



OPINIÓN | EL NEGOCIO EN BUSCA DE SENTIDO

Estrategias del comercio electrónico: un propósito más allá de las transacciones

Triunfar exige claridad, innovación constante y conexión auténtica con las necesidades de las personas.

Imagen ilustrativa. Negative Space / Pexels

20.12.2024 14:08 Lectura: 4' **ESCUCHAR**



En el mundo del comercio electrónico, donde la tecnología y las tendencias evolucionan a un ritmo vertiginoso, las empresas que triunfan no son aquellas que simplemente adoptan herramientas, sino las que construyen sus estrategias alrededor de un propósito claro y duradero. **Marcel Mordezki**, catedrático de gestión tecnológica e innovación de Universidad ORT Uruguay, nos recuerda que el propósito empresarial es la piedra angular que conecta a las e con sus clientes y otorga sentido a cada decisión tecnológica.

En palabras de Mordezki, las estrategias verdaderamente perennes son aquellas que responden a lo que no cambia en el tiempo. Amazon, por ejemplo, ha cimentado su éxito en principios invariables: precios bajos, surtido amplio y entregas eficientes. Estos pilares estratégicos reflejan un propósito claro: hacer accesible lo que el cliente necesita, de forma confiable y sencilla.

Para las pequeñas y medianas empresas (pymes), esta reflexión es crucial. En un mercado con fuerte presencia de plataformas como Instagram, marketplaces y sitios web propios, la tecnología debe utilizarse como un medio para cumplir objetivos alineados con el propósito de la empresa. Por ejemplo, una pyme con un compromiso social podría priorizar inversiones en procesos logísticos que minimicen el impacto ambiental, reforzando así su misión y diferenciándose de la competencia.

Un negocio cuyo propósito sea mejorar la calidad de vida de sus clientes puede utilizar el D2C (directo al consumidor) para personalizar la oferta, basándose en preferencias e historial de compras. Esto no solo aumenta la rentabilidad a largo plazo, sino que también refuerza el propósito empresarial en cada interacción.

En Latinoamérica, por ejemplo, más del 80% de las personas en la base de la pirámide económica sigue utilizando efectivo como método principal. Esto subraya la necesidad de estrategias que combinen innovación tecnológica con un cambio cultural. Además, los flujos transaccionales B2B (business to business), a menudo poco eficientes, presentan una gran oportunidad de mejora mediante la automatización y la digitalización. Estas transformaciones no solo optimizan operaciones internas, sino que también mejoran la experiencia del cliente, haciendo que lo digital sea la norma.

La cultura organizacional es el pilar del cambio. La transformación digital no ocurre en un vacío; exige un cambio cultural profundo. Las grandes empresas, con estructuras jerárquicas y procesos establecidos, enfrentan resistencias al cambio. Por otro lado, las startups y empresas familiares, aunque más ágiles, suelen carecer de recursos tecnológicos avanzados. Las industrias tradicionales, a menudo rezagadas, necesitan invertir en educación y en la renovación de mentalidades para adaptarse a un mundo digital.

El cambio cultural también impacta a nivel individual. Si bien los usuarios han adoptado masivamente tecnologías como la banca digital, los empleados enfrentan incertidumbre sobre la estabilidad de sus empleos y la relevancia de sus habilidades. Aquí es donde cobra importancia un enfoque de aprendizaje continuo, que permita enfrentar los cambios constantes con confianza y flexibilidad.

La inteligencia artificial (IA) es un ejemplo paradigmático de cómo la tecnología puede revolucionar procesos empresariales. Sin embargo, también plantea retos éticos significativos, como el uso responsable de datos y la privacidad. Las empresas con un propósito claro utilizan la IA para mejorar la experiencia del cliente, optimizar recursos y personalizar interacciones, todo mientras fortalecen la confianza y la lealtad. Por ejemplo, los modelos de negocio D2C permiten a las marcas controlar la experiencia del cliente de manera integral, alineando cada interacción con su misión.

La aceleración de los sistemas de pago digitales, impulsada por billeteras virtuales y open banking, ilustra cómo la tecnología puede transformar la inclusión financiera. Sin embargo, en regiones como LATAM, la preferencia por el efectivo en comunidades de bajos recursos refleja barreras culturales y económicas. Estrategias adaptadas al contexto, como incentivos para la adopción de pagos digitales, son clave para superar estas limitaciones y fomentar un cambio sostenible.

En un mundo empresarial cada vez más digital, la transformación no se limita a la adopción de tecnología. Se trata de construir un camino guiado por un propósito que trascienda las transacciones. Las marcas que lideren con intencionalidad y coherencia estarán mejor posicionadas para innovar con sentido, forjar relaciones auténticas con sus clientes y marcar una diferencia positiva.

Lo que realmente perdura no son las herramientas ni las tendencias, sino el impacto significativo que una organización genera en la vida de las personas y en la sociedad. Esa es la esencia de una transformación digital con propósito.

Suscríbete GRATIS a nuestro canal de WhatsApp y recibí las noticias en tu celular

Comentarios: 0

¿Qué querés ver?

Acerca de los comentarios

Hemos reformulado nuestra manera de mostrar comentarios, agregando tecnología de forma de que cada lector pueda decidir qué comentarios se le mostrarán en base a la valoración que tengan estos por parte de la comunidad. **AMPLIAR**

DEBES INICIAR SESIÓN PARA ENVIAR COMENTARIOS



FIRMA



Teresa Cometto

Directora de empresa y de carreras universitarias en el área de negocios. Amante del estudio, química de profesión, profesional de marketing y doctora en Administración de empresas. Investigadora de la interfase entre marketing y ventas, autora de artículos presentados en congresos internacionales y publicados en revistas indexadas de gran prestigio tales como el Journal of Business Research. Su propósito: apoyar a las personas en su viaje hacia la mejor versión de sí mismas; hacer una diferencia en la vida de la gente fomentando un entorno donde cada uno — colaboradores, alumnos y los más vulnerables— puedan florecer y alcanzar su pleno potencial.

teresa.cometto29@gmail.com

MÁS DE CONFIRMA



Estrategias del comercio electrónico: un propósito más allá de las transacciones



Aunque puede ser leída, esta columna no existe



El macrocefalismo y la catástrofe demográfica que Uruguay padeció durante el siglo XX



¿Quieren que les cante “Feliz Navidad” de José Feliciano en coreano? Podría intentarlo