

BOLETÍN No. 285

Necesaria la incorporación de profesionistas del comercio electrónico y brindar seguridad a los usuarios.

Valor estimado del mercado de esta modalidad comercial aumentó un 28.3%; señala AI.MX

De acuerdo a diferentes fuentes informativas, como el INEGI y la Asociación Mexicana de Internet (AI.MX), casi 60 millones de mexicanos navegan en Internet, pero sólo la mitad de las empresas en México cuentan con una página u otro tipo de medio electrónico para darse a conocer, por lo que es necesario impulsar su inserción al entorno digital, pero además la incorporación de profesionistas especializados para atender tendencias del comercio electrónico y brindar seguridad a los clientes.

Esto lo comentó Alejandro Israel Romo Martínez, profesor investigador del Centro de Ciencias Empresariales de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, al mencionar que anteriormente los hábitos de Internet se centraban principalmente en el uso de correo electrónico y medios sociales, sin embargo, ha aumentado significativamente las compras en línea.

El Estudio del comercio electrónico en México de la AI.MX señala que el valor estimado del mercado de esta modalidad comercial aumentó un 28.3% en tan sólo un año, pasando de 257 miles de millones de pesos a 329 del 2015 al 2016, además de que el 75% de los usuarios mexicanos de Internet han realizado compras en línea, y a nivel global el 67% de los compradores en línea realizaron adquisiciones de carácter internacional.

Sin embargo, Romo Martínez destaca la importancia de brindar seguridad y confianza a los usuarios, uno de los elementos señalados como primordiales para la adopción de las tecnologías de información y comunicación, así como de oportunidades comerciales, de acuerdo al informe de Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2017; por lo que enfatizó que la UAA a través de su licenciatura en Comercio Electrónico capacita a futuros profesionistas para atender este reto.

Al respecto, apuntó que para la implementación de tiendas electrónicas es necesario el desarrollo de certificados de seguridad que garanticen la privacidad de la información, por ejemplo: los nuevos certificados llamados asincrónicos instalan claves tanto para la computadora del usuario como para el dispositivo donde se alberga la plataforma digital de compra por Internet, lo cual permite que la información personal o bancaria del cliente esté encriptada, es decir, que quienes administran o hacen uso de la tienda digital no puedan acceder a la información del usuario.

Por ello, informó que los usuarios de Internet deben asegurarse de que, al realizar una compra por Internet, se encuentre en la dirección electrónica una letra s posteriormente a la leyenda http, e incluso la señalización de un color verde, indicando la actualización y pertinencia del certificado de seguridad para dicha plataforma.

Por otra parte, los aspectos tecnológicos no son los únicos que permiten brindar confianza a los

Aunque el comercio electrónico sigue aumentando, sólo la mitad de las empresas mexicanas cuentan con tiendas en línea

usuarios, por lo que también es necesario atender diferentes tendencias del comportamiento del consumidor, como la búsqueda de testimonios expuestos desde las plataformas mediante las cuales se promueven las compras permitiendo el posicionamiento de las empresas.

