

Nuevo hardware de pago de Shopify pensado para cubrir la omnicanalidad

[Multimedia](#)

Un reciente estudio de Shopify revela el comportamiento de compra de los españoles durante la pandemia y anticipa cómo comprarán en el futuro. En este contexto, la compañía lanza una solución hardware de TPV y pagos presenciales totalmente integrada que ayuda a los comercios a satisfacer las nuevas demandas de omnicanalidad de estos consumidores

Dos tercios de los españoles han aumentado su gasto *online* durante la pandemia, al mismo tiempo que esperan también el regreso de cierta normalidad en las compras en tienda física. Estos datos se desprenden del reciente estudio realizado por [Shopify](#), en colaboración con el instituto de investigación [Angus Reid*](#), en el marco del lanzamiento de [Shopify POS](#) (*Point of Sale*, o Punto de Venta en español), la nueva solución integrada que la plataforma de comercio líder a nivel mundial está lanzando con el fin de ayudar a los comerciantes a satisfacer las demandas de los compradores y a continuar siendo competitivos.

La herramienta, que puede implementarse en las tiendas para la venta y el pago presencial, está totalmente integrada con la propia plataforma de Shopify y permite unificar los negocios *online* y *offline* de los comerciantes españoles. Proporciona a los comercios nuevas formas de aceptar pagos en persona y una experiencia de ventas totalmente unificada en la tienda, que es compatible, segura, sin fisuras y fiable, y actúa como un único destino para los pagos *online* y en el comercio físico.

"Los resultados del estudio prevén que las compras en persona reaparecerán de alguna manera, pero también que el 89% de los españoles espera seguir comprando por Internet a un nivel superior al de antes de la pandemia. Por eso creemos que el futuro del comercio está en todas partes: *online*, *offline*, y en modelos híbridos de ambos. El uso de Shopify POS para gestionar sin problemas una única fuente de inventario, el historial de transacciones y la información de los consumidores significa omnicanalidad en su máxima expresión" expresa Shimona Mehta, Directora General de Shopify EMEA.

El citado estudio revela además algunos aspectos clave de las tendencias de compra de los españoles, que están marcando el rumbo de cómo los comercios se preparan para afrontar estas exigencias:

- Los compradores esperan que la mayoría de los comportamientos en la tienda física vuelvan a la "normalidad", pero buscan conservar igualmente algunos aprendizajes nuevos de la pandemia: la mayoría (83%) quiere que continúen las medidas de seguridad (por ej., límites de capacidad y

desinfección de productos) y el 59% prefiere que se mantenga el pago sin contacto.

- El 75% de los compradores afirma que comprar en el ámbito local es importante para ellos. La mayoría (60%), define "comprar de forma local" a través de la proximidad: aquellas tiendas que están dentro de su pueblo, barrio o ciudad.
- Los vendedores que no ofrecen el envío gratuito se arriesgan a llevar a los potenciales compradores a la competencia: un 92% de los consumidores lo ha utilizado en los últimos 6 meses.
- Los comercios exclusivamente *online* dominan las compras en Internet: el 85% de los españoles realizó compras en estas tiendas en los últimos 6 meses. La compra en grandes tiendas con presencia *online*, que es uno de los targets de Shopify, y comprar directamente a las marcas y a los comercios independientes es utilizada por entre un tercio y la mitad de los compradores.

El testimonio de los comercios

Comercios de Shopify como [Florentine Kitchen Knives](#) ya están aprovechando las ventajas de este lanzamiento. "El hecho de que podamos ofrecer personalizaciones a nuestros clientes fácilmente, sin un equipo técnico interno y a bajo coste, es genial. Nunca hemos tenido ninguna dificultad para utilizar Shopify y el TPV es súper fácil de usar, porque también ayuda mucho el hecho de que todo esté conectado y no tengamos que registrar manualmente las ventas de la misma manera" expresa Tomer Botner, fundador. Para más información sobre el hardware y los pagos integrados con Shopify POS, [haz clic aquí](#).

Detalles de la solución

La solución de hardware TPV omnicanal de Shopify, que consiste en un lector de tarjetas certificado, el [Wise Pad 3](#), que puede vincularse fácilmente al software de TPV de Shopify introducido en el mercado español hace ya un tiempo, genera también que la gestión del backoffice sea mucho más fácil para los comerciantes, ya que les permite rastrear y gestionar las ventas, los pagos y las liquidaciones online y en tienda, todo ello desde un único lugar. Los comerciantes ahorrarán tiempo y dinero al no tener que lidiar con dos sistemas separados.
