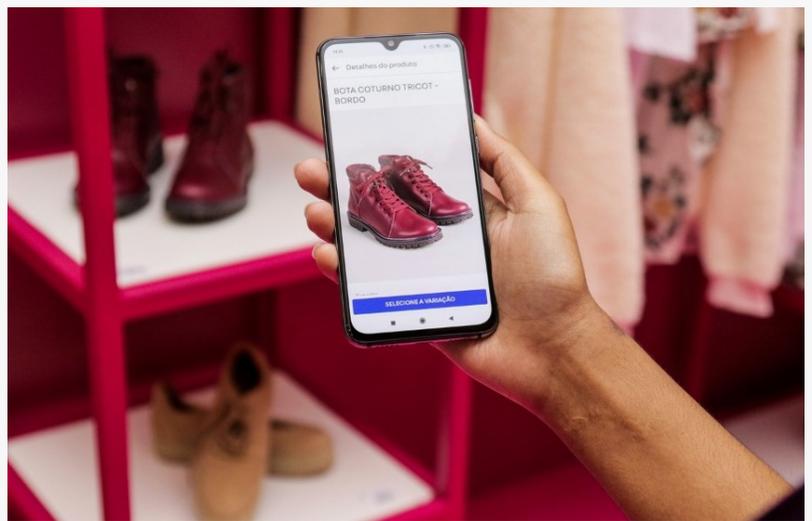


Nueva normalidad: 5 tendencias de ecommerce para el 2022

El 78% de los peruanos prefiere comprar a través de páginas web (Datum)

En 2020, el ecommerce movió US\$ 6000 millones (Cámara Peruana de Comercio Electrónico)

LIMA, LIMA (LIM), PERÚ, December 2, 2021 /EINPresswire.com/ -- [VTEX](#) (NYSE: VTEX) En los últimos dos años se han acelerado notablemente los procesos de digitalización en todo tipo de compañías, así como el comercio electrónico en el Perú. Según un estudio de McKinsey, en 90 días el comercio electrónico creció más de 300%, es decir, solo en 3 meses, se logró un crecimiento de 10 años en ecommerce.



En el 2022, los comercios electrónicos deberán considerar factores como ultra conveniencia, quick-commerce, comercio colaborativo, social commerce y compra sostenible.

En ese sentido, el Observatorio Ecommerce Perú de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE) estima que durante el 2020 se movieron alrededor de US\$ 6,000 millones. Se avizora que esta tendencia se mantenga al alza y alcance un crecimiento del 110% hacia el 2025 en nuestro país, como señala la investigación de Euromonitor para Google.

“Hoy ya no hablamos de una tendencia digital en los negocios, sino de una realidad digital. Por eso, es necesario que, cuando un negocio tiene la iniciativa de digitalizarse, lo tome en serio”, afirma [Yuriko Huayana](#), Country Manager de VTEX Perú.

Poco a poco, el comercio y las actividades se viene reactivando en nuestro país a un paso, cada vez, más acelerado. Por ello, ante la pregunta, ¿qué esperar del comercio electrónico en 2022? Huayana expone 5 tendencias de digitalización de negocios a considerar:

1. Ultra conveniencia. No solo es básico que una plataforma funcione bien en el formato online. El punto de venta ya pasó a ser un punto de experiencia (UX), donde el consumidor busca hacer su compra en pocos pasos. El reto está en combinar, por ejemplo, un carrito de compras sin contraseñas, ágil e inteligente, y a la vez seguro, que evite la pérdida de información y el fraude.



Hoy ya no hablamos de una tendencia digital en los negocios, sino de una realidad digital. Por eso, es necesario que, cuando un negocio tiene la iniciativa de digitalizarse, lo tome en serio.”

Yuriko Huayana, Country Manager de VTEX Perú

Hoy, la tecnología nos permite lograrlo.

2. Quick-commerce (comercio rápido), donde es clave lo que en logística se conoce como “última milla”. Podríamos hablar de tres etapas: el recojo en tienda, el delivery (a través de un tercero) y la velocidad con que este se ejecuta. De hecho, hay compañías cuya única promesa de valor es la velocidad en la entrega. Parte del reto para los comercios electrónicos será acoplar esta capacidad logística en sus procesos de entrega de producto y acompañar una buena experiencia de compra con un delivery más ágil.

3. Comercio colaborativo, que se da principalmente a través de los marketplaces, que hoy en día son más horizontales y con numerosas categorías. Aquí, el desarrollo pasa por la especialización de los marketplaces y la evolución de sus modelos de negocio, a fin de que permita a los comercios ampliar su alcance de mercado y reducir gastos generales.

4. Social commerce, lo cual ya se viene dando a través de la gestión que muchas marcas hacen a través de los influenciadores en redes sociales. Pero ¿qué tal si llevamos estas pruebas o tests de producto a nuestra propia página, de un “earned media” al “own media”? Esto nos ayudaría a tener un contacto sin intermediarios con nuestros clientes, lograr una mejor trazabilidad de las conversiones, mejorar los procesos comerciales, entre otros.

5. Compra sostenible, como un valor determinante para la compra. El consumidor cada vez busca más productos, cuyos valores asociados estén relacionados con causas positivas (sociales, medioambientales u otras).

De cara a la nueva normalidad que comenzamos a vivir, se espera que estas tendencias sean determinantes para un siguiente paso en la evolución del comercio digital en nuestro país. “La digitalización es un reto importante, al interior de las organizaciones, que puede traer resultados importantes para los comercios, no solo hablamos de crecimiento en ventas, sino también de hacer más eficientes los procesos comerciales”, concluye Huayana.

Sobre VTEX

VTEX (NYSE: VTEX) ofrece una plataforma de comercio digital software-as-a-service destinada a grandes empresas y retailers. Nuestra plataforma permite a nuestros clientes ejecutar su estrategia de comercio, incluyendo la construcción de tiendas online, la integración y la gestión de pedidos a través de canales, y la creación de marketplaces para vender productos de terceros. Fundada en Brasil, somos líderes en acelerar la transformación del comercio digital en América Latina y nos estamos expandiendo globalmente. Nuestra plataforma está diseñada con estándares y funcionalidades de nivel enterprise. Contamos con la confianza de más de 2000

clientes con más de 2500 tiendas online activas en 32 países, que gracias a VTEX se conectan con sus consumidores de forma significativa.*

*Cifras del año fiscal al 31 de diciembre de 2020.

Juan Rubio

Realidades

juan.rubio@realidades.pe

Visit us on social media:

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/557411807>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.