**Logística y las tendencias clave para**

**el *retail* en 2022**

**XXX de XXXXX de 2021 -** La experiencia del usuario, mejoras tecnológicas, respeto a la privacidad, compras híbridas, **servicio *Pick-Up***, diversidad en sistemas de pago y simplificación de procesos, son algunas de las tendencias que continuarán en el mercado[***retail***](https://clicoh.prezly.com/clicoh-participara-en-el-retail-day-2021) para el próximo año en **Latinoamérica**. A su vez, la reducción de riesgos y tiempos en la cadena de suministro se convierte en una prioridad para empresas ***e-commerce***.

En 2021, según [**America’s Market Intelligence (AMI)**](https://americasmi.com/insights/latin-america-e-commerce-market-projections-2024/), América Latina se convirtió en la segunda región de mayor crecimiento de **comercio electrónico** en el planeta, al aumentar en algunos países hasta 30% el número de consumidores. Por lo que responder de manera adecuada a este mercado, es ya una prioridad para consolidar y atraer nuevos clientes. Por ejemplo, una empresa contaba con su *e-commerce* con opciones de entrega poco flexibles; el problema se resolvió con una mejor experiencia del usuario al considerar ***trackeo* en tiempo real** de sus paquetes, **entregas *same day***, **soporte en vivo**, **control de *stock***, ***Pick Up Points***, entre otros servicios que facilitaban la compra de un producto.

Durante los últimos meses, el uso de la tecnología ha incrementado el [**comercio electrónico**](https://clicoh.prezly.com/clicoh-proyecta-para-el-2022-un-crecimiento-anual-de-10x-y-su-expansion-a-mas-mercados-de-latinoamerica). Es una tendencia en alza a nivel mundial y son cada vez más las compañías que eligen adaptarse a un mercado que no parece tener techo de crecimiento, por lo que es indispensable conocer las nuevas tendencias que llegarán al **sector *retail***, la mayoría influenciadas por la experiencia del usuario en la pandemia como:

**Escuchar al usuario.** Prestar atención a las nuevas demandas de los consumidores siempre será el principal objetivo para desarrollar las estrategias de un servicio o producto. Con esta acción lograr incluir al cliente dentro de la propuesta de valor, así aportar un apoyo real para resolver sus necesidades y satisfacer sus expectativas.

**Encontrar el socio tecnológico adecuado.** El aumento de colaboraciones entre el sector *retail* y proveedores de servicios tecnológicos es fundamental para atender con éxito las necesidades de los compradores. Estas asociaciones están impulsadas por las exigencias del mercado de brindar una experiencia de marca más fluida para sus usuarios, de esta forma brindar soluciones de cambio para mejorar sus modelos y resultados de negocios. [**clicOH**](https://clicoh.com/), la *startup* argentina que brinda servicios de logística integral para el comercio online en América Latina, es uno de estos partners estratégicos con el que empresas de ***e-commerce*** deben contar para solucionar sus necesidades tecnológicas y logísticas con el fin de potenciar sus negocios.

**Entrega rápida y flexible.** Un área clave en el sector *retail*, es la optimización de la gestión de la [**última milla**](https://clicoh.com/servicios). Actualmente los consumidores quieren elegir dónde, cuándo y cómo se entrega su pedido. Como resultado, la demanda de entregas *same day* está creciendo exponencialmente, por lo que se calcula un aumento considerable para este año. El objetivo final es mejorar al máximo la experiencia de compra de los usuarios, por lo que las empresas de *e-commerce* trabajan en la mejora de elementos como las condiciones de entrega, el empaque, el almacenamiento, logística inversa, centros de distribución, rutas y tipos de transporte, así como la tecnología que se emplea en todos los procesos involucrados.

[**Servicio Pick Up**](https://clicoh.com/servicios)**.** A comparación de años anteriores, los usuarios están más conectados a la tecnología. Esto ayuda a que las compras lleguen con mayor facilidad a los hogares, lo que se traduce en un ahorro de tiempo, creando una nueva necesidad al momento de adquirir algún producto. Sin embargo, contar con este servicio puede resultar muy cómodo para las personas que hacen compras a través de su smartphone, ya que pueden recoger sus artículos en un punto de retiro que esté de camino a casa o cerca de su trabajo, evitando gastar tiempo en filas y otros tipos de inconvenientes. Por lo que contar con un servicio de Pick-Up es una buena estrategia a considerar.

**Diversidad en sistemas de pago.** La tecnología ha potencializado la llegada de múltiples formas de pago para *smartphones*, por lo que los consumidores ya no solo usan efectivo, sino que cuentan con una importante variedad de opciones. Entre ellas, pagos con tarjeta de crédito y débito, transferencias electrónicas, billeteras virtuales, Paypal, Google Pay, Mercado Pago, Apple Pay, Amazon Pay, Bitcoints, e incluso otras criptomonedas, por lo que contar con distintos métodos para efectuar la compra, es un servicio que el usuario puede agradecer.

Estas son solo algunas de las **tendencias** en el **sector retail** que llegarán en **2022**, por lo que todas lasempresas de ***e-commerce*** deben estar preparadas para afrontar los retos que se presentarán en los próximos meses con la mejor tecnología disponible. Esto a través de un servicio de almacenamiento, empaquetado y entrega de productos de manera fácil y rápida, con aliados estratégicos como [**clicOH**](https://clicoh.com/), la compañía de logística integral más prometedora de Latinoamérica.

-o0o-

**Sobre clicOH**

clicOH es una *startup* argentina creada en 2018 que brinda servicios de logística integral para empresas que venden sus productos mediante e-commerce, marketplaces y apps. clicOH conecta la infraestructura existente a través de tecnología, capilaridad de warehouses y puntos de retiro, lo que permite realizar envíos rápidos.

El objetivo de clicOH es potenciar el *e-commerce* a nivel regional, dándole la posibilidad a los sellers de hacer un seguimiento de todos sus envíos, mediante un *dashboard* con indicadores clave de su negocio y trazabilidad de cada instancia de sus productos para el consumidor final.

clicOH está en constante evolución y se encuentra presente en Argentina, Chile, México y Uruguay. Además, cuenta con el apoyo de Y Combinator, la aceleradora de *startups* más grande del mundo.

Para mayor información visita [clicoh.com](https://clicoh.com/)