

Con una asistencia que superó 2000 personas CCS realizó la 3ª versión del eCommerce Innovation Summit

El encuentro contó con la participación de destacadas figuras del eCommerce tanto internacional como local.



Con una multitudinaria asistencia que superó las 2.000 personas, la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) realizó la tercera versión del eCommerce Innovation Summit, que contó con la participación de destacadas figuras del eCommerce internacional, tales como Fiona Swerdlow VP, Directora de Investigación de Forrester, Matteo Ceurvels, Investigador Senior, Latinoamérica & España de eMarketer, Avinash Kaushik, Digital Marketing Evangelist - Google, cofundador Market Motive, entre otras.

En su discurso inaugural, Peter Hill, presidente de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), planteó que la masificación del comercio electrónico “no se trata solo de un cambio en la forma de adquirir bienes y servicios, sino de un cambio cultural gigantesco, que impacta, e impactará, diversos ámbitos de nuestro comportamiento, en cuanto a hábitos y costumbres. Incluso hay analistas del sector que piensan que la compra presencial será algo meramente anecdótico, en búsqueda de alguna experiencia, pero que ya no será parte de nuestro día a día”.

Para Peter Hill, el comercio electrónico es la respuesta a uno de los grandes problemas futuros de nuestra sociedad que es la empleabilidad. “En un mundo en que todo lo

mecánico será mecanizable, el comercio electrónico, no sólo ha aportado nuevas profesiones, sino que permite a cualquier persona ofrecer sus productos y servicios vía Internet, sin tener que contar para ello con una infraestructura compleja. Hoy, como demuestran los jóvenes todos los días, basta con un teléfono inteligente y ya se tiene una empresa”.

En tanto, el Subsecretario de Economía, Ignacio Guerrero, planteó que “hoy, las pymes no están aprovechando las nuevas tecnologías. De las pequeñas empresas, solo un 21% realizan ventas virtuales. Para lograr que las empresas de menor tamaño puedan participar del e-commerce, tenemos muchas barreras que sortear, como entregar conectividad y competencias digitales a las pymes para que realmente puedan utilizar las herramientas tecnológicas. Y para ello, como Gobierno, estamos trabajando para la pronta implementación del programa Digitaliza Tu Pyme a fines de este año”.

Ventas Minoristas llegar a US\$2.90 billones este año

De acuerdo al estudio presentado por Matteo Ceurvels de eMarketers, las ventas minoristas de ecommerce* llegarán a US \$2.90 billones este año, impulsadas por un número creciente de compradores digitales primerizos en mercados con maduración digital y un aumento de las compras hechas en línea.

En el caso de Latinoamérica “los consumidores aún prefieren comprar en la tienda física en vez de en línea, el ecommerce todavía está en las primeras etapas de la adopción del consumidor. “Consecuentemente, representará solo el 2,7% de todas las ventas minoristas en la región este año, cifra que llegará al 3.5% en 2022”, agregó el ejecutivo de eMarketers.

La razón explica Ceurvels es clara “existen hoy más de 2 mil millones de personas no bancarizadas y sin acceso a servicios financieros, haciendo de la inclusión digital uno de los mayores retos actuales de las economías emergentes. En términos de perfil de edad, un tercio de los compradores digitales en la región tienen entre 21-35 años., mientras que la mayoría tienen entre 36-55 años”.

Ceurvels considera que las empresas que sean capaces de comprender y superar estas barreras “tendrán una mayor participación en el mercado local, como es el caso de MercadoLibre, la plataforma más popular de América Latina, con el mayor número de visitantes únicos”.

Fiona Swerdlow VP, Directora de Investigación de Forrester, centró su presentación en conocer al consumidor “ya que sin él, no hay negocio. No se trata de la tecnología, sino de lo que se hace con ella”. Para conocer al consumidor ya no es útil la segmentación tradicional “hay que tratar de percibir qué caracteriza a este consumidor empoderado que tiene, en promedio, cuatro dispositivos conectados”.

Y si bien es cierto el ser humano siempre ha estado dispuesto a experimentar con la tecnología, señala Fiona Swerdlow “desde el fuego y la rueda, ahora esa experimentación y uso es más vertiginoso que nunca”. La ejecutiva da el ejemplo del MP3 que, en cuatro años tuvo en 12% de penetración, pero –en el caso del ipad- en el mismo periodo alcanzó al 50%.

En este contexto Fiona Swerdlow cree que no se trata de que a futuro la economía digital mueva trillones de dólares, sino que es algo que ya ocurre en la práctica “ese consumidor empoderado, no solo utiliza la experiencia digital para comprar, sino que para pagar cuentas, reservar pasajes, ahorrar para la vejez”.

Avinash Kaushik, autor de Web Analytics 2.0, explica el implementar soluciones tecnológicas hoy es fácil y accesible, por lo que hay que “superar la idea de querer inventarlo todo, no es necesario, algunas cosas se construyen y otras se compran. Esto es un buen cambio que facilitará la adopción de tecnología. Si se requiere de implementar una solución de máquinas cloud base se puede usar la semana próxima. Hay que tener claro que las máquinas y algoritmos pueden responder preguntas, pero hay que hacer las preguntas, se requiere un balance entre creatividad e ingeniería y a los humanos les corresponde un papel muy importante.

Respecto al riesgo de que Latinoamérica se quede atrás en estos ámbitos, Avinash Kaushik opina que muy por el contrario “pueden avanzar un 50% más rápido que lo hizo una compañía en Estados Unidos, porque nosotros ya cometimos todos los errores, por lo que ustedes pueden llegar a su destino antes”.

Compras en CyberMonday 2018 superaron los US\$ 230 millones

Durante el eCommerce Innovation Summit, la secretaria ejecutiva del Centro de Economía Digital de la CCS, Yerka Yukich, presentó el balance preliminar del CyberMonday, el cual tras tres días de intensa actividad, finalizó con un nuevo récord histórico para el eCommerce, al superar los US\$ 233 millones en compras, equivalente a un alza de un 23% respecto al CyberMonday el año anterior, producto de poco más de un millón setecientas mil transacciones (un 45% más que el año anterior).

Los consumidores concurren masivamente a los 281 sitios que participaron del evento oficial, superando los 85 millones de visitas entre el lunes 8 y el miércoles 10 de octubre.

Debido a estos resultados y a la importancia que ha adquirido esta fecha para el desempeño del sector, la CCS ratificó la expectativa de superar por primera vez la barrera de los US\$ 5.000 millones en ventas de comercio electrónico este año.

STARTUP FAST FORWARD

En el marco del eCommerce Innovation Summit se realizó la tercera versión del Start Up Fast Forward, competencia de emprendimiento que tuvo como ganador a Diego Reeves de RocketPin. El premio consiste en la participación en la Ruta de Innovación 2019 - auspiciada por Ripley-, que se traduce en tres días en Silicon Valley visitando centros de innovación, con una nutrida agenda de reuniones con importantes ejecutivos de compañías y líderes de emprendimientos innovadores.

La competencia está dirigida a empresas en etapa de desarrollo, con proyectos ya desplegados en el mercado, con actividad comercial y algún elemento de transaccionalidad digital, que constituyan un aporte en la generación de nuevos modelos de negocios basados en la economía del conocimiento, con capacidades disruptivas, intensivos en talento y con potencial de internacionalización.



Leonardo Meyer, InnovaRock; Mauricio Silva, Etiner; Octavio Urzua, Osoji Robotics; el ganador del concurso Start Up Fast Forward Diego Reeves de RocketPin; Jorge Dupré, CryptoMarket; Carolina Rossi, InnovaRock y Yerka Yukich, secretaria ejecutiva Centro de Economía Digital de la CCS.