



## El futuro del e-commerce y las tendencias empresariales para este 2022

---

- [Shopify](#) el principal servidor de e-commerce en México, presenta su informe anual “The Future of Commerce” con las principales tendencias empresariales para Pymes en este 2022.
- 

**CDMX. 2022.** En los dos últimos años se han producido cambios sin precedentes en la forma en la que los empresarios inician y dirigen sus pequeñas empresas. Como propietario de una pequeña empresa, la mejor herramienta con la que se cuenta es la información; información sobre cómo otras empresas han logrado mantenerse en el mercado a pesar de la crisis mundial a causa del Covid 19 y sobre qué buscan los clientes a la hora de comprar en una época de cambios.

Con el fin de aportar herramientas e información de valor a las Pymes, [Shopify](#) la plataforma número uno de e-commerce, realizó una investigación en la que entrevistó a responsables en la toma de decisiones de importantes empresas y a los consumidores para saber qué es lo que más les importa en esta nueva era del comercio. Como resultado de esto, [Shopify](#) ha identificado siete tendencias empresariales clave para las Pymes que comparte su informe anual “[The Future of Commerce](#)”.

Según este estudio, las 7 tendencias empresariales que las Pymes deben tener en cuenta para este 2022 son:

### 1. Priorizar la experiencia del cliente.

Ofrecer una experiencia memorable a los clientes genera lealtad y hace que vuelvan una y otra vez, es por esto que todo buen empresario pone gran interés en ello. Según un estudio llevado a cabo por Forrester Consulting en nombre de [Shopify](#), el 27% de las empresas dijo que mejorar la experiencia del cliente era su primera o segunda prioridad para el 2022. El 77% de los clientes respondió que lo más importante son las imágenes precisas, un 76% consideran muy importante la posibilidad de encontrar fácilmente toda la información del producto, y el 70% identificó como valiosa la posibilidad de ver las valoraciones y comentarios de los clientes.

### 2. Centrarse en los ingresos en línea, incluidos los mercados.

Las tendencias de las pequeñas empresas muestran que las ventas en línea siguen siendo clave para el crecimiento. Según datos de la encuesta, el 54% de las empresas afirma que su equipo de comercio debe centrarse en los ingresos online para alcanzar sus metas del 2022. Las empresas también señalaron la importancia de los [marketplaces](#), ya que el 56% dijo que tenía previsto aumentar la inversión en los mercados de comercio electrónico. El último lugar en el que hay que fijarse es en las plataformas de las redes sociales, la encuesta muestra que el 49% de las empresas tienen previsto aumentar la inversión en comercio social.

### 3. Optimizar tu carácter único.

Una de las preocupaciones de la expansión a los mercados online es el aumento de la competencia, el 40% de las empresas afirma que, a causa de este aumento, es probable que su equipo de comercio no logre alcanzar sus objetivos de venta.

¿Cómo se puede convencer a los clientes para que elijan una marca propia en lugar de otra? Dicha investigación arrojó que el 61% de los clientes considera muy importante que, en primer lugar, quede clara la garantía de calidad o satisfacción y, el 58% de los clientes votó por la posibilidad de contactar con el servicio de atención al cliente a través del canal de su elección, eso significa proporcionar múltiples vías de contacto, ya sea por correo electrónico, medios sociales o chat en vivo.

#### **4. Invertir en soluciones para los problemas de la cadena de suministro.**

La pandemia ha demostrado realmente cómo los problemas en la cadena de suministro pueden afectar incluso a las pequeñas empresas. Los datos arrojados en la encuesta mostraron que el 40% de los consumidores dijeron que los retrasos en la cadena de suministro global afectarán de alguna manera a los pedidos. Las principales preocupaciones son los retrasos y costos adicionales al [hacer envíos](#), seguidos de los retrasos en la fabricación.

Para evitar recortar los costos y hacer frente a estos problemas, está surgiendo una clara tendencia empresarial a invertir en solucionarlos. El 45% tiene previsto invertir en capacidad de fabricación, el 44% en mejorar la colaboración con los socios de la cadena de suministro y el 44% en aumentar la velocidad de su cadena de suministro.

#### **5. Construir confianza con los clientes haciendo que los envíos sean más rápidos y transparentes.**

Cada vez es más habitual que, al comprar por Internet, los envíos sean gratuitos y rápidos, pero puede ser una meta difícil de alcanzar para las pequeñas empresas. Las empresas identificaron tres áreas en las que invertirán en envíos para este 2022: reducir los costos de envío con envíos gratuitos y tarifa plana, mejorar la flexibilidad de los envíos y de las [políticas de devolución](#), y cambiar las estrategias de envío para reducir el impacto de los retrasos en los envíos globales.

El 49% de las empresas tiene previsto invertir en la transparencia de los envíos y el 46% de los clientes dijo que buscaba esto al comprar.

#### **6. Facilitar los envíos internacionales a los clientes.**

El comercio online ha hecho posible comprar en todo el mundo, pero los clientes siguen teniendo algunas dudas. El 43% no quiere tener que pagar tasas adicionales por los [envíos internacionales](#), y también les preocupa pagar mayores gastos de envío o que el envío tarde más tiempo.

Conscientes de esto, [Shopify ha añadido a su plataforma](#) herramientas que ayudan a optimizar una tienda para los compradores internacionales, con los ajustes de precios para los diferentes mercados globales, impuestos localizados y el establecimiento de tarifas claras en los envíos internacionales.

#### **7. Invierte en sostenibilidad.**

Tanto las empresas como los clientes están cada vez más preocupados por el impacto que el comercio tiene en el planeta. En los próximos 12 meses, el 46% de las empresas tiene previsto invertir en soluciones ecológicas permitiendo a los clientes reciclar fácilmente los productos, el 39% quiere mejorar la eficiencia de su proceso de fabricación y el 39% tiene previsto invertir en el uso de materiales naturales, renovables o reciclados.

Para obtener más información sobre este y muchos otros temas más, Shopify cuenta con un [blog](#) y el podcast “[Masters del Ecommerce](#)” en el que crea material para mantener informada a la comunidad. Este mes el tema que presentan es ¿Cómo va a ser el comercio del futuro? donde hablan sobre las tendencias que impactarán directamente a las tiendas online y cómo hacer para conseguir o mantener una ventaja.

**...Sin lugar a duda estás tendencias pueden ser de gran utilidad para determinar en qué aspectos es importante concentrarse e invertir durante este 2022.**

### **Acerca de Shopify.**

Shopify es el servidor de e-commerce preferido por millones de negocios en todo el mundo. Una plataforma potente con todas las funciones de comercio electrónico y punto de venta que se necesitan para comenzar, administrar y hacer crecer un negocio.

[Shopify ofrece 14 días gratis](#) para crear de forma fácil una tienda en línea, sin tarjeta de crédito o datos bancarios.

Página web. <https://www.shopify.com.mx/>

**RR.SS.** Facebook. [@ShopifyES](#) | LinkedIn: [@Shopify](#) | IG. [@shopify](#) | Twitter: [@Shopify](#)