



Columna



Marcela Pastenes

Gerenta general Cámara Regional del Comercio de Valparaíso

La nueva era del *e-commerce*

Desde la aparición de la venta por catálogo en 1920; la creación de Amazon en 1995, que posibilitó la venta *online*; y el lanzamiento del iPhone en 2007, que amplió las posibilidades de los teléfonos inteligentes, hemos sido testigos de una revolución digital y tecnológica sin igual en la historia, que nos ha hecho cambiar la forma en que nos comunicamos, interactuamos, compramos, nos informamos y hacemos empresa.

Una revolución que alcanzó su punto más álgido durante la pandemia y que, desde entonces, ha consolidado un nuevo hábito de consumo: hoy, dos de cada tres personas realizan sus compras en línea, confirmando que esta tendencia llegó para quedarse.

Como Cámara Regional del Comercio de Valparaíso, entendemos esta nueva realidad. Sabemos la importancia del *e-commerce* y el impacto especialmente significativo que puede tener en regiones como la nuestra, donde la geografía, la estacionalidad del consumo y las limitaciones logísticas han representado desafíos para la competitividad de las empresas.

Por ello, la realización de una nueva edición del Cyberday, organizada por la Cámara de Comercio de Santiago, vuelve a abrir una ventana de oportunidades para las empresas de la Región de Valparaíso. Gracias a una alianza estratégica, nuestras empresas socias podrán participar en este evento, sumándose a las cerca de 700 mar-

cas que ofrecerán productos y servicios con atractivas ofertas.

Estos eventos no sólo mueven la aguja comercial, con proyecciones que superan los US\$ 9.000 millones en ventas, sino que también visibilizan la capacidad de adaptación e innovación de las empresas regionales, demostrando que es posible llevar la oferta local a nuevos públicos y mercados.

Pero el desafío va más allá de estar presentes. Para participar con éxito, las empresas deben cumplir con altos estándares en usabilidad de sus plataformas, velocidad de carga, métodos de pago, seguridad de la información, eficiencia logística y servicio posventa. En otras palabras, el *e-commerce* exige profesionalismo, inversión y visión estratégica. Así, también, es fundamental saber escuchar las nuevas demandas y necesidades de los consumidores que, hoy más que nunca, están conscientes de toda la información disponible en internet y de cómo utilizarla para tomar las mejores decisiones de compra.

Sabemos que la falta de formación digital y la resistencia al cambio pueden jugar en contra, pero como CRCP seguiremos perseverando en este objetivo, porque creemos que estamos frente a una gran oportunidad para crear valor en el desarrollo de los negocios, en un mercado que es cada vez más complejo y competitivo, favoreciendo a nuestras empresas socias y, con ello, a la economía regional.