de consumo a través de compras online y marketplaces, era un canal que competía como un contrincante pequeño ante la cadena principal de distribución como supermercados y grandes tiendas. En la actualidad, las tiendas online como COUPANG y G-MARKET han registrado incrementos en sus ventas de más de 30% en comparación con el total vendido en el año 2019, únicamente considerando las ventas entre enero y abril de 2020.



El público consumidor de estos canales de despacho a domicilio, valora más el tiempo que gana, al no tener que ir a un supermercado y hacer filas para poder obtener los productos. También es importante resaltar la tecnología e innovación en el sector; desde centros de

despacho y selección de empaque que cuentan con sofisticados sistemas y softwares para acelerar las líneas de preparación de pedidos y poder cargar los vehículos, que en su totalidad cuentan con GPS y sus conductores están completamente familiarizados con el uso de tecnología a través de las distintas aplicaciones en celulares de última generación.

Esto no implica que este canal sea más costoso que el canal comercial habitual, todo lo contrario, el uso de tecnología, permite prescindir de arriendos de grandes tiendas y personal para venta y atención, ya que todo se realiza a través de las aplicaciones para celulares o los websites.

Antes del incremento acelerado en la demanda de este servicio, una de sus características principales era que, una vez hecho el pedido, dependiendo del stock de los productos, el despacho podría ser realizado durante el transcurso de la noche y encontrarse el pedido en cajas, en la puerta del domicilio (usado en su mayoría por departamentos).



Ahora que la demanda aumentó exponencialmente, la demora en la entrega es de dos días de atraso en promedio. Además, se han tomado precauciones para que el personal que despacha, tanto conductores de camiones pequeños como de

motocicletas, cuentan con todos los implementos de cuidado como mascarillas, guantes, desinfectantes, facilitados por las propias empresas.

Las principales cadenas de supermercado han realizado fuertes modificaciones a sus estructuras, adquiriendo empresas completas de delivery para el consumidor final, para estar en corto plazo en competencia con las tiendas online y la oferta publicitaria se ha intensificado, en redes sociales como Instagram y Kakaotalk o Naver, que son las más usadas por el público coreano.

El éxito de este canal de distribución y su aporte a la economía, radica en que el consumidor no ha reducido drásticamente el nivel de consumo de productos y bienes como alimentos y otros; temerosos de las grandes aglomeraciones y ante la estadía en casa por largos periodos con toda la familia, puesto que los menores no asisten a clases en los establecimientos aún y varios están haciendo teletrabajo todavía; lo cual deja prever que el uso de este canal para consumo, seguirá en crecimiento aunque la crisis sanitaria se resuelva en un futuro.

CONCLUSIÓN:

- La venta a través de tiendas online y despacho a domicilio, no solo es la forma en que Corea a logrado evitar un descenso importante en el consumo interno del país, sino que es el establecimiento de la cadena de consumo que usa como motores principales, la tecnología aplicada, el internet y las redes sociales; posicionándose claramente como un medio de relevancia para el accesos al mercado coreano por parte de los exportadores ecuatorianos.
- Las empresas de venta online, aumentaron su participación en los canales de distribución y consumo en todo el mundo, empresas como Amazon y Mercado Libre, han incrementado su valorización y las aplicaciones para teléfonos que ofrecen servicios de retiro y entrega a domicilio son ampliamente utilizados en la actualidad; las alianzas estratégicas para ingresar un producto ecuatoriano a Corea debe considerar este canal de distribución.
- La Oficina Comercial de Ecuador en Seúl, recomienda a los empresarios ecuatorianos desarrollar mejores páginas web, con imágenes de alta calidad, videos en inglés y el uso de redes sociales como Instagram para acceder a un público altamente intercomunicado.

BIBLIOGRAFIA:

- <http://klnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=121036>
- <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=17143969&memberNo=35002835&vType=VERTICAL>
- <http://www.seohaenews.net/news/article.html?no=81702#0BQk>

