

El ecommerce en México traducido en 505,000 millones de pesos

- En 2018 el comercio electrónico aumentó un 27% mayor respecto al 2017.
- 8 de cada 10 compradores se encuentran satisfechos con los comercios en donde han realizado alguna compra.

(Ciudad de México, 10 septiembre de 2019).- Una de las actividades más importantes que las empresas implementan para expandirse es el comercio electrónico. Gracias a esto, las personas cambian algunos de sus hábitos de consumo y la forma en la que interactúan con las marcas.

En México, el panorama es cada vez más positivo: en 2018 el comercio electrónico alcanzó un valor de 505 mil millones de pesos, 27% respecto del año anterior. Del 7% de personas que compraban en internet semanalmente en 2017; para el 2018, la cifra de penetración ya era de 38%, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online.

Por otro lado, 7 de cada 10 mexicanos se encuentran conectados, principalmente, para hacer pagos en línea, adquirir artículos como ropa y boletos del cine o eventos; es a través de los dispositivos electrónicos donde se llevan a cabo el 60% de las compras.

Pero, además del tipo de bienes que se pueden adquirir, “la clave del *e-commerce* está en la coordinación y gestión de todos los procesos logísticos, almacenamiento y distribución. Cualquiera que se desee vender en línea, tendrá que tener delimitados aspectos como transporte, opciones y tiempos de envíos y devoluciones, etc., para proporcionar una mejor experiencia de compra y servicio a cliente”, aseguró Óscar Valero, director de Ventas senior en América Latina de Manhattan Associates

Las personas buscan no solo un producto de calidad, sino alternativas para realizar su pago, el estado en el que viene la mercancía y el empaque; de hecho, los comercios en línea que ofrecen métodos seguros de pago, aumentan en un 74% sus probabilidades de atraer más clientes y, en consecuencia, mayor fidelización.

También valoran aspectos como la disponibilidad de los productos en la página online, tiempos y métodos de entrega convenientes e inmediatos, así como un buen servicio a clientes, seguridad y privacidad de su información personal.

El *click & collect* consiste en recoger el pedido en la tienda física, es otro de los factores por los que los consumidores se fidelizan con determinada marca, teniendo la oportunidad de comprar en línea y recogiendo sus productos en la tienda, lo que les da flexibilidad en caso de no encontrarse en casa, por ejemplo.

Si bien, hay muchas ventajas que las personas esperan obtener de las compras en línea, las empresas no deben dejar de lado cuestiones como almacenamiento y tipo de transporte de acuerdo a las características de la mercancía, recepción de pedidos, *picking & packing*, proveedores, seguridad, conocer de legislaciones en caso de hacer envíos internacionales, stock, entre otras.

Y es que, sin importar el tamaño de la empresa, las ventas en internet son una parte fundamental de una estrategia de crecimiento, un área de oportunidad para expandirse, pero también de perfeccionar los procesos conforme la tecnología evoluciona.

SOBRE MANHATTAN ASSOCIATES INC.

Manhattan Associates es un líder tecnológico en cadena de suministro y comercio omnicanal. Unificamos la información de toda la empresa para converger las ventas de punto final con la ejecución administrativa de la cadena de suministro. Nuestro software, plataforma tecnológica y experiencia inigualables, ayudan a impulsar tanto el crecimiento de primera línea como la rentabilidad neta de nuestros clientes. Manhattan Associates diseña, construye y entrega soluciones de vanguardia en la nube o en el punto de venta, para que así toda la tienda, a través de su red o desde su centro de distribución, esté lista para cosechar los beneficios del mercado omnicanal. Además, Manhattan Associates fue nombrado como uno de los "Mejores Lugares para Trabajar" por el Atlanta Journal-Constitution por séptimo año consecutivo.