

Informe Estrategia de Negocios

“Ecommerce, y el boicot a Facebook”

Autor: Javier Vicuña

Junio / 2020

Centro de

Estudios de

Estrategia

E3 Ecommerce adopta la nube pública de IBM para ayudar a las empresas a moverse a las ventas online La empresa argentina E3 Ecommerce aloja su plataforma integrada de venta online en la nube pública de IBM, expandiéndose para apoyar a las empresas locales a medida que se trasladan a un modelo de comercio en línea, especialmente durante la pandemia de Covid-19. Con más de 300 clientes en Argentina y América Latina, E3 brinda una solución que integra todo su canal de venta online, desde la creación del e-commerce, la unificación con su sistema de gestión con otros portales de revendedores, tiendas en redes sociales y Marketplaces, como también la atención a los usuarios por canales on y offline.



La situación de Covid-19 impactó en el nivel de consumo y el comportamiento de compra de las personas, lo que generó un aumento en las compras online, especialmente en las categorías de supermercados, electrónica y restaurantes. Los visitantes únicos en la categoría de supermercados han aumentado más del 260% solo desde febrero a marzo de este año, lo que hace necesario que las empresas que no están online centralicen rápidamente sus transacciones de ventas en canales virtuales. E3 Ecommerce ofrece una solución omnicanal que unifica todos los puntos de contacto con el consumidor (web, mail, mobile y social media), la estrategia de ventas y marketing, incluso la gestión de precios e inventario.

Al alojar su plataforma en la nube pública de IBM, E3 puede brindar una escalabilidad mejorada de su e-commerce para apoyar el crecimiento acelerado de las ventas de sus clientes, mientras que mantiene la seguridad necesaria, así como la flexibilidad para integrar nuevos canales de ventas o herramientas de publicidad digital. La solución ofrece un único panel de control con reglas de negocio configurables para que todos los canales -tanto online como offline- estén conectados, incluidas las tiendas oficiales, distribuidores, minoristas y los mayoristas. “Muchas empresas tuvieron que empezar a realizar ventas online de la noche a la mañana para continuar sus operaciones y entregar servicios y bienes cuando comenzó la cuarentena por Covid-19. En este período, hemos cuadruplicado el número de clientes interesados en nuestra solución de e-commerce” dijo Diego Gorischnik, CEO de E3 Ecommerce. "Nuestra plataforma, que se ejecuta en la nube pública de IBM, garantiza una solución robusta y escalable que está ayudando a muchas empresas, de todos los tamaños, a mantener su negocio en funcionamiento y, en algunos casos, incluso superar las ventas alcanzadas antes en las tiendas físicas”

**Grandes empresas se han sumado al boicot de Facebook**

La compañía que dirige Mark Zuckerberg es propietaria de Instagram y Whatsapp, además de la propia red social y el conglomerado suma hasta otras 80 compañías menos conocidas. Este boicot es parte de la campaña “Stop Hate For Profit” (No al Odio por Dinero), que exige a Facebook tomar medidas más estrictas contra el contenido racista y de odio. Facebook obtiene US$70.000 millones al año de ingresos por publicidad.

La campaña acusa a la red social de “amplificar los mensajes de los supremacistas blancos” y “permitir mensajes que incitan a la violencia”. Ben & Jerry’s, propiedad del gigante británico de bienes de consumo Unilever, tuiteó que “dejará de poner publicidad en Facebook e Instagram en Estados Unidos”. A principios de este mes, las marcas de equipamiento para actividades al aire libre The North Face, Patagonia y REI se unieron a la campaña. “De elecciones seguras a la justicia racial pasando por una pandemia global, hay mucho en juego para sentarse y dejar que la compañía siga siendo cómplice de la difusión de noticias falsas y de discursos que fomentan el miedo y el odio “, dijo uno de los tuits de Patagonia.

Desde Ben & Jerry’s dijeron que están de acuerdo con la campaña y con “todos los que han solicitado a Facebook que adopte medidas más enérgicas para evitar que sus plataformas de redes sociales se utilicen para dividir a nuestra nación, anular a los votantes, fomentar y avivar el racismo y la violencia, y socavar nuestra democracia”.

Después de la muerte de George Floyd bajo custodia policial el pasado mayo, el director ejecutivo de Ben & Jerry’s, Matthew McCarthy, dijo que “los negocios tienen que ser responsables” y poner en marcha planes para aumentar la diversidad. La plataforma independiente de trabajos Upwork y el desarrollador de software de código abierto Mozilla también se unieron a la campaña.



La campaña Stop Hate for Profit fue lanzada la semana pasada por grupos de defensa de derechos civiles, como la Liga Anti-Difamación, la Asociación Nacional para el Avance de las Personas de Color y la organización Color Of Change (El Color del Cambio). Stop Hate for Profit ha pedido a los anunciantes que presionen a la compañía para que adopte medidas más estrictas contra el contenido racista y de odio en sus plataformas al retirar la inversión en publicidad durante todo el mes de julio. Según la consultora eMarketer, Facebook es el segundo anunciante digital de Estados Unidos, por detrás de Google.

**Las profesiones más cotizadas para teletrabajar luego de la pandemia**

A medida que las compañías adoptan políticas de trabajo en remoto, hay oportunidades crecientes para que se desarrollen carreras significativas y bien remuneradas en todos los sectores.

Algunos perfiles profesionales que permiten el trabajo a distancia se encuentran entre los más demandados y, aunque parezca imposible, también entre los mejor pagados. El modelo de actividad que favorece el trabajo desde cualquier lugar abre nuevas oportunidades laborales pero también en lo que se refiere a los salarios.

La retribución de los perfiles que se demandan para trabajar en remoto ya no es la misma. Los expertos llaman a desterrar la idea de que el teletrabajo es sólo sinónimo de estafas laborales, perfiles y tareas sin valor y sueldos bajos.

A medida que las compañías adoptan políticas de trabajo en remoto, hay oportunidades crecientes para que se desarrollen carreras significativas y bien remuneradas en todos los sectores.

Antes de la pandemia, un estudio de FlexJobs identificaba alguno de estos empleos en remoto que se contaban entre los más demandados, y especificaba también su remuneración, con lo que también podemos hablar de puestos de trabajo (desde casa) más cotizados.

Entre ellos está el director de desarrollo de negocio (business developement manager), un perfil muy estratégico que se dedica a explorar fuentes de ingresos en nuevos mercados, o que se ocupa de la adquisición de empresas, del desarrollo de nuevos productos/servicios o adaptaciones de productos actuales o nuevos canales de distribución. El salario es de 130.000 euros brutos anuales. Según PayScale, su retribución es algo menor: 91.000 euros al año.

Otro perfil cotizado para el teletrabajo era antes de la pandemia el ingeniero de datos senior, sobre todo para la creación de aplicaciones de rendimiento clínico para un entorno hospitalario. Su sueldo oscila entre 105.000 y 145.000 euros anuales. Entre 115.000 y 130.000 euros anuales puede cobrar un desarrollador de currículo, mientras que el venture fund senior tax accountant percibe 106.000 euros al año. Se trata de un perfil dedicado a gestionar el cierre trimestral / anual, incluida la preparación de estados financieros y cronogramas de apoyo. También prepara o revisa auditorías, sirve de enlace con el equipo de auditoría externa y colabora con otros miembros del equipo en el seguimiento y la supervisión de la recopilación de datos de empresas de cartera privadas.

Pasados tres meses desde que comenzó la pandemia, LinkedIn ha publicado un estudio en el que concluye que las personas que buscan "trabajo remoto" crecen exponencialmente, y asegura además que en España se dispara la preferencia por un trabajo flexible.

Según LinkedIn, e han disparado por tres las visualizaciones de trabajos en remoto, en comparación con el periodo anterior al confinamiento. La investigación de LinkedIn también muestra conclusiones globales y asegura que las búsquedas de trabajo en remoto aumentaron un 60% en todo el mundo.

Por lo que se refiere a España, la red profesional asegura que las visualizaciones de trabajos en remoto en la red profesional fueron tres veces más altas, comparadas con marzo, y las solicitudes de empleo para estos roles han aumentado un 169%. Las ofertas de empleo de trabajo remoto en la plataforma son 3.82 veces más frecuentes; esto es, un incremento del 282% desde marzo, ya que debido a la pandemia global los empleadores han tenido que adaptar sus operaciones comerciales.