

MÉXICO Así compran los mexicanos vía web

Se presentan las principales tendencias emergentes del e-commerce en el país.

por MANUFACTURA.MX

prospecta

Los consumidores de México compran más en tienda que cualquier otra región, sin embargo usan extensamente la telefonía y redes sociales para hacer compras en línea. Estos fueron algunos hallazgos del estudio *Pulso del Comprador en Línea*, elaborado por UPS y comScore. A continuación presentamos los datos.

Guiando al Comprador Flexible a Comprar



PRE-COMPRA



están satisfechos con la posibilidad de encontrar un número telefónico de atención al cliente u otra opción de contacto durante la fase de búsqueda o navegación en su experiencia de compra



revisará la política de devoluciones del minorista y **72%** lo hará antes de comprar

70%

de los compradores están satisfechos con la cantidad de información del producto para decidir cuál satisface mejor sus necesidades



3 de cada 4 de todos los compradores dicen que sus compras se ven influenciadas por las redes sociales



COMPRA



60% de los consumidores expresan su interés en la posibilidad de comprar algunos artículos con entrega del mismo día



RAPIDEZ DE ENTREGA es el factor más importante cuando se buscan productos

68% abandonaron un carrito debido al **largo tiempo de entrega** o cuando no se proporcionó fecha de entrega



80% sienten que el **envío gratis** es un factor importante cuando realizan una compra en línea



44% prefieren que sus paquetes se entreguen en algún otro lugar diferente a su casa

ENTREGAS A TIEMPO impactan la satisfacción del cliente para un **39%** de los consumidores



44% de los usuarios de tabletas y **39%** de los usuarios de teléfonos inteligentes han hecho compras en estos dispositivos



POST-COMPRA

55%
de los compradores están satisfechos con la **flexibilidad del envío** posterior para elegir otra fecha de entrega, mientras que 45% están contentos con la posibilidad de redireccionar un paquete



60%
de los consumidores están satisfechos con la **claridad y facilidad para entender las políticas de devolución**

81% desean contar con la posibilidad de devolver un producto a la tienda o de devolverlo usando una **ETIQUETA PREPAGADA GRATUITA**



2 de cada 3 compradores que están satisfechos con su compra, promoverán la marca o producto en las **redes sociales**



55% están satisfechos con la facilidad de hacer **devoluciones o cambios en línea**



El comprador flexible de hoy se ha vuelto más exigente en la búsqueda de la mejor mercancía al mejor precio y con la mejor experiencia al cliente. El desafiante nuevo mundo omnicanal y de multidispositivos lo faculta para buscar más comodidad desde la pre-compra hasta la compra y la post-compra. Los puntos anteriores son algunas de las perspectivas dentro de la travesía de 360° que comScore reveló en un estudio de más de 1,000 compradores en línea en México.

Para obtener un vistazo más a fondo de los resultados del estudio UPS Pulso del Comprador en Línea™, pregunte a su ejecutivo de cuenta o visite ups.com/onlinetail