

4 retos clave para los nuevos ecommerce mexicanos

- *Antes de la pandemia, más de 60% de los negocios no contaba con recursos tecnológicos para afrontar la demanda digital.*

Ciudad de México, 31 mayo de 2021.— Entrás a tu dispositivo, buscas una tienda, eliges uno o varios productos, te asomas a la mejor opción u oferta, pagas, confirmas tu compra y esperas. Pasan horas, un día, o más, hasta que tocan el timbre de casa y finalmente lo tienes en tus manos. Este proceso, que como usuarios buscamos sea lo más sencillo posible, ha movido “detrás de cámaras” a toda una industria, personal, empresas, transacciones, envíos... El mundo de la logística para el comercio electrónico se activa con cada *clic*.

“Hemos desarrollado una mayor dependencia por las compras digitales a partir del confinamiento y, de acuerdo con [datos oficiales](#), tan sólo en 2020 el 39% de los mexicanos adquirió bienes o servicios en línea. Lo que muchas veces no vemos es que todo esto trae consigo retos para grandes y pequeños negocios, los cuales viven un momento de inflexión” explica **Oscar Victorin, CEO & cofundador SkydropX**, la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio.

Con esto en mente, el experto comparte algunos de los principales desafíos para el *ecommerce* que trae consigo el regreso paulatino de las actividades a medida que avanza el 2021:

Panorama fiscal

Un aspecto crucial que las empresas de *retail* deberán considerar para la venta en plataformas digitales —y que será fundamental para el desarrollo de estrategias que las ayuden a prosperar en esta nueva realidad— es el fiscal. De acuerdo con el [estudio](#) “Retail en México y la Nueva realidad, ¿mismo consumidor?”, de Deloitte, algunos factores a tomar en cuenta son:

- En el caso de las personas morales, revisar que los comprobantes de ventas y el reconocimiento de los ingresos se realicen de manera correcta, según la estructura del *marketplace*. Asimismo, incluir, dentro de la estrategia fiscal, los tiempos de cobro de efectivo de la transacción, con el fin de reconocer el IVA causado.
- Para las personas físicas, habrá que tomar en cuenta las nuevas reglas del ISR e IVA, las cuales estipulan la retención de cierto porcentaje del ISR y 50% del IVA, por parte de la plataforma digital.

Marketing digital

Los negocios digitales están comprendiendo que es fundamental desarrollar un plan de *marketing digital*. De acuerdo con [another](#), hoy es más importante que nunca tener un sitio web, realizar *content marketing* e iniciar o incrementar la presencia en redes sociales. Dentro de este proceso, es clave para los *ecommerces* entender cómo han cambiado las audiencias, esto para brindar mejores experiencias de marca. Por ejemplo, algunos tips para el caso de las redes sociales de una tienda digital son:

- Entender que la relación de una marca con sus consumidores comienza mucho antes de cualquier compra. De hecho, inicia cuando un cliente potencial se entera de que existe la marca (*awareness*).
- El enfoque postpandemia de la atención al cliente en redes sociales debe girar hacia una perspectiva más proactiva a través de un *listening* que se traduzca en acciones. Para ello, es necesario detectar áreas de oportunidad en la experiencia mediante un análisis del lenguaje y de los sentimientos expresados por los usuarios.

Comunicación solidaria

Aunado al *marketing digital*, el [reporte](#) de Deloitte que comentamos con anterioridad también hace hincapié en la necesidad de estrategias de comunicación claras y empáticas con los usuarios, pues se espera que el consumidor de la postpandemia se decante por aquellas marcas que demuestren apoyo, solidaridad y empatía.

Se trata de establecer una comunicación oportuna, ya que los usuarios buscarán realizar sus compras digitales de empresas y productos que indiquen, por ejemplo, que las medidas de higiene serán parte de sus hábitos diarios a nivel interno y externo, o bien, que manifiesten abiertamente su apoyo a las economías locales, así como a productos en pro del ambiente.

E-logística

El [análisis](#) “La Logística del e-Commerce”, elaborado por la firma CEL, concluye que entre los grandes retos que afronta la logística se encuentran la entrega física y la digitalización, ambos ya presentes antes de la pandemia, pero que han visto aumentada su importancia desde marzo de 2020. La investigación revela que sólo 31% de los negocios manifestaron contar con suficientes recursos tecnológicos para afrontar el incremento de la demanda, frente a más un 60% que adoleció de herramientas.

Ante ello, la tecnología se presenta como un aliado de grandes y pequeñas tiendas digitales, con soluciones logísticas automatizadas que concentran las herramientas necesarias para el envío, seguimiento, almacenamiento, empaque y devolución de productos. En el caso de [SkydropX](#), y dependiendo de cada empresa, la plataforma permite hasta:

- 70% de reducción en gasto logístico.
- 3X de incremento en ingresos.
- 91% de reducción en tiempos de operación.

“Sin duda, el sector logístico y el ecommerce viven un apogeo en 2021 detonado, por un lado, por el aumento de consumidores digitales con respecto a otros años, pero también por transformaciones importantes en la exigencia de los usuarios en el mismo mercado, así como por los avances tecnológicos que, como en otras industrias, juegan un papel preponderante para eficientar el comercio digital a pequeña y gran escala”, concluye Victorin.

-oOo-

Sobre [SkydropX](#)



SkydropX es la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio. Reconocida por la AMVO como el mejor *software* logístico para negocios, ha recaudado más de 7 mdd de inversores como Combinator, Sierra Ventures, FJ Labs, Cometa y Dynamo. Atiende a más de 30,000 clientes, con más de 1M de entregas cada mes, lo que la posiciona como la solución número 1 de su tipo en México. Entre sus clientes se encuentran empresas y *startups* como Walmart, Cemex, Claroshop, Conekta, Runa, entre otros, quienes confían en su *software* para gestionar toda su logística.

SkydropX, a través de sus soluciones, permite a los negocios enviar notificaciones de rastreo a sus clientes por medio de WhatsApp y su plataforma *white label* les garantiza una experiencia óptima desde el carrito de compra hasta la entrega, en *marketplaces*. También automatiza el proceso de envío gracias a su IA Dispatch que facilita la compra e impresión de etiquetas de envío, seguimiento, estimación de los tiempos de entrega y gestión de devoluciones. Su plataforma brinda a las empresas una experiencia desde el carrito de la compra hasta la entrega final. Visita: <https://www.skydropx.com/>

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/Skydropx>

Instagram: https://www.instagram.com/skydrop_x/

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/sskydropx/>