

# Media Markt y Saturn apelan al comercio electrónico para sobrevivir a la crisis



Javier Checa 31/07/2011 (06:00h)

Ya nos lo avisaban en películas como La Rebelión de las Máquinas o Terminator: los robots van a acabar con la raza humana. Tal vez sea exagerar y tal vez éstos no sean exactamente los términos correctos; más bien cabría decir que Internet está acabando con los trabajadores. Esta semana se ha dado una puntilla más. **El grupo formado por Media Markt y Saturn ha anunciado más de 3.000 despidos** en sus divisiones europeas por la crisis de ventas que viene arrastrando en el último año. ¿El motivo? Recortar vendedores físicos y potenciar las ventas por Internet. Las máquinas vuelven a anotarse otro tanto.

Que no corren los mejores tiempos para el comercio de electrodomésticos y electrónica y para todo negocio en general no es algo nuevo. De ello dan buena fe los resultados del grupo Media-Saturn, compañía que desde 1990 agrupa a estas dos grandes empresas alemanas y es propiedad del grupo Metro AG. En lo que va de año los títulos de éste han caído un 30% y **las acciones que se compraban a 55 euros a principios de año, hoy se adquieren a poco más de 38**. El mal dato del volumen de ventas es el principal culpable de esta sangría y desde la empresa apuntan a que la debilidad del consumo ha motivado la decisión de los despidos.

La compañía ha diseñado un plan para potenciar el comercio on-line (hasta ahora sólo se vendía en grandes superficies) con el que esperan poder llegar a facturar más de 5.000 millones de euros hasta el año 2015 en toda Europa. Esta medida se toma mientras el grupo Metro AG se encuentra en pleno **proceso de expansión internacional** por países como Egipto, China o Rusia. Sin embargo, la gran amenaza sigue siendo la caída de ventas generalizada que se lleva dando a lo largo de todo el año en países como Alemania y Francia (en España, el descenso de ventas se ha producido en el primer trimestre de 2011). El mercado chino también añade nuevas trabas después de que la nueva legislación comercial del país haya establecido prohibiciones de venta de productos a precios cercanos al coste, a excepción de los alimentos.

Lo que resulta una evidencia es que en plena crisis, con unos índices de consumo por los suelos, las empresas encuentran en el comercio electrónico el salvavidas perfecto para mantener a flote su negocio. “No es que la máquina sea mejor que el hombre, es que es más barata y lógicamente la reconversión del sector apunta a un progresivo auge de las plataformas tecnológicas”, apunta Rubén Sánchez, portavoz de Facua.

“El principal valor añadido del comercio electrónico es la inmediatez aunque no siempre tiene por qué ser mejor y tampoco tiene por qué plantearse como una maniobra necesaria para afrontar el futuro por la crisis” afirma Sánchez. Sin embargo, la realidad es que Internet aprovecha sus características para conseguir rebajar el coste de los productos y **se ha convertido en el nido perfecto del low-cost**. Un ejemplo de estas empresas engendradas en la propia red son las de ofertas por cupones como Let’s Bonus que ha aumentado en apenas tres años en un 300% su plantilla en España y cuenta con tres millones y medio de usuarios fieles.

### **España se llevará la peor parte del ERE**

Los tres primeros meses del ejercicio de 2011 la cadena Media-Saturn ha visto menguar sus ventas en casi un 2,5% en países como España, Grecia, Portugal, Hungría o Polonia. El azote de la crisis se hace especialmente virulento en estos mercados y vender se convierte en toda una odisea a prueba del mejor ingenio e ideas. “Sólo el mercado ruso ha mantenido los resultados de la compañía por encima de un 6,5% de repunte en las ventas” apuntan desde la empresa.

Pese a que el Grupo Metro ha comunicado que los malos ejercicios de las tiendas Media Markt y Saturn no harán mella en sus resultados, la tensión es palpable en el ambiente y desde la compañía se invita a plantear directamente las preguntas referentes a estos despidos al jefe de comunicación corporativa del grupo, Sven Jacobsen.

Fuentes de la compañía apuntan a que la peor parte del ERE se la llevarán las divisiones de España y Portugal. Mientras tanto, reina el desencanto entre unos empleados que ya empiezan a pensar en volver contra la empresa lemas que fueron utilizados en agresivas campañas corporativas como “La avaricia os vicia” o “Yo tampoco soy tonto”.

<http://www.elconfidencial.com/economia/2011/07/31/media-markt-y-saturn-apelan-al-comercio-electronico-para-sobrevivir-a-la-crisis-82128>