

Comercio electrónico crece más que el PIB y le aporta 4% (El Financiero 11/10/18)

Comercio electrónico crece más que el PIB y le aporta 4% (El Financiero 11/10/18) Héctor Usla y Diana Nava

Comprar una entrada al cine, pedir un taxi o comprar ropa mediante un teléfono o computadora con conexión a Internet es algo cada vez más frecuente. El e-commerce creció 4.5 veces más que la economía mexicana de 2013 a 2016 y en 2016 contribuyó con cuatro por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Al comparar el lapso de 2013 a 2016 (años disponibles), se observa que el comercio electrónico creció 42.1 por ciento, mientras que la economía avanzó 9.3 por ciento. En tanto, este sector aportó cuatro por ciento del PIB en 2016, según el INEGI. De acuerdo con Julio Santaella, presidente del instituto, esta modalidad de comercio ha mostrado un crecimiento importante en pocos años. "En 2013, contribuyó con 3 por ciento del PIB, en 2014 con 3.4 por ciento y en 2015 con 3.5 por ciento", expuso. Por primera vez, el INEGI incluyó en su oferta estadística cifras oficiales sobre el comercio electrónico de bienes y servicios, con el objetivo de ofrecer un mayor acercamiento a la economía digital. El valor monetario de las transacciones que se realizaron a través de Internet arrojó un monto de 803 mil 103 millones de pesos en 2016. Para Omar Galicia, director comercial de Mercado Libre, el comercio electrónico está en su mejor momento, aunque aún hay algunas barreras por derribar para aprovechar su potencial máximo. "El primer obstáculo es la bancarización, pues sólo 38 por ciento de la población mexicana dispone de estos servicios, también debemos generar un mayor clima de confianza, pues lamentablemente los fraudes son una constante y finalmente, debemos mejorar los sistemas de logística, con el fin de no elevar los precios finales por los excesivos cargos de entrega", puntualizó. Datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) arrojan que el e-commerce ha crecido a tasas de 40 por ciento en los últimos cinco años. Eric Pérez-Grovas, presidente de AMVO, prevé que dicha tasa se mantendrá e incluso podría aumentar en los próximos años, dado que el sector de pagos electrónicos está en pleno desarrollo.