



Estudio País Digital con el apoyo de Transbank y CCS:

Desafíos para el mobile commerce en Chile: Capital humano, ciberseguridad y Pymes

El primer estado del arte para el mobile commerce en el país posiciona a Chile por sobre países de la región, pero bajo el estándar internacional OCDE, por lo que se proponen medidas esenciales para subirse a esta tendencia global.

Santiago, 17 de abril 2018 - Un análisis de cómo el comercio electrónico a través de dispositivos móviles está creciendo e impactando en Chile, se entregó en la presentación del “Estado del Arte - Mobile Commerce en Chile 2018”, realizado por Fundación País Digital con el apoyo de Transbank y la Cámara de Comercio de Santiago (CCS).

El estudio, que aborda la adopción y uso de la telefonía móvil en América Latina y nuestro país como parte trascendental en el impacto del *mobile commerce*, indica -según cifras de la consultora Criteo- que en la región esta tendencia de compra crece a una tasa del 37% anual, convirtiéndola en la de mayor crecimiento a nivel mundial.

Al respecto Peter Hill, presidente de la CCS señaló que el comercio electrónico constituye uno de los principales ejes de desarrollo de la era de la sociedad del conocimiento, permitiendo no solo la generación de nuevos negocios y mayor productividad de la economía tradicional, sino que es una fuente invaluable de oportunidades de emprendimiento. “La tendencia internacional muestra la rapidez con que el *e-commerce* gana terreno y especialmente cómo el uso de dispositivos móviles transforma la interacción entre las personas y empresas, y nuestro país no se queda atrás”.

En Chile la tendencia avanzó desde el año 2013 por sobre el promedio de América Latina, con una participación del 1% del *mobile commerce* sobre las ventas de comercio electrónico, a un 17% el año 2017, representado un avance desde los US\$ 16 millones del año 2013, a más de US\$ 680 millones del año 2017, acumulando más de US\$ 220 millones respecto al año 2016. Estas cifras aumentaron en eventos como el *CyberMonday* 2017, donde en las primeras 12 horas el 60% de las visitas fueron realizadas a través de móviles, superando ampliamente el 43% alcanzado en el mismo evento del año anterior.

En tanto, datos de la consultora Euromonitor, señalan que Chile se ubica en sexto lugar en cuanto a las ventas del retail realizadas a través de dispositivos móviles, antecedido por Guatemala, Uruguay, Argentina, Mexico y Costa Rica.

Alejandro Herrera, Gerente General de Transbank, afirma que “el crecimiento del *e-commerce* hoy prácticamente dobla, porcentualmente, al aumento de las ventas presenciales de acuerdo a nuestros registros. Nuestro desafío como empresa es seguir apoyando a los comercios con soluciones de pago cada vez más rápidas y simples de ocupar, pero manteniendo los altos niveles de seguridad que nos caracterizan y profundizar su uso a través de plataformas móviles”.

Desafíos del mobile commerce en Chile

Uno de los desafíos del mobile commerce para las empresas es ofrecer una mejor experiencia de usuario para los compradores en sus plataformas tecnológicas, donde la interacción y comunicación directa no tienen hora, lugar, ni dispositivo único para realizar una acción de compra o venta a través de éstas.

De acuerdo a Pelayo Covarrubias, Presidente de la Fundación País Digital, “con más de la mitad de la población mundial siendo usuaria activo de Internet, ya es una necesidad básica en esta sociedad digital a la que los servicios deben adaptarse. Ésto ha generado un impacto directo en la transformación de los modelos de negocios de las empresas, debido a la demanda de los consumidores, que desde cualquier dispositivo pueden realizar un pago o compra online, en cualquier momento y lugar”.

De acuerdo a este Estado del Arte del Mobile Commerce, a nivel internacional:

- **El *mobile commerce* contribuye en forma relevante al *e-commerce* (B2C) a nivel global y su tasa de crecimiento está por sobre el crecimiento del *e-commerce*.**
- **Tener una App nativa es una estrategia esencial para incrementar la tasa de conversión.** En la mayoría de los mercados desarrollados, la conversión de aplicaciones web hacia App o una estrategia de sólo App es una realidad.
- **Tener una estrategia de omnicanalidad permite trazabilidad de usuarios y comprender el comportamiento *cross-device*** (la experiencia de compra a través de múltiples dispositivos, navegadores o aplicaciones) de los consumidores. Poseer datos y aplicar analítica de datos en el negocio es una necesidad imperiosa de los negocios.

Dada esta realidad del crecimiento explosivo del *mobile commerce* en el mundo, se plantean tres grandes desafíos para Chile:

- **Capital Humano:** Se debe potenciar el capital humano local de desarrolladores de Apps para satisfacer las potenciales demandas de los *retailers* locales.
- **Ciberseguridad:** Comunicar y sensibilizar respecto al comercio electrónico y las mejores prácticas de ciberseguridad de las transacciones y plataformas de comercio, especialmente cuando se realizan a través de móviles.
- **Transformación Digital de las Pymes:** Crear los mecanismos para incorporar a los comercios pequeños al *e-commerce* y al *mobile commerce*, que no sólo deben enfrentar el crecimiento explosivo de los grandes *retailers* locales, sino también competir con el comercio internacional aun cuando no tengan presencia online.