Publicado en Ciudad de México el 31/08/2018

# [ECSE, crece a la par de la industria](http://www.notasdeprensa.es)

## ECSE presenta cartelera de 12 speakers internacionales e incrementa capacitación para la industria. 7 de cada 10 usuarios compran en internet por su practicidad y oferta, ahí radica la importancia de ser creativos y efectivos a la hora de colocar mensajes, mencionó Mario Nissan

 eCommerce Summit and Expo – ECSE 2018, el evento que se consolidó como el punto de encuentro más importante para la industria del comercio electrónico en México, celebrará su segunda edición los días 26 y 27 de septiembre en Centro Citibanamex. Además de conservar el alto nivel en su programa educativo, con un line up de líderes internacionales, presentará un mayor número de expositores que darán a conocer sus soluciones en el piso de exhibición. En conferencia de prensa, Philippe Surman, Country Manager de Reed Exhibitions, empresa organizadora de ECSE, mencionó que la importancia de este evento radica en el acelerado crecimiento que está teniendo la industria, "las empresas tienen cada día una necesidad mayor de conocer más sobre lo que los grandes players están haciendo para superar las barreras que implican la transformación digital". Esta presentación contó con la participación de Pierre-Claude Blaise, Director General de la Asociación de Venta Online (AMVO); Miguel Ángel Leaman, Director Ejecutivo de Modelos de Negocios Internacionales de Proméxico; Guillermo Escobar, Vicepresidente de Desarrollo de Mercado de Mastercard México y Centroamérica; Gustavo Barcia, CEO de ISDI México; Mario Nissan, Consulting and Media General Manager de Flock y embajador de ECSE. En la conferencia, Pierre-Claude Blaise afirmó que "el crecimiento del comercio electrónico en México continúa de forma acelerada y refleja un aumento en la confianza e interés de la sociedad por realizar compras en línea. El 70% de los internautas en el país realizan compras por internet siendo los principales detonadores la practicidad y ofertas disponibles". Ante una mayor competencia, Mario Nissan recomendó "ser creativos y efectivos a la hora de colocar mensajes. En digital hay que estar enfocados a ser relevantes en diferentes plataformas para usuarios generadores o consumidores de contenidos por igual pues con el mundo digital migrando hacia el móvil, el usuario requiere de formatos nativos que se adapten a sus necesidades, así como de estrategias y contenidos que detonen la interacción". Asimismo, se destacó la relevancia del ecommerce en la exportación de productos mexicanos. Leaman comentó que "57% de los compradores en línea, realizaron una compra online en los últimos seis meses a un minorista extranjero", además "se espera que para el año 2020, el comercio electrónico transfronterizo exceda los 300 billones de dólares a nivel mundial". Esto, ha representado una oportunidad para las medianas y pequeñas empresas que buscan llevar sus productos fuera de México, de ahí que Proméxico se sume a estos proyectos. La dependencia lanzará la plataforma Marketplace B2B, se trata de un sistema que permite relacionarse a empresas mexicanas y compradores internacionales para realizar negociaciones y transacciones comerciales transfronterizas. Esta plataforma es única en su tipo en toda Iberoamérica, además de facilitar la relación entre fabricante y distribuidor o entre un distribuidor y un comercio minorista. "En Mastercard estamos firmemente comprometidos en impulsar el comercio electrónico en México. Creemos que la piedra angular para el crecimiento de este mercado reside en fortalecer la seguridad del ecosistema digital, así como la experiencia del usuario. Para ello, trabajamos en conjunto con los emisores y comercios para implementar nuestras soluciones tecnológicas que permiten realizar compras de manera fácil, conveniente y seguras para los consumidores mexicanos" comentó Guillermo Escobar. De acuerdo con Surman, existe una preocupación generalizada por apoyar la aceleración de la industria, ello ha contribuido a que los avances del último año sean significativos, pero aún resta un largo camino por recorrer en el comercio electrónico mexicano. En este sentido, ECSE fomenta el desarrollo a través de ponencias impartidas por: Mitch Lowe, Cofundador de Netflix; Uri Levine, Cofundador de Waze; Germán Spataro, VP Hispanic Markeplaces de Mercado Libre; Ji Hiuk, Director de eCommerce y Lead Digital de Nielsen; Shinji Kimura, CEO de Rakuten USA; Michelle Evans, Global Head of Digital Consumer Resarch de Euromonitor International; Chau Banks, CTO de Revlon; Justo Abán, Director de Comercio Electrónico de Deportes Martí; Luis Macín, VP eCommerce de Nestlé; Renato Guerra, Country Manager de Privalia México; Juan Carlos García, Sector Lead Retail México de Google; Pablo Gómez Gallardo, VP eCommerce and Digital Advertising de Aeroméxico; José Zaga, Director General de Vicky Form; entre otros. Asimismo, el evento contará con la participación en el piso de exhibición de marcas como Magento, Clear Sale, Estafeta, Envío Click, entre otras. ECSE es un evento organizado por Reed Exhibitions México, líder mundial en organización de eventos, tendrá lugar el 26 y 27 de septiembre en Centro Citibanamex. Para más información, consultar: www.ecse.mx.

**Datos de contacto:**

Malinali Estrada

Relaciones Públicas

5588526099

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/ecse-crece-a-la-par-de-la-industria\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Finanzas Telecomunicaciones Marketing Emprendedores Eventos E-Commerce Recursos humanos Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)