"TINSTAAFL" **name:**

Economic Thinking Unit 1

Key Idea: Explique cómo las elecciones han visto y no han visto resultados. (1.2)

"Siempre hay un costo asociado con el envío gratuito"

21 de diciembre de 2018 5:06 a. m. hora del este

NOEL KING, ANFITRIÓN: Las únicas dos palabras que a los compradores en línea les gusta más de la mitad son envío gratis. La investigación muestra que el envío gratuito es un gran impulsor de las compras por Internet. Pero muy pocas cosas en la vida son realmente gratis. Alguien siempre paga, incluidas las personas atrapadas en los atascos de tráfico de los camiones de reparto. David Schaper de NPR informa desde Chicago.

DAVID SCHAPER, BYLINE: Estoy en la avenida Michigan de Chicago, la Milla Magnífica, un lugar conocido por sus excelentes tiendas. Y estoy aquí para decirles que el comercio minorista tradicional aún no está completamente muerto. Muchas de las tiendas aquí están llenas de compradores que intentan comprar algunos regalos navideños de última hora.

JOSHUA GILES: Regalos de última hora para mamá, papá, hermano, hermana.

SCHAPER: Joshua Giles, de 30 años, lleva varias bolsas de compras rellenas, pero su amigo, Shawn Teasley, tiene las manos vacías.

SHAWN TEASLEY: Porque fui a Amazon anoche y compré todo en Prime. Así que actualmente está en camino. Así que estoy aquí hoy para recibir apoyo moral.

SCHAPER: Teasley hace todas sus compras navideñas en línea, y una gran razón es el envío gratuito.

TEASLEY: No compro nada, ni siquiera fuera de las vacaciones, si no es elegible para Prime. Por ejemplo, solo lo compraría si puedo conseguirlo en dos días.

SCHAPER: Y no está solo. Mariella Avilés, de 21 años, de Chicago, dice que no tener que pagar por la entrega es a menudo lo que la hace hacer clic en Comprar.

MARIELLA AVILÉS: Por lo general, si puedo obtener envío gratis, evitaré tener que pagarlo siempre y cuando, ya sabes, pueda pagar menos.

SCHAPER: La entrega gratuita es tan atractiva para los compradores en línea que algunos minoristas electrónicos han extendido los plazos hasta hoy para que los pedidos califiquen para el envío gratuito y aún así se entreguen antes de Navidad.

CHARLIE O'SHEA: Es una carrera armamentista.

SCHAPER: Charlie O'Shea es analista minorista principal de Moody's y dice que los minoristas electrónicos están tratando de superarse unos a otros con ofertas de envío gratuito.

O'SHEA: Eso es solo una promoción. Eso es solo un minorista que dice, está bien, nos comeremos el costo.

SCHAPER: Y O'Shea explica por qué.

O'SHEA: Lo que hace el envío gratuito es que puede cimentar la relación con el cliente. Puede ayudarlo a realizar una venta. Y con suerte, hay algo aditivo en algún momento de esa relación que le permite recuperar el costo de ese envío gratuito.

SCHAPER: O'Shea dice que algunos grandes minoristas, como Walmart, Target y Best Buy, están bien posicionados para absorber esos costos de envío gratuitos porque ya tienen una cadena de suministro completa para alimentar sus muchas tiendas físicas, que también pueden servir como lugares de recogida o incluso centros de entrega de última milla. Estima que el envío le costará a Amazon cerca de $ 15 mil millones este año, y solo una parte de eso se compensará con las membresías Prime, pero el gigante minorista en línea parece dispuesto a recibir el golpe para expandir su participación de mercado. Pero otros minoristas con ventas en tiendas en declive no pueden darse el lujo de perder más dinero en el envío gratuito, especialmente, dice O'Shea, a medida que esa carrera armamentista se intensifica a entregas en dos días, al día siguiente e incluso el mismo día.

O'SHEA: Y con cualquier carrera armamentista, en algún momento te estás excediendo.

SCHAPER: En cuanto a aquellos de nosotros los compradores en línea que pensamos que no estamos pagando por la entrega, bueno, piénsalo de nuevo.

ANNE GOODCHILD: No existe el envío gratuito. Tampoco hay almuerzo gratis.

O'SHEA: Esa es Anne Goodchild del Centro de Transporte y Logística de la Cadena de Suministro de la Universidad de Washington. Ella dice que a pesar de que podríamos quedarnos en casa y comprar en línea en lugar de conducir al centro comercial, ese viaje al centro comercial por seis u ocho cosas ahora podría ser reemplazado por seis u ocho camiones diferentes que entregan a nuestra casa.

GOODCHILD: Mi opinión informada, basada en haber realizado investigaciones en esta área, es que estamos aumentando el tráfico.

SCHAPER: Además del empeoramiento de la congestión, Goodchild dice que nuestro cambio radical en los hábitos de compra está afectando las carreteras y los puentes que no están realmente diseñados para el auge del comercio electrónico.

GOODCHILD: Es una lucha, y estamos atrasados en términos de que la infraestructura se ponga al día con la forma en que se usa de manera tan diferente.

SCHAPER: Y eso es solo por que nos envíen todos nuestros productos. La cadena de suministro de entrega navideña ya está cambiando de marcha atrás para la avalancha de devoluciones de todas esas cosas que compramos en línea que no encajan o no queremos.

Derechos de autor © 2018 NPR. Todos los derechos reservados. Visite las páginas de términos de uso y permisos de nuestro sitio web en www.npr.org para obtener más información.

Parte 1: Preguntas de opción múltiple: Elija la respuesta correcta de las opciones para cada pregunta.

1) ¿Qué significa TINSTAAFL?
- a) El tiempo nunca se gasta a un nivel rápido
- b) No existe tal cosa como un almuerzo gratis
- c) Los impuestos en los nuevos estados siempre son justos
- d) Internet necesita un acceso seguro para todos

2) Según el artículo, ¿por qué los minoristas ofrecen envío gratuito?
- a) Perder dinero
- b) Construir relaciones con los clientes y aumentar las ventas
- c) Reducir el tráfico
- d) Evitar las cadenas de suministro

3) ¿Cuál es un resultado invisible del envío gratuito mencionado en el artículo?
- a) Menor calidad del producto
- b) Aumento de la congestión del tráfico
- c) Métodos de pago más rápidos
- d) Más empleados de la tienda

4) ¿Qué empresa se menciona como capaz de absorber los costos de envío debido a su gran cadena de suministro?
- a) Amazon
- b) Walmart
- c) Target
- d) Todo lo anterior

5) Según el artículo, ¿cuál es el impacto ambiental potencial del aumento de las compras y envíos en línea?
- a) Aire más limpio
- b) Menos tráfico
- c) Más desgaste de la infraestructura
- d) Menos camiones de reparto

Parte 2: Preguntas abiertas: Responda las siguientes preguntas en oraciones completas.

6) Explique con sus propias palabras lo que significa "No existe tal cosa como un almuerzo gratis" en el contexto de las compras en línea.
7) Describa una forma no mencionada en el artículo de que el envío gratuito podría tener un costo oculto para los consumidores o la sociedad.
8) ¿Crees que el envío gratuito vale la pena por los posibles efectos negativos? ¿Por qué o por qué no?

Resumen: Responda la idea clave para demostrar su comprensión de la actividad.
Explique cómo las elecciones han visto y no han visto resultados. (1.2)
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____