

Por pandemia, negocios del Centro Histórico migraron a ventas digitales

La plataforma Centro en Línea nació el 30 de abril del año pasado con 65 negocios, hoy suman dos mil 700 locales.



Siete de cada 10 establecimientos no hacían ventas en línea con anterioridad. Foto: © Fernando Luna Arce

f

X

in

Del escaparate físico a los mostradores en línea, los empresarios del Centro Histórico tuvieron que incursionar en el mundo digital luego de que los establecimientos del primer cuadro de la Ciudad de México fueron de los más golpeados por los parones de actividades no esenciales decretados durante la primera y segunda ola de contagios de Covid-19.

Para que los negocios del Centro no perdieran clientes durante el cese de actividades, la Autoridad del Centro Histórico, la **Secretaría de Desarrollo Económico** y los **mismos empresarios de la zona idearon una solución: una especie de Sección Amarilla digital** para vincular clientes con negocios. Así nació, el 30 de abril, la plataforma centroenlinea.cdmx.gob.mx.

Datos de la Autoridad del Centro Histórico proporcionados a *Forbes México* indican que **hace casi un año eran apenas 65 locales registrados en la plataforma, pero a la fecha son ya más de dos mil 700 establecimientos**, desde abarrotes, alimentos preparados, artículos de vestir, hogar y construcción, hospedaje y turismo hasta mercados, librerías, artículos de novia, entre otros.

Fue así que establecimientos con décadas de historia, como la **afladuría Leura**, que fue fundada en 1890, la **Camisería Bolívar**, en servicio desde 1898 o el clásico **Café La Blanca**, que atiende a sus comensales desde 1915 dieron un **brinco tecnológico** e irrumpieron en el mundo digital, en un intento de conservar a sus clientes en medio de dos cierres de actividades.

De acuerdo con el Cuestionario de Impacto Económico aplicado por la Autoridad del Centro Histórico a 250 locales de la zona, **el 70.92%, es decir, siete de cada 10 establecimientos dijeron no tener ventas en línea**, por lo que su incursión en centroenlinea.cdmx.gob.mx representó un paso del todo nuevo para ellos.

La plataforma es como realizar un viaje virtual por las calles del Centro Histórico. En ella se pueden encontrar 22 diferentes categorías. Por ejemplo, la de Novias, XV años y ceremonias tienen 92 establecimientos registrados que están asentados en la famosa Calle de las Novias, en República de Chile. En la categoría Hogar y Construcción se encuentran los servicios de los locales ubicados en la calle Corregidora y Ayuntamiento, entre otras.

“En estos prácticamente 12 meses, los empresarios han sido acompañados en esta inmersión digital con cursos como sobre cómo montar una tienda en línea y atraer clientes desde casa, o cómo aumentar las ventas a través de internet por medio de técnicas como smart impact, redes sociales para negocios, fotografía de producto e incluso sobre paquetería”, indicó la Autoridad del Centro Histórico a este medio.

“De esta forma mil 200 establecimientos muestran su catálogo con sus productos básicos y precios, mientras que mil 300 han apostado por sitios propios cuyas ligas también se ubican en centroenlinea.cdmx.gob.mx”, añadió.

La categoría que registra mayor porcentaje de negocios inscritos es la de Moda y textiles, con 15.17%; seguida de Mercados, con 13.27%; Alimentos preparados y bebidas, con 8.61%; Instrumentos Musicales, Tecnología y Audio, con 6.31%; Hogar y Construcción y Joyería y sus derivados, con 5.59% cada una, entre otros giros.

Sectores que se han visto más golpeados por la pandemia, como el caso de venta de vestidos para fiestas, han implementado otras técnicas de venta a partir de la plataforma centroenlinea.cdmx.gob.mx, como pruebas de maquillaje, descuentos de 70%, pagos a meses sin intereses o apartado de ropa, con el objetivo de reactivar sus ventas y mantener los empleos.