

# Transformación digital en Latinoamérica avanzó 10 años en seis meses

La representante de Industry Manager para la Región Andina en Facebook, Paula Bárcenas, afirmó que debido a la pandemia, la transformación digital en América Latina habría avanzado 10 años en solo 6 meses.

“Si bien a nivel mundial la transformación digital ha logrado un importante avance de 5 años en este mismo periodo, en América Latina se muestra una mayor aceleración de este proceso”, manifestó durante su participación en la cuarta edición del *e-Summit Perú eCommerce 2020*, organizado por la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

En ese sentido, **resaltó el dinamismo de las compras electrónicas a través de mensajería digital**, considerando que hoy el 87% de la población mundial con acceso a Smartphone, usa aplicaciones para el envío de mensajes mayormente enfocadas en la compra de algún producto o servicio.

“Este número refleja no solo un crecimiento del comercio electrónico, el cual ha tomado ventajas respecto a otros canales, sino que demuestra también cómo las personas han cambiado sus hábitos de consumo respecto a las marcas”, precisó.

Según la especialista, a nivel global se envía 100 billones de

mensajes digitales, donde **Latinoamérica destaca como la región que más intercambia mensajes, siendo los envíos 1,4 veces más que el resto del mundo.** “Ello sería similar a que cada latinoamericano mande 150 mensajes por día”, manifestó.

## **Whatsapp**

Respecto al Perú, Paula Bárcenas, sostuvo que **somos uno de los países que más usa el WhatsApp en su rutina de compra, alcanzando al 77% de los peruanos que la utiliza.**

Precisamente entre junio y julio de 2020, **las categorías de productos y servicios que los peruanos más compraron por esta aplicación fueron: higiene personal (42%), ropa (39%), alimentos frescos 39%, etc.**

Así también la conveniencia del producto es un punto importante para los consumidores virtuales ya que define la decisión de compra. “El fácil proceso de pago, la llegada del producto al destino determinado y a tiempo, etc; son algunos requerimientos que hoy el consumidor toma en cuenta en esta nueva normalidad”, anotó.

Por su parte el vicepresidente de la CCL, Alberto Ego-Aguirre, afirmó que el Perú, a nivel regional es la sexta economía más digitalizada, creciendo a tasas que bordean el crecimiento promedio de América Latina. En ese sentido, proyectó que el eCommerce peruano cerrará el 2020 con un crecimiento del 100%, en un año en el cual se esperaba un

crecimiento del 10%.

Cabe mencionar que en el *e-Summit Perú eCommerce 2020*, participaron el director de Alianzas de SAP Customer Experience para Latinoamérica, Diego Faita; el presidente para Latinoamérica en VTEX, Santiago Naranjo; el gerente senior de Desarrollo de Negocios para Latinoamérica en eBay, Xavier Aguirre; así como otros destacados expertos nacionales y extranjeros.