

Comercio electrónico: “ahora podemos dar servicio local con enfoque mundial”



[Juan Carlos Rodríguez](#)

[Homeland](#)

El incremento de las ventas “online” se debe a varias razones, como el confinamiento a las que se vieron sometidas las economías globales debido a la emergencia sanitaria por Covid-19, además, se suma a la tendencia mundial que estaba ganando popularidad a través de las redes sociales, así como el uso de los teléfonos inteligentes y los pagos electrónicos.

“Es la época de oro para el [comercio electrónico](#) en el mundo entero con un incremento brutal hasta ahora, no por nada el dueño de Amazon pasó a ser el hombre más rico del mundo por la demanda de sus acciones en bolsa de valores. Claro que no solo fue una incidencia, fue una motivación forzada y el comportamiento de muchas industrias cambió para siempre, hace referencia Juan Carlos Rodríguez, CEO de la [empresa Homeland](#) y Presidente de la [Comisión de Information Technology Outsourcing de AGEXPORT](#).”

Las restricciones de circulación que se aplicaron en varios países para luchar contra la pandemia provocaron un aumento de compras electrónicas, cuya parte de las ventas minoristas pasó del 16% al 19% en 2020, según la [Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo \(UNCTAD por sus siglas en inglés\)](#).

“Estos datos demuestran la creciente importancia de las actividades en línea. También señalan la necesidad de que los países, especialmente los que están en vías de desarrollo, dispongan de esa información mientras reconstruyen sus economías tras la pandemia”, destacó Shamika Sirimanne, directora de tecnología y logística de la UNCTAD.

El reporte de la UNCTAD indica que la pandemia no solo condujo a un mayor uso de los medios digitales, sino que ha reforzado la importancia de superar las barreras existentes del comercio electrónico

*“Quien no vende en línea, hoy en día limita sus horizontes, ahora podemos **dar servicio local con enfoque mundial** y eso es una ventaja nunca antes vista”, resaltó Rodríguez.*

El futuro de los negocios online con experiencias personalizadas

Las empresas deben prepararse para vender productos diversificados, a la medida, con valores agregados personalizados y con entregas inmediatas para las generaciones venideras.

Entre las oportunidades que trajo el e-commerce se encuentran: un mejor acceso a los mercados globales de bienes y servicios, una mayor participación en el comercio minorista en línea y la aceleración de la transformación digital.

*“Según la tendencia el comercio electrónico le ganará al comercio tradicional. Los intermediarios de bienes y servicios van a buscar ese **océano azul de posibilidades que brinda esta***

estrategia de negocios”, así lo definió Rodríguez.

Rodríguez, recomienda a las empresas que se preparen para incorporar en su canal de ventas la inteligencia artificial, es decir, la utilización de la robótica avanzada para competir en el mercado local y transfronterizo.

.3.7 mil millones de transacciones por comercio electrónico fueron registradas en Centroamérica en el año 2020

.40% fue el registro de crecimiento en ventas en el Itsmo entre 2019 y 2020 según el sitio América Retail

.70 millones de habitantes y más del 60% de la población utilizan internet