

## **Una aproximación al “E-commerce”: de las tendencias mundiales al caso Venezolano**

*“Las personas ya estaban haciendo negocios entre sí a través de Internet con los tableros de anuncios. Pero con la Web, podríamos hacerlo interactivo, podríamos crear una subasta, podríamos crear un mercado real. Eso es realmente lo que disparó mi imaginación y eso es lo que hice.”*

*Pierre Omidyar, Fundador de eBay*



**Por: Eloisa E. Viloría R.**

Vivimos en una época en la que el internet es uno de los aspectos más presentes en nuestras vidas, y con el tiempo, la innovación, el desarrollo de la tecnología, y los procesos de globalización, la vida de las personas gira cada vez más en torno al uso de este, es cada vez más extraño pasar un día sin utilizar, o depender del internet, y todo lo que implica en pleno siglo XXI. Desde la manera en cómo nos relacionamos, nos comunicamos, hasta la manera en cómo se hacen los negocios.

El e-commerce, ecommerce, o “comercio electrónico”, consiste según Katherin Smith en su paper “Consumer Perceptions Regarding E-Commerce and Related Risks”, publicado en el 2011, en “*transacciones electrónicas de negocio relacionadas con la compra y entrega de bienes y servicios*”, cuyo origen data en la década de los 90 con la creación de la “World Wide Red (WWW)” y que ha evolucionado a tal punto en que este es necesario para poder competir en el mercado internacional.

Según Statista, el número de compradores digitales en el 2017 fue de 1,66 billones, pronostica 1,79 billones para el 2018 y 2,05 billones para el 2020. El desarrollo de plataformas web destinadas al e-commerce , unido a la innegable tendencia de las redes sociales, y su influencia cada vez más creciente, lleva a preguntarse, *si un negocio no está en internet, ¿existe para los demás?*, el e-commerce es la manera en cómo se da el comercio en el siglo XXI, según un reporte de SYBEN “Hablemos de Estrategia Digital”, el 25% de los líderes del mercado, enfrentaran la posibilidad de perder su posición número 1, por empresas más nuevas, fundadas a partir del 2000, dado que estas tienen una capacidad mayor de utilizar la tecnologías digitales. Lo que sí es cierto, es que en el siglo XXI, lo único constante es la innovación, y nuevas

**[www.venamcham.org](http://www.venamcham.org)**



tendencias, el e-commerce no es la excepción, el nivel de competitividad de la empresa, y del producto, dependerá cada vez más de la capacidad de poder seguirle el paso a las nuevas tendencias, e incluso, de crearlas.

El año 2018, las tendencias observadas en el comercio electrónico a nivel mundial van desde el uso de Chatbots, que automatizan el servicio al cliente y dan una atención disponible por mucho más tiempo, el uso de Big Data, que permite conocer los gustos de los consumidores, establecer patrones de consumo y ofrecerles exactamente lo que quieren, hasta el poder de los llamados “influencers”, y las herramientas de negocios (Business Tools), cada más perfeccionadas de las redes sociales, que derivan una forma de “social commerce”, donde los “reviews” de las marcas por los influencers , el simple tag de la marca en una foto con miles de likes, o el posicionamiento de un link directo a la página de la empresa para comprar el producto, es una de las tendencias más marcadas en términos de marketing digital y una estrategia sin la cual el e-commerce parece no estar completo, o al menos, no ser suficiente. El uso del “Photo Shopping”, tecnología usada por Pinterest y por eBay, que te permite con una foto, la búsqueda de los objetos contenidas en ellas, ya sea ropa, muebles, o cualquier otro bien, esta tendencia de búsqueda visual, unida a la búsqueda por voz, pueden llegar a formar hasta el 50% de las búsquedas en internet para el 2020, según el portal de Absolunet: *“10 ecommerce trends for 2018”*. “AR” o “Augmented Reality”, responde a una pregunta muy común a la hora del proceso de comprar en una plataforma web y no en una tienda física, *¿Cómo se vería?*, la AR le permite al consumidor, a través de sus teléfonos inteligentes, observar cómo se vería un objeto en su sala, o en su cocina, las apps de Amazon e Ikea Place lo permiten. A su vez, la creación de Apps para teléfonos inteligentes es una tendencia muy marcada, cada vez más el comercio electrónico se realiza no a través de plataformas web, sino a través de un app desde un teléfono inteligente.

En Venezuela, el e-commerce se desarrolla bajo condiciones que en cierto modo han limitado algunos aspectos, pero a su vez, desarrollado otros. Si bien en Venezuela, existe cierto atraso con respecto a las tendencias que se observan a nivel mundial, de acuerdo con el reporte *“Perfil del Comprador Digital Venezolano”* llevado a cabo por Tendencias Digitales, el 74% de la población compró por internet en el año 2017, en su mayoría, productos físicos, incluso con una cifra de 55% de penetración del internet, según el estudio de Tendencias Digitales 2017 *“Penetración y uso del internet en Venezuela”*, por lo que se evidencia que, la presencia del e-commerce en Venezuela se hace cada vez más grande y que cuenta con un gran potencial.

Ya sea utilizando las plataformas web más comunes, como Mercado Libre, o el desarrollo de nuevas, uno de los factores más interesantes de analizar es el de las

redes sociales, en especial, Instagram, que en Venezuela parece no sólo ser utilizada sólo como medio de publicidad, o de atención al cliente, y exposición de marcas, sino también utilizada en muchos casos una plataforma directa mediante la cual se acuerdan compras y ventas.

Las pequeñas y medianas empresas en Venezuela, cada vez más utilizan el comercio electrónico como medio para sobrellevar la crisis, y su presencia en redes sociales es su medio de penetrar en el mercado y poder llevar a cabo operaciones comerciales. Es curioso descubrir además, que una gran cantidad de las empresas que se valen exclusivamente del e-commerce, se dedican al negocio de la comida, convirtiéndose en una de las formas a través de las cuales se ha enfrentado la escasez, no solo de alimentos de primera necesidad, sino de bienes de consumo en general, repuestos de automóviles, y muchos más. Otra tendencia interesante es el gran número de venezolanos que ofrecen sus servicios profesionales como diseño, o de traducción, en plataformas web que pagan en moneda extranjera, como otra manera de llevar la crisis.

Lo cierto es que la perspectiva del e-commerce, no es otra, que el constante desarrollo, innovación y ampliación de su poder e importancia, pinta un futuro en donde las empresas, para poder ser competitivas deben invertir en estrategias de e-commerce, y donde Venezuela necesita innovar para poder seguir las tendencias mundiales.

#### **Referencias:**

-Smith , K (2011): *“Consumer Perceptions Regarding E-Commerce and related risks”*..:

-Tendencias Digitales (2017): *“Perfil del Comprador Digitales Venezolano”*.

Tendencias Digitales (2017): *“Penetración y uso del internet en Venezuela”*.

-Freedom House (2017): *Freedom On The Net, Venezuela*.

-Tendencias Digitales (2017): *El Comercio Electrónico en Venezuela. ¿Cómo se comporta?*

Recuperado de: <https://tendenciasdigitales.com/el-comercio-electronico-en-venezuela-como-se-comporta/>

-Absolunet (2018): *10 ecommerce trends for 2018*. Recuperado de:

<http://10ecommercetrends.com/>

-SYBVEN (2017): *Hablemos de Estrategia Digital*.

**[www.venamcham.org](http://www.venamcham.org)**

