

## Se estima un crecimiento del sector retail en México

Frente a los cambios que ha generado la contingencia en la manera de consumir productos, las empresas enfocadas en el sector de retail pueden encontrar una nueva manera de acercarse a sus consumidores a través de herramientas tecnológicas y con ello ofrecer una experiencia más completa.

De acuerdo con el estudio “El futuro del retail” de Euromonitor International y Google realizado en México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, el futuro del retail es prometedor. En los próximos cinco años, las ventas totales de este sector crecerán un 40% en México, mientras que el e-commerce subirá un 226% en el mismo periodo y el 24% de las ventas de los retailers sucederán a través de este canal para el 2025.

En el caso particular de México, el crecimiento del comercio electrónico ya se venía viendo desde el año pasado, según el estudio de “Venta Online 2021”, elaborado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), se registró un crecimiento en el sector minorista del 80% en 2020.

Este impulso del comercio online va de la mano de la incorporación de nuevas tecnologías: el estudio “Connecting With Meaning” realizado por la consultoría Deloitte, señala que durante el proceso de decisión de compra, el 80% de los consumidores opta por aquella marca que les ofrece una experiencia integral.

¿Pero a qué se refiere con esto? A un proceso de compra donde el cliente pueda adquirir sus productos de una forma omnicanal, donde se ofrezca una práctica más dinámica y se mantenga una interacción en tiempo real a través de canales digitales y presenciales.

Esto puede lograrse a través de la adopción de nuevas tecnologías acompañadas de una estrategia de marketing acorde a los objetivos de tu negocio, pues de esta manera empujarás el alcance de tus productos.

Por ejemplo, si tu empresa fabrica artículos y cuenta con espacios pet friendly, puedes usar la tecnología para agendar citas con los dueños de mascotas y atenderlos de forma personalizada, o realizar promociones únicamente en línea (sobre el sector pet friendly en México, se espera que para el año 2022 crezca hasta los 2 mil 700 millones de dólares, señala Euromonitor Internacional).

Ante a este crecimiento ligado con la adopción de nuevas plataformas, las empresas relacionadas con el sector retail tienen un campo de oportunidad para posicionar sus marcas y productos, por lo que si tu negocio está en dicha área, comienza a planear una estrategia con la ayuda de expertos.

Fuentes:

¿Tienes mascota? El segmento retail ya piensa en ti. Real State Market. <https://www.realestatemarket.com.mx/noticias/mercado-inmobiliario/34395-tienes-mascota-el-segmento-retail-ya-piensa-en-ti>. 9 de septiembre, 2021.

¿Comercio electrónico o tiendas físicas? Así luce el futuro del retail. Expansión. <https://expansion.mx/empresas/2021/09/02/comercio-electronico-o-tiendas-fisicas-futuro-del-retail>. 2 de septiembre, 2021

Minoristas en México. El reto de la transformación digital en el sector. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/ad-minoristas-reto-transformacion-digital-retail/>. 9 de septiembre, 2021.

