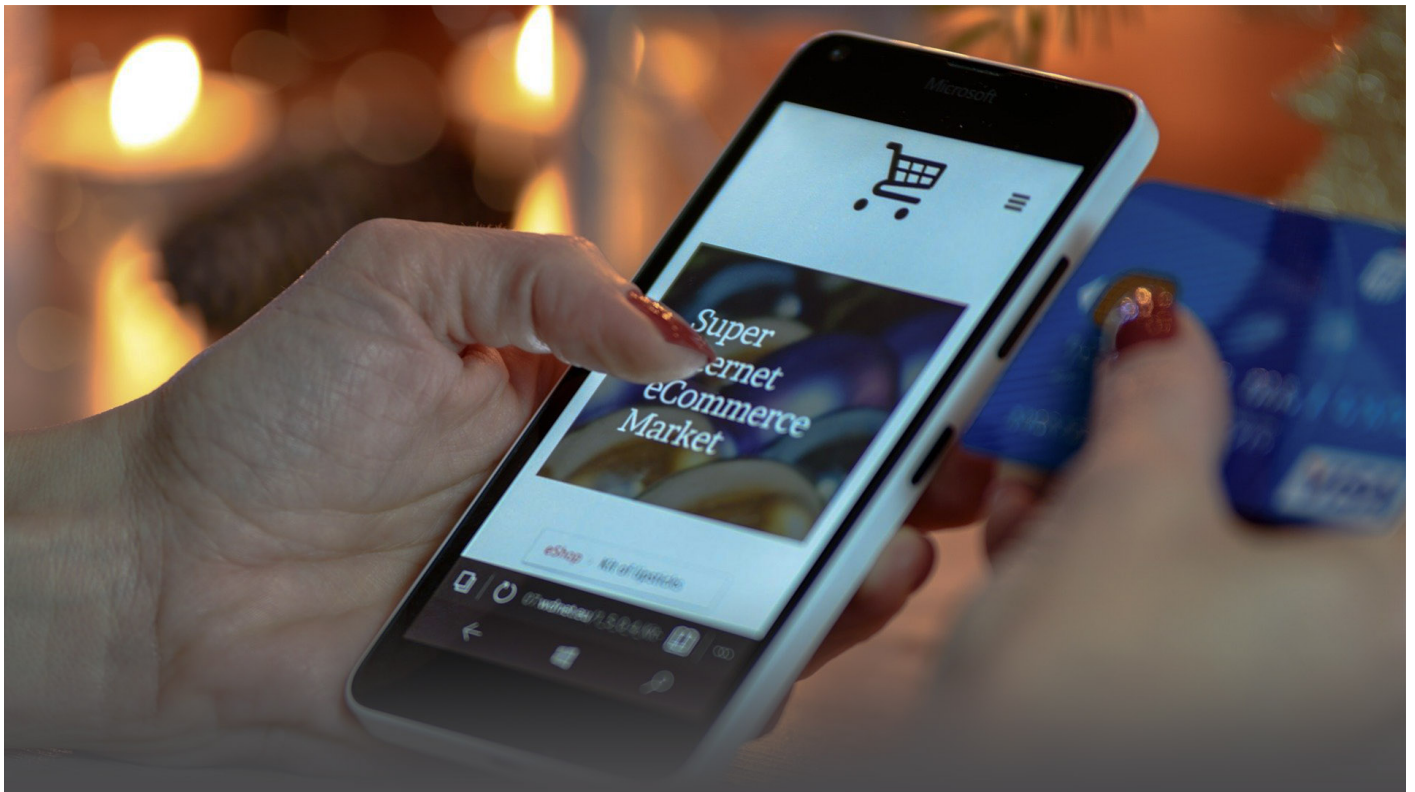


Las e-Commerce y su inesperado e impactante crecimiento



El **comercio electrónico** registró un **crecimiento sin precedentes**, creció en meses lo que hubiera tardado años en lograr. ¿Cómo impacta esto a las plataformas y los consumidores?

Fabiola Peña gerente de asuntos públicos digitales en el área de Relaciones con Gobierno Tec, asignada al Network Information Center, y vicepresidenta de **Educación en la Asociación de Internet MX**, habla acerca de la situación que viven las **e-commerce** durante la pandemia por el COVID-19.

De acuerdo con Fabiola el impacto de la pandemia en las e-commerce ha sido grande, sobre todo en la toma de decisiones por parte de los compradores.

“Es un momento de transformación, puede significar para muchos un gran momento, en el que mejoren sus ventas, o en el que sea necesario reinventarse y, en algunos casos, el de desaparecer.”

*La pandemia ha significado no sólo las medidas de distanciamiento social, sino también una crisis económica que nos lleva a analizar las **prioridades de consumo**. También ha sido una radiografía de la conectividad a nivel nacional, así como del nivel de uso y de conocimiento de estas herramientas por las personas”,* mencionó.

La vicepresidenta Peña comenta que algunos efectos positivos del crecimiento de las ecommerce son la **aceleración de la transformación digital**, la implementación del **home office** (cuando es posible) y la **economía Low Touch** (caracterizada por evitar el contacto directo consumidor-

comprador) y la inclusión de mayores medidas de higiene.

Por otro lado, Fabiola comenta que con este repunte de las e-commerce se vuelve necesaria la innovación de estas.

*“La innovación es parte de la naturaleza de las e-commerce, **la innovación forma parte de la transformación digital**, la innovación es una constante”, expresó.*



width="900" loading="lazy">

Desde su perspectiva, este repunte llevará a la población a tomar una actitud de consumo más consciente, de autosuficiencia y de preferencia por el e-commerce.

*“La economía digital representa más información y más datos, por lo tanto, esperemos que el **consumidor se haga más responsable**. En todo caso, el ser humano es un animal social: necesitamos relacionarnos.*

*Internet es una herramienta, la responsabilidad de su uso está en las orillas, y responde a las personas que lo utilizan, **en sí mismo el e-commerce no generará la transformación, sino los usuarios**”, enfatizó.*

Desde su punto de vista los siguientes puntos serán las claves para que las marcas sigan creciendo en el e-commerce:

- Plataformas

- Marketing
- Pagos
- Logística
- Compliance



width="900" loading="lazy">

*“Todo apunta a una característica: el **UX: la experiencia de usuario, de humano**. El cómo hacer que la **compra online** sea la **más segura y agradable posible**. Internet es una herramienta, **todo se trata de dar el mejor servicio**”, señaló.*

Para finalizar, ella considera que **México tiene una gran oportunidad en el e-commerce**.

*“México llevaba retraso en temas de transformación digital, pero **cuenta con mucha creatividad, es un país de oportunidades**. Hay lugares para tomar en el e-commerce. Desde la **Asociación de Internet MX**, buscamos impulsar las mejores prácticas para que la economía general pueda beneficiarse del comercio”, concluyó.*

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: