Experiencia al usuario, la clave para el crecimiento del *egroceries*

* *El acceso a la tecnología favorece al desarrollo económico del país, así como al impulso de las Pymes.*
* *Actualmente, la participación de la venta de productos de supermercado online es sólo 1% del total en México, por lo que aún queda una oportunidad amplia de que ese segmento crezca.*

**Ciudad de México, 15 de febrero de 2022.-** En México, el uso de Internet para adquirir bienes o servicios se vuelve cada vez más común. Estudios recientes de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) revelaron que durante el año pasado los compradores de niveles socioeconómicos medios y bajos optaron por esta forma de compra, lo cual significa que acercar la tecnología a más personas es fundamental para que el sector se consolide.

Hacer el súper en línea, también conocido como *egroceries*, se encuentra dentro de los 5 primeros lugares de las categorías con mayor recurrencia de compra según el “Estudio de venta online 2022”. Lo que hace años era inimaginable, hoy es una realidad que busca trascender los retos de accesibilidad a la población y es que según la AMVO, entre los beneficios se encuentra la entrega a domicilio, que ayuda a evitar traslados a las tiendas físicas, favoreciendo que los usuarios optimicen sus tiempos. También el acceso a inventarios que en ocasiones no están disponibles en una tienda física.

Conscientes de los desafíos, cada vez más empresas realizan grandes esfuerzos para lograr que esto sea posible al contar con promociones y descuentos que se encuentran sólo en el canal digital, además, sus modelos de negocio basados en dark stores, permiten ofrecer a los consumidores precios bajos. Las empresas trabajan arduamente para garantizar que los usuarios tengan una buena experiencia de compra, que se refleja en confianza ante el comercio electrónico y una alta frecuencia para adquirir productos. Por ello, no es de extrañar que el 82% de los internautas consideren que hacer el súper en línea es muy seguro.

Desde el acceso a la información de los productos, hasta el tiempo de entrega y calidad, incluyendo factores como variedad en métodos de pago, todos juegan un papel importante en la percepción de seguridad al realizar una compra. En este sentido, aplicaciones como Merqueo se desvelan por la satisfacción de los usuarios y ofrecen métodos de pago como tarjeta de crédito y débito, efectivo y pago contra entrega. Lo anterior, se refleja en el estudio de la AMVO en el que señala que el *egroceries* mantiene un 67% de usuarios recurrentes. “Nosotros buscamos llevar la experiencia del *e-groceries* a más personas, siendo una empresa cercana a la sociedad, orientada a ayudar a los mercados donde operamos por medio de la tecnología”, dijo Miguel Mcallister, CEO de Merqueo, el primer supermercado 100% digital de Latinoamérica.

Los especialistas en este sector coinciden en que dicho canal tiene la capacidad de crecer y convertirse en un catalizador de la economía del país y del ecosistema emprendedor. “Actualmente, la participación de la venta de productos de supermercado online es sólo 1% del total en México. Este mercado es tan amplio que aún hay oportunidad para llevarlo más allá”, añadió Mcallister.

Asimismo, las compañías exitosas se han adaptado a las necesidades cambiantes del consumidor, en las que se buscan entregas más rápidas. Para ello, jugadores como Merqueo desarrollan diversas opciones para cada uno como servicio de entregas programadas, una opción para órdenes pequeñas y entregas hasta en 30 minutos o grátis. “Frente a este panorama, son más las empresas que apuestan por la innovación para llegar a más personas. La tecnología se está convirtiendo en un aliado de los consumidores para mejorar sus vidas y nosotros queremos ayudar a hacerlo posible”, concluyó Miguel McAllister.

**Acerca de Merqueo**

Merqueo está en proceso de construir la red logística de dark stores más grande de Latinoamérica para llevar el súper hasta la puerta del consumidor más rápido y a un precio justo. Su catálogo comprende más de 10,000 productos incluyendo frutas y vegetales frescos, productos importados, licores, artículos para el hogar, productos de cuidado personal y más. Actualmente, la compañía opera en México, Colombia y Brasil.

Con clientes en 26 países, idb Invest brinda soluciones financieras innovadoras y asesoría para satisfacer las necesidades de sus clientes en una amplia variedad de industrias.

Contacto de prensa

Sergio Vega Castillo - PR Manager

[savega@merqueo.com](mailto:savega@merqueo.com)

Marilu Camacho - Senior Account Executive

[marilu@qprw.co](mailto:marilu@qprw.co)