

Ventas en línea como una oportunidad para la región



Por: Jennifer Lobos

VESTEX

Una de las tendencias más grandes experimentadas durante el 2020, fue el crecimiento acelerado de las ventas en línea, las cuales por varios años han registrando crecimiento, sin embargo, a raíz de la pandemia, los cierres y las restricciones de movilidad implementadas, el comercio electrónico generó alrededor de US\$ 120 billones de dólares en Estados Unidos y registró un crecimiento mensual hasta del 30%.

A pesar de que ese crecimiento mensual el e-commerce se ha desacelerado en 2021 y se empieza a ver el retorno a las tiendas físicas.

Para el mercado centroamericano y el guatemalteco, esta tendencia podría tener implicaciones importantes, que si sabemos aprovecharlas podrían convertirse en oportunidades de negocio.

A diferencia de muchos países asiáticos, que requieren mínimos muy grandes de la misma orden para poder aceptar las solicitudes de compra, en Centroamericana, en especial en Guatemala tiene la flexibilidad para atender muchas órdenes de diferentes estilos. De esta manera, los clientes pueden reducir el tamaño de sus inventarios, siempre y cuando se cuente con la celeridad de producción y de traslado al mercado final.

Por eso a la flexibilidad se le suma la importancia de la rapidez de respuesta para proveer **“speed to market”** (la rapidez

con las cuales las prendas llegan al mercado).

En este sentido la región centroamericana se convierte en un actor interesante, tanto por su capacidad de adaptarse al tamaño y tipo de órdenes que requieren los clientes, como por la cercanía a Estados Unidos, uno de los mercados de consumo más grandes del mundo y el principal socio comercial de Guatemala.

El Sector de Vestuario y Textiles guatemalteco es por excelencia proveedor de telas e hilazas, además, tiene oportunidades de crecimiento si la región se consolida como un destino competitivo.

Para capitalizar sobre estas tendencias es fundamental que los países trabajen:

- De forma integral en la cadena de valor
- Fortalecer las herramientas de atracción de inversión
- Trabajar en herramientas como la digitalización
- Integración de tecnología en producción para contar con procesos más eficientes.

Es importante tomar en cuenta que las empresas no pueden descansar únicamente en las estrategias digitales de las marcas o de quienes tienen contacto directo con el consumidor final.

Es un hecho que en un mundo globalizado y digitalizado todas las empresas deben contar con una presencia digital que ayuda a dar seguridad, confianza y transparencia a nuestros clientes.

[Más información](#)