



Los retos en proyectos de comercio electrónico durante la crisis del COVID-19.

Los retos en proyectos de comercio electrónico durante la crisis del COVID-19.

Por: Angel Fiallos Ordoñez, PhD, PMP

La pandemia de coronavirus no sólo provocó una crisis de salud pública, sino que también causó un trastorno tecnológico, social, cultural y financiero. El Ecuador no es la excepción, y en el 2020, la economía tuvo una caída del PIB de 9.5% y el desempleo llegó a tasas históricas. Sin embargo, durante el año 2020 también se dio un crecimiento inédito del comercio electrónico en país y la región.

Este repunte, tanto de descargas de apps, visitas, tráfico web y ventas digitales, está asociado en parte a los cambios en comportamientos sociales, como respuesta a la emergencia del Covid-19. El acceso seguro a productos de salud y de primera necesidad, el pago de servicios básicos sin contacto físico y la necesidad de equipos tecnológicos para la educación online desde casa, son solo algunos ejemplos.

Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el 2020 hubo un aumento del 800 % en visitas a los sitios web y ventas cercanas a los \$ 2.300 millones, lo que supone un crecimiento de \$ 700 millones (43,75%). Los sectores comerciales con mayor participación: alimentos, salud, restaurantes, tecnología, educación y recreación (streaming, juegos y música).

Estos indicadores son reflejo de la rápida integración de varios modelos de negocio con canales de comercio electrónico por parte de muchas empresas y emprendimientos locales.

En el Ecuador, el comercio electrónico, no es nuevo, la legislación nacional lo contempla desde el año 2002. Desde un inicio existieron grandes expectativas, pero no se dio el desarrollo esperado por las limitantes políticas y de tecnología.

Esta situación ha cambiado en los últimos cinco años, debido a que ahora existe un mayor acceso a internet en la población, una mejor infraestructura de redes de comunicación y un aumento de los dispositivos móviles inteligentes. Actualmente, según el GSMA Mobile Connectivity Index, en Ecuador, el 68% de la población tiene por lo menos un dispositivo móvil inteligente con acceso a internet y redes sociales y contenido digital.

Estos factores entre otros han permitido una mayor viabilidad en la adopción de los distintos modelos de comercio electrónico por parte de empresas, pymes y emprendimientos y que además exista un mayor número de potenciales consumidores con acceso a la tecnología necesaria para acceder a una App móvil o a un sitio web, ver videos y animaciones, ejecutar búsquedas y realizar transacciones seguras de compra y venta.

Pero realizar proyecto de comercio electrónico, no solo implica la elección de diversas tecnologías, sino también la creación y adecuación de procesos que incluyen logística, servicio al cliente, marketing, transporte y de soluciones para pago en línea.

También implica entrar a un mundo muy competitivo en donde es imperativo tener una plataforma diseñada siguiendo patrones adecuados de usabilidad de usuario, de manera que asegure la compra en el mínimo número de pasos posible. Luego es importante contar con plan de medios, que contemple posicionar el sitio web o la aplicación en distintos motores de búsqueda, obtener reseñas positivas de los productos en foros y redes sociales, crear contenido multimedia de calidad, establecer conexiones con influencers, market places, agregadores transaccionales y demás, entre otros puntos.

Las metodologías ágiles son ideales para gestionar proyectos de comercio electrónico, ya que siguen modelos flexibles, con claros objetivos que buscan resultados de buena calidad. Enfoques como Design Thinking, funcionan muy bien en las fases iniciales que incluyen ideación, definición y prototipado para el diseño de soluciones de comercio electrónico a ser accedidas desde distintos dispositivos y sistemas operativos.

Otros marcos ágiles como Lean, se esfuerzan en el desarrollo de productos mínimos viables que son evaluados al corto plazo por el mercado, siendo sus resultados usados para satisfacer las necesidades del público objetivo.

Por otro lado, Scrum, Kanban y otras metodologías, son ideales para la ejecución de proyectos a mediano y largo plazo con alcances validados y que impliquen el desarrollo de tecnología propia y personalizada a los requerimientos del negocio.

El comercio electrónico también se complementa con nuevas disciplinas como la inteligencia artificial, Big Data, computación en la nube, inteligencia de negocios entre otros. En tiempos de recesión, todos los datos generados ya sea por visitas, transacciones, búsquedas web, menciones en redes sociales, entre otros, pueden ayudar a predecir tendencias, demandas de productos, direccionar campañas de social marketing, gestionar conversaciones automáticas, entre otras iniciativas que ayuden a generar estrategias para maximizar ventas y reducir costos operativos.

La pandemia de COVID-19 ha acelerado aún más el ritmo del cambio y la velocidad de la innovación y la transformación tecnológica y esto ha obligado a empresas con modelos de negocios tradicionales a asumir la disrupción digital al cortísimo plazo y a acelerar el paso para igualar a los líderes en soluciones digitales y comercio electrónico. En este periodo de tiempo, las empresas deben de responder a los desafíos de la crisis, tomando las oportunidades para evolucionar, sin perder de vista la recuperación y preparación para el futuro.

Fuentes:

1. Cámara Ecuatoriana de Comercio electrónico, CECE, Transacciones electrónicas en Ecuador durante el Covid-19, 2020.
2. América Economía, Ecuador, Edición Abril 2021
3. GSMA Mobile Connectivity Index:
<https://www.mobileconnectivityindex.com/#year=2019&zoneIsoCode=ECU>



Angel Fiallos Ordoñez

Doctor en Ciencias Computacionales Aplicadas, máster en Administración de Empresas e Ingeniero en Sistemas de Información. Project Management Professional (PMP). Actualmente es docente, investigador y consultor en Data Science, Big Data, Comercio Electrónico, Cloud Computing y tecnologías educativas.
Email: angel.fiallos@ieee.org



<https://www.linkedin.com/in/angel-fiallos-ordonez/>

