



**E-commerce**  
crecerá **60%**  
impulsado por **Covid-19**



# E-commerce crecerá 60% impulsado por Covid-19

Ante el confinamiento por el coronavirus, los usuarios han empezado a comprar más en línea, lo que causará un alza en el sector del comercio electrónico al cierre de 2020.

Para muchos la decisión sobre comprar o no en línea dependía hasta ahora del conocimiento y avidez tecnológica, o las promociones que esta forma de compra ofreciera; sin embargo, ante las medidas de aislamiento causadas por el coronavirus, las compras por internet se muestran al alza y se espera, que en México, este cambio de hábito haga crecer el sector de comercio electrónico 60% al cierre de 2020, de acuerdo a especialistas.

Se estimó que este formato de venta será impulsado en su mayoría por retailers y servicios de repartición de comida y objetos, en medio de la contingencia, mientras que otros sectores online, como la compra de boletos de avión o entretenimiento, irá a la baja; aunque, en el balance las empresas que capitalicen la tendencia saldrán ganando y el sector sumará nuevos compradores en línea.

“El beneficio no llegó de la manera en la que lo hubiéramos deseado; nadie quería que se impulsara por el encierro de la gente pero es lo que está pasando”, advierte Eric Pérez Grovas, presidente de la Asociación Mexicana de Venta en Línea (AMVO), en entrevista.

“Mucha gente está ya empezando a comprar por Ecommerce por necesidad, por lo menos en el tema de alimentos y medicinas y lo que sabemos por experiencias como el Hot Sale es que cuando compras por primera vez en línea en México ya se vuelven usuarios recurrentes, por lo que no tengo duda que estos compradores que ha traído el encierro se van a quedar”, dice Pérez.

A la par, Oliver Aguilar, analista de consumo de IDC, estimó que si bien el sector está en crecimiento, uno de los retos que enfrenta con la demanda, es la logística y que los tiempos de entrega de los productos podrían triplicarse.

En el país el comercio electrónico facturó 631,700 millones de pesos en 2019, según datos de la Asociación Mexicana de Internet; sin embargo, aún representa menos del 2% de todas las transacciones hechas en el sector retail del país.

