

Pantallas más amplias, mayores oportunidades



Por: Eduardo Ramírez Lizardi

Marihuana (1971-1972), huevos y cereales (1984) fueron los primeros productos ordenados de forma electrónica, el primero por estudiantes de Stanford y MIT, a través de ARPANET, el predecesor de Internet y el segundo a través de Videotex, un sistema que permitía realizar pedidos mediante la conexión entre tiendas, teléfono y televisión. Sin embargo, estas formas de intercambio, primero por su legalidad y luego por su escasa adopción, no son consideradas como la primera forma de comercio electrónico o *e-commerce*.

Bajo el título *Attention Shoppers: Internet is Open*, el diario *The New York Times* publicaba la noticia del 12 de agosto de 1994 que describía la primera compra segura en Internet, realizada por Phil Brandenberger, quien por \$12,48, ordenó el disco compacto *Ten Summoners's Tales*, del músico británico Sting, usando la plataforma *NetMarket*. Este hecho fue el comienzo de una industria que para el año 2018 se estima que represente un 9,46% de las ventas en Estados Unidos y un 11,9% de las ventas globales al por menor, de acuerdo a datos de la Reserva Federal de San Louis y Statista respectivamente.

De acuerdo al profesor Anindya Ghose de la Universidad de Nueva York, la reducción de costos transaccionales, que incluye la facilidad para ubicar e intercambiar productos y servicios, ha facilitado la creación de plataformas de intercambio eficientes que van más allá de las fronteras nacionales. Con la adopción de tecnologías móviles éstos costos son incluso menores por no requerir de un computador.

Sin embargo, en el año 2015 aun contando con un tráfico mayor, los dispositivos móviles representaban 15% del comercio en línea, en contraste con el comercio a través de computadoras, lo que de acuerdo al portal *Business Insider* es explicado por la escasa optimización de aplicaciones y las pantallas reducidas.

Posteriormente, la tendencia a la optimización de aplicaciones, el uso de pantallas más amplias (entre 4,7-5 pulgadas) y la creación de espacios para negocios en plataformas como Facebook, Instagram y Pinterest han impulsado el crecimiento del sector. De acuerdo a datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos, el comercio en línea crecerá en alrededor de \$123,7 mil millones, un aumento de 3.9% con respecto al último trimestre de 2017.

La posibilidad de contar con anaqueles completos en aplicaciones dedicadas ha transformado la forma en la que compramos, y la forma en la que las compañías compiten en internet. La competencia, según la compañía de comercio electrónico *Bigcommerce*, se centra en el año 2018 alrededor de: optimización de aplicaciones, sistemas de envío, el énfasis en la experiencia del usuario y la personalización de productos y servicios.

En este sentido compañías como Instagram y Facebook, se han centrado en hacer la experiencia móvil de compra menos “*transaccional*” y más ‘*inmersiva*’, es decir, crear un espacio que permita al cliente evaluar y navegar, tal como lo haría en una tienda.

Aspectos como recomendaciones, descripción visual y completa del producto, simplificación de procesos de pago, notificaciones, comentarios y contacto directo con el vendedor son algunas de las estrategias que enumera Tendencias Digitales en su reporte *Mejores Prácticas en el Comercio Electrónico*, que recoge las valoraciones de los usuarios en cuanto a experiencia digital se refiere.

América Latina, con una penetración de internet móvil de 50% en 2017 y con una proyección de 66% para 2025, de acuerdo a datos de *GSM Intelligence*, representa un mercado importante para este tipo de comercio. Sin embargo, a nivel mundial el porcentaje de empresas con una estrategia digital es solo del 16%, de acuerdo a datos de Sybven, lo que implica que contar una supone una posición más favorable con respecto al resto de las empresas y una mayor capacidad de capturar un espacio en este mercado en crecimiento y lleno de oportunidades.

Se hace referencia a: What Was the First Thing Sold on the Internet? <https://bit.ly/2RRMAce>, The Rise of M-Commerce: Mobile Shopping Stats & Trends. <https://read.bi/2eDUYrM>, E-Commerce Retail Sales as a Percent of Total Sales <https://bit.ly/2r6CLZd>