

NEGOCIOS

## Qué tendencias marcarán el camino del ecommerce en 2024

Nicolás Della Vecchia



La Inteligencia Artificial y la hiper-personalización continuarán siendo un enfoque central en el e-commerce para este 2024. Lo mismo que la omnicanalidad, que jugará un papel fundamental en 2024.

19 Febrero de 2024 08.15

El **comercio electrónico** experimentó un crecimiento exponencial a nivel global, marcando un cambio irreversible en los hábitos de consumo de millones de personas. En 2023, de acuerdo a estimaciones de **Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI)**, los datos revelan una tendencia al alza en torno al 21% que proyecta un panorama prometedor para el **e-commerce** en América Latina, con especial atención en Argentina.

El panorama global del comercio electrónico en 2023 refleja un aumento constante en el número de compradores digitales, alcanzando más de 2.640 millones a finales de año, según datos de *Insider Intelligence*. Las ventas de comercio electrónico móvil también experimentaron un crecimiento sustancial, previendo alcanzar los 534.180 millones de dólares en 2024. **Juniper Research** destaca que se espera que los volúmenes globales de transacciones digitales superen los 1.1 billones para 2024, impulsados especialmente por los mercados emergentes.

0:14

Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI),la filial global de pagos de AMI, destacó que el mercado eCommerce en Argentina cerró 2023 con un crecimiento de 26% hasta alcanzar los US\$28.200 millones. Por otro lado, se espera que el mercado en Argentina crezca con una tasa anual compuesta de 22 % entre 2023 y 2026.

En la región, según las predicciones y estadísticas del eCommerce de [Statista](#), se esperan cifras de crecimiento por encima del 20% para el próximo 2024 sobre todo en países como Argentina, Brasil y México dentro de América Latina.

***E**n Argentina, el mercado del e-commerce registró un aumento del 125% en la facturación durante el primer semestre de 2023, según la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.*

"Ya no hay dudas de que el e-commerce es un canal primordial en el desarrollo de las empresas. El incremento que tuvieron las compras online fue clave para su expansión y se cree que eso continuará", apunta **Mariano Oriorabala, co-CEO de Infracommerce para Latinoamérica**, el mayor ecosistema independiente e integrado que combina tecnologías, servicios e infraestructura para digitalizar canales de venta.



Según Orioabala, este aumento no es simplemente una tendencia temporal, sino un cambio estructural en el comportamiento del consumidor.

Infracommerce, con más de una década de experiencia, se consolidó como uno de los [líderes en el comercio digital de la región en 2023](#). En el segundo trimestre, alcanzaron un volumen bruto de mercancías de 4.3 mil millones de reales brasileños, marcando un hito en su historia. La adquisición de Ecomsur en abril fortaleció su posición como líder en eCommerce en nueve países de Latinoamérica.

A pesar de los desafíos macroeconómicos y geopolíticos en 2023, Orioabala destaca el cumplimiento de metas en toda la región: "Hemos alcanzado las metas que nos hemos fijado para la compañía en toda la región con el crecimiento y fortalecimiento de la compañía".

"El 2023 fue un año muy importante en nuestra historia, ya que desde abril incorporamos a la familia Infracommerce a Ecomsur, logrando integrar 3 marcas representativas en Latinoamérica (sumando a Brandlive y Summa Solutions) al mayor ecosistema de servicios de eCommerce en Latinoamérica que es Infracommerce", detalla.



Infracommerce amplió sus centros de distribución, contando con 16 en mercados estratégicos de Latinoamérica (Brasil, Argentina, Chile, México, Perú, Panamá y Colombia), “el sector logístico tendrá una gran oportunidad de crecimiento para este año. Las empresas están buscando servicios de almacenaje que sean rentables y que les permitan competir con buenas ganancias en sus productos. Desde Infracommerce ofrecemos esta oportunidad a nuestros clientes con el servicio Last Mile Delivery”, comentó Orioabala.

## Las tendencias en comercio electrónico para 2024

Según Orioabala, la **omnicanalidad** jugará un papel fundamental en 2024. La integración efectiva de las tiendas físicas con las plataformas digitales permitirá crear una experiencia de compra bajo una misma estrategia de negocio en todos los canales. Esto implica que los consumidores podrán disfrutar de una transición fluida entre las compras en línea y offline, brindándoles flexibilidad y comodidad en cada etapa del proceso de compra.

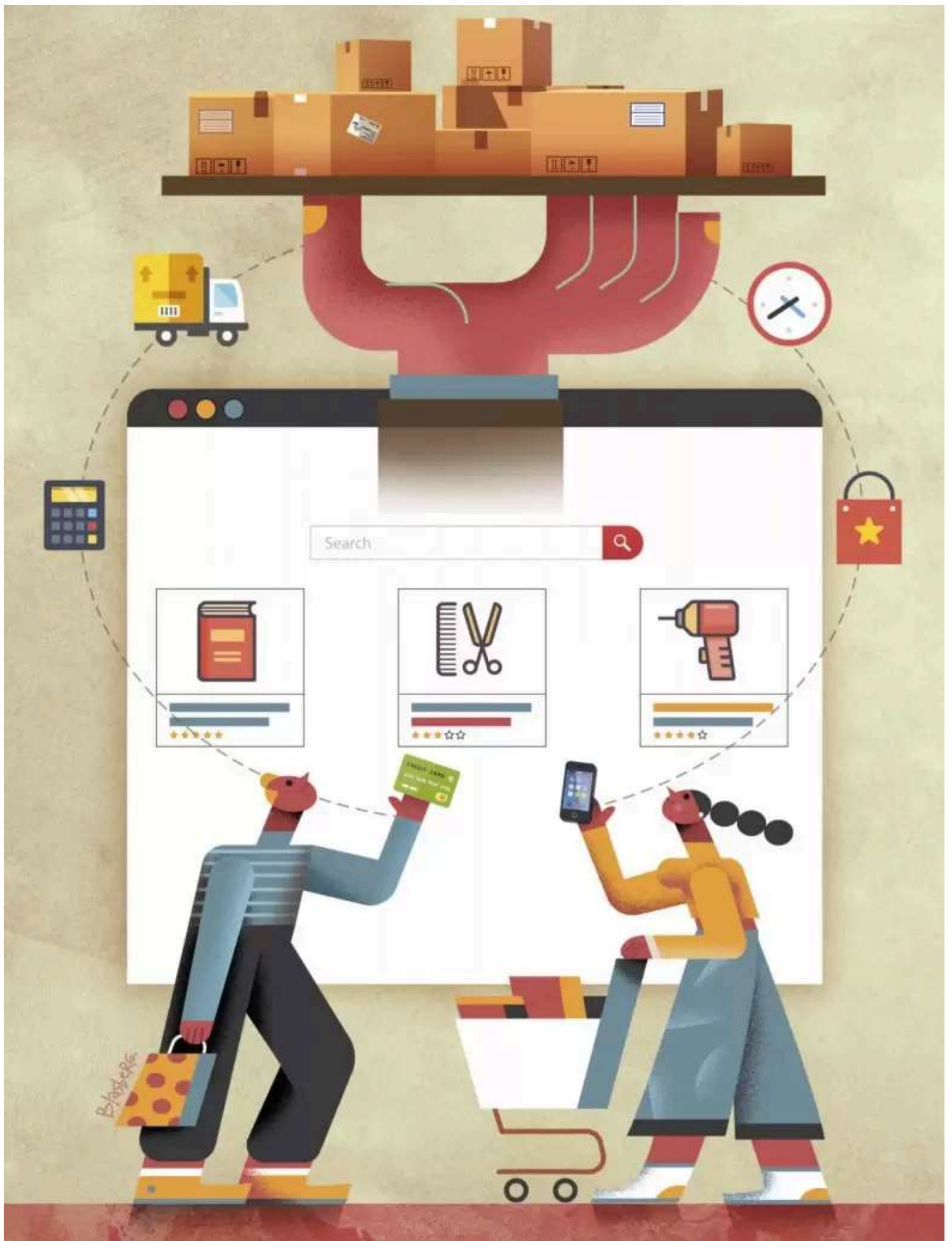
La **Inteligencia Artificial** y la **hiper-personalización** continuarán siendo un enfoque central en el e-commerce para este 2024. Orioabala destaca los avances tecnológicos que permitirán experiencias de compra más personalizadas. Desde recomendaciones de productos precisas hasta interfaces adaptadas a los gustos individuales de los consumidores, la tecnología desempeñará un papel clave en asegurar que cada interacción sea única y relevante para cada usuario.



El CEO de **Infracommerce** resalta que las entregas el mismo día serán un factor crucial al tomar decisiones de compra en línea. Este cambio en la expectativa del consumidor exigirá que los minoristas optimicen sus cadenas de suministro y operaciones logísticas para responder de manera ágil y efectiva a las demandas de los compradores. La rapidez en la entrega se convertirá en un diferenciador clave en el competitivo mercado del e-commerce.

La **adopción de la realidad aumentada y virtual en el e-commerce** seguirá creciendo, según Oriorabala. Esta tecnología permitirá a los consumidores probar productos de manera virtual antes de realizar la compra, mejorando significativamente la toma de decisiones. La capacidad de visualizar productos en contextos del mundo real antes de comprarlos aumentará la confianza del consumidor y reducirá las devoluciones, mejorando la eficiencia del proceso de compra en línea.





Este modelo eficiente permitirá a las empresas optimizar sus inventarios y ofrecer una variedad más amplia de productos sin los costos asociados al almacenamiento.

La comodidad en los métodos de pago seguirá siendo prioritaria. Habrá -según Oriozabala- una mayor adopción de pagos sin contacto y la aparición de métodos innovadores que simplificarán aún más el proceso de compra. La búsqueda de métodos de pago más eficientes y seguros continuará impulsando la innovación en este aspecto fundamental del comercio electrónico, no solo en Argentina sino en toda Latinoamérica.

## Los desafíos que vienen

Uno de los desafíos clave para Infracommerce en 2024 es alcanzar un crecimiento de doble dígito en toda Latinoamérica. Oriozabala destaca la importancia de la innovación y la implementación de tecnologías como la Inteligencia Artificial para lograr este objetivo.

El ejecutivo comparte la visión de que el futuro es B2B, pues el mercado tiene una proyección de crecimiento del 80% en las interacciones de ventas digitales para 2025, según la investigación de **Gartner**. Destaca la creciente preferencia por experiencias de ventas sin vendedores, especialmente entre los millennials.

Oriozabala concluye su visión para 2024 poniendo énfasis en la estrategia que ubica al consumidor en el centro de las propuestas de valor de las marcas y en trabajar en la omnicanalidad y la transformación digital de las marcas. El co-CEO de Infracommerce subraya: "*Para 2024, los ganadores serán aquellos ecommerce que conozcan bien a sus clientes y mercado potencial, ofreciendo la mejor experiencia en cada etapa del proceso de compra, ya sea en el mundo físico, virtual o en la integración de ambos*".

TAGS

Ecommerce    Tendencias



MÁS  
VISTAS