

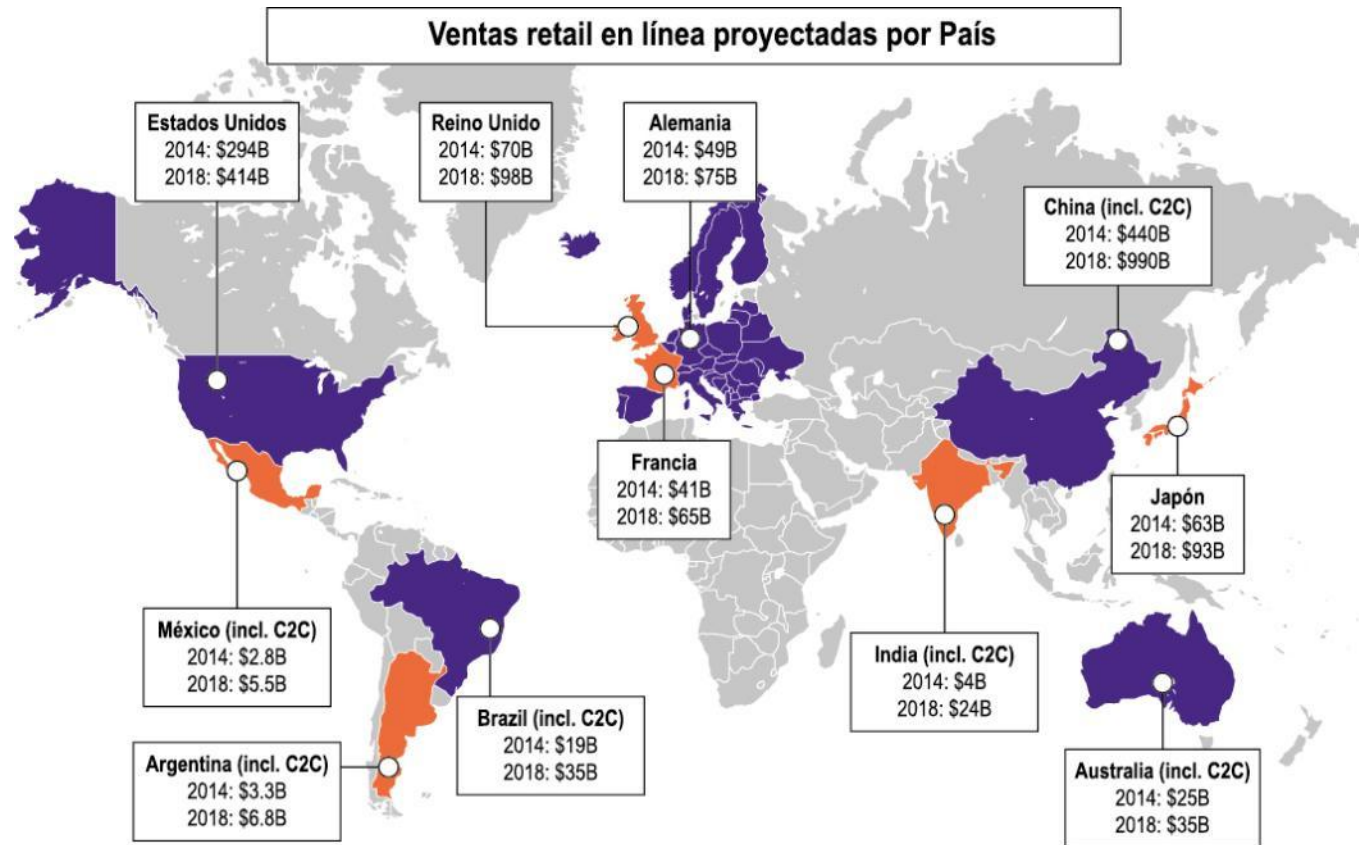
# Crecimiento y oportunidades en el e-commerce y la logística en México.

México, D.F. 5 de octubre, 2017



**FedEx**<sup>®</sup>  
Express

# Global e-commerce: Valor de más de \$1 billón USD\* de ventas anuales y se duplicará en 4 años

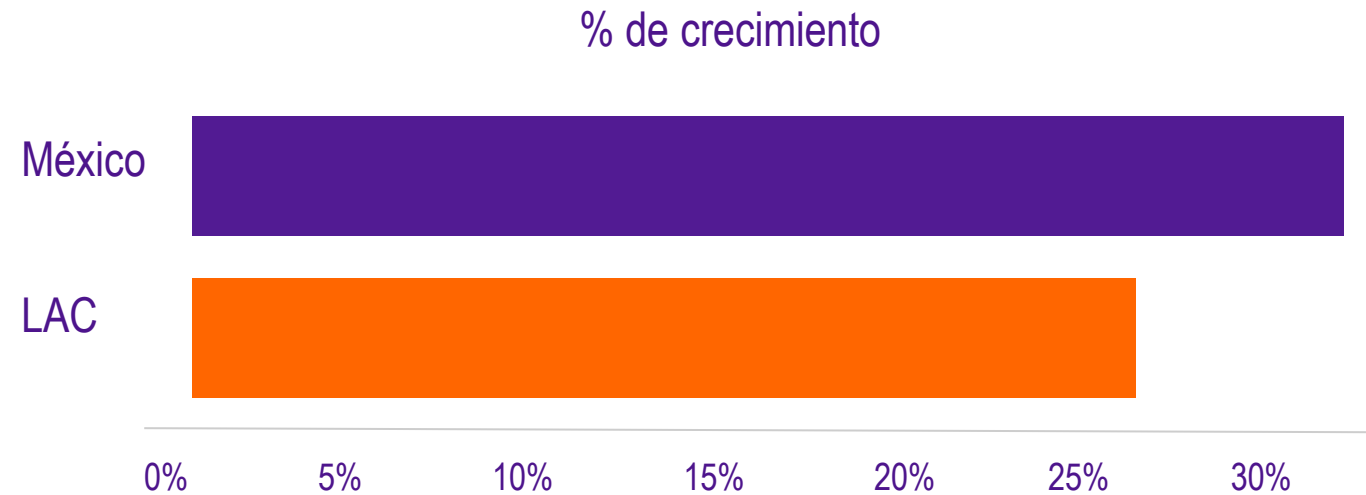


- 67% de los compradores globales gastan, de su presupuesto mensual de compras, al menos 10% en línea.
- 57% de los compradores globales reportan que el 50% de sus compras en línea son artículos físicos

\* En inglés el equivalente es un trillón USD

Fuente: "Forrester Research Online Retail Forecast, 2013 To 2018 (US)", Forrester Research, Inc., March 21, 2014; "Forrester Research Online Retail Forecast, 2013 To 2018 (Western Europe)", Forrester Research, Inc., April 28, 2014; "Forrester Research Online Retail Forecast, 2014 To 2019 (Asia Pacific)", Forrester Research, Inc., October 14, 2014; and "Forrester Research Online Retail Forecast, 2013 To 2018 (Latin America)", Forrester Research, Inc., December 12, 2013

# Crecimiento: Se estima que México crecerá entre 35%–42% y LAC 25%



## El crecimiento se debe a:

- Acceso a internet
- Nuevas tecnologías
- Mercados emergentes
- Acceso a tarjetas de crédito
- Tratados de libre comercio
- Infraestructura e integración de la logística

Fuente: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2015/01/15/aumentar-mercado-e-commerce-principal-reto-mexico>;  
<http://gestion.pe/noticia/338857/comercio-electronico-america-latina-creceria-30>;  
A commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of FedEx, September 2014



# Perfil del comprador mexicano en línea



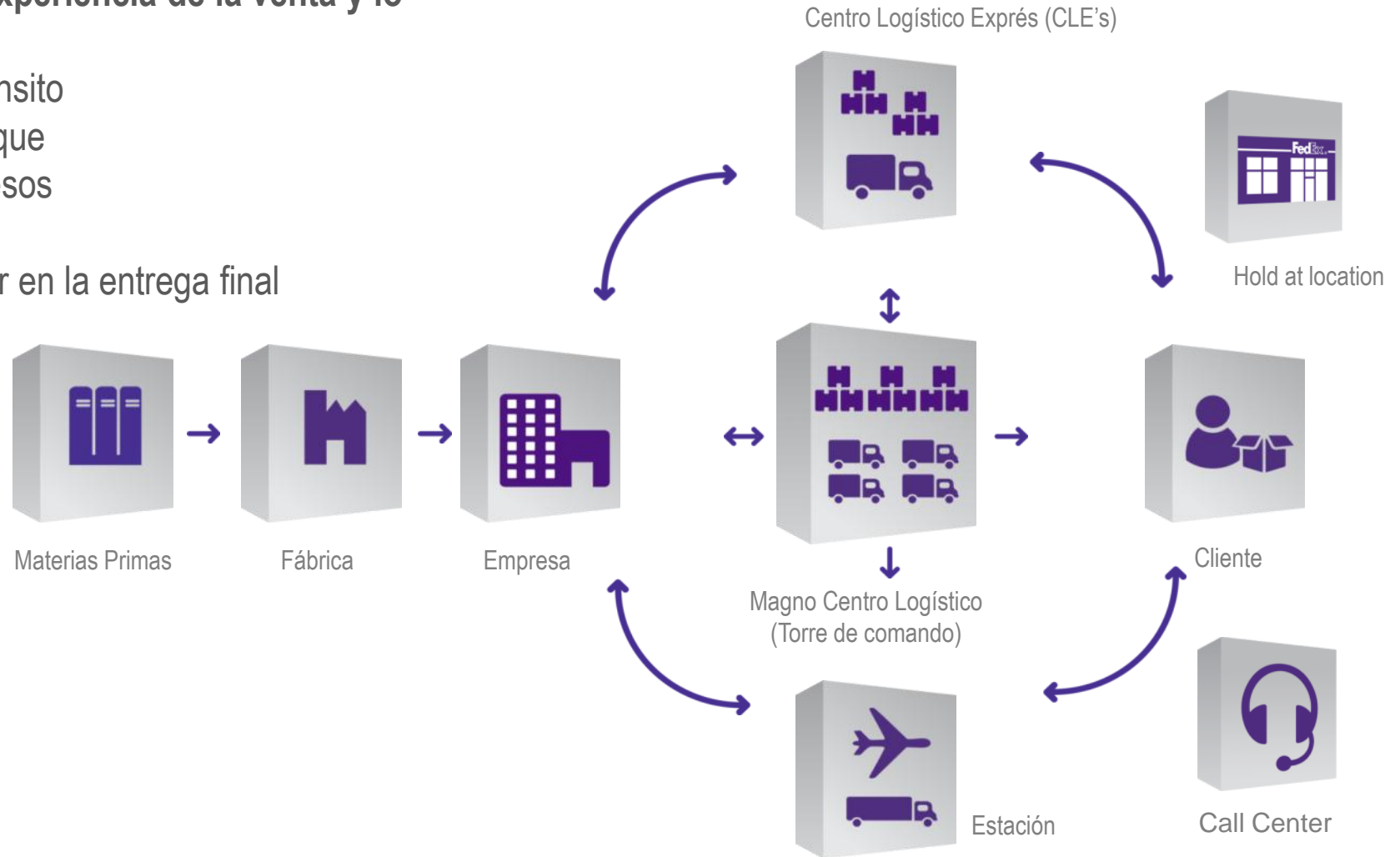
- **71.5 millones de personas utilizan internet**
- **Su distribución socioeconómica:**
  - D+D 58%, C 19% y ABC+ 24%
- **Se conectan a través de:**
  - Laptop 68%, Desktop 39%, Smartphone 81%, Smart TV 34% y Tablet 38%
- **Lugares donde se conectan:**
  - Casa 96%, Trabajo 51%, Escuela 26%, Viajes largos 21% y casa de otros 28%
- **Tipos de apps que más utilizan:**
  - Redes Sociales 78%, Email 74%, Buscadores 67%, Música 51% y Mensajes de texto/chats 57%
- **Tipos de compras realizadas en Internet**
  - Servicios 76%, Productos 68%, Entretenimiento 50%

Fuente: Estudio de consumo de medios entre internautas mexicanos 9a edición 2016 IAB- MillwardBrown

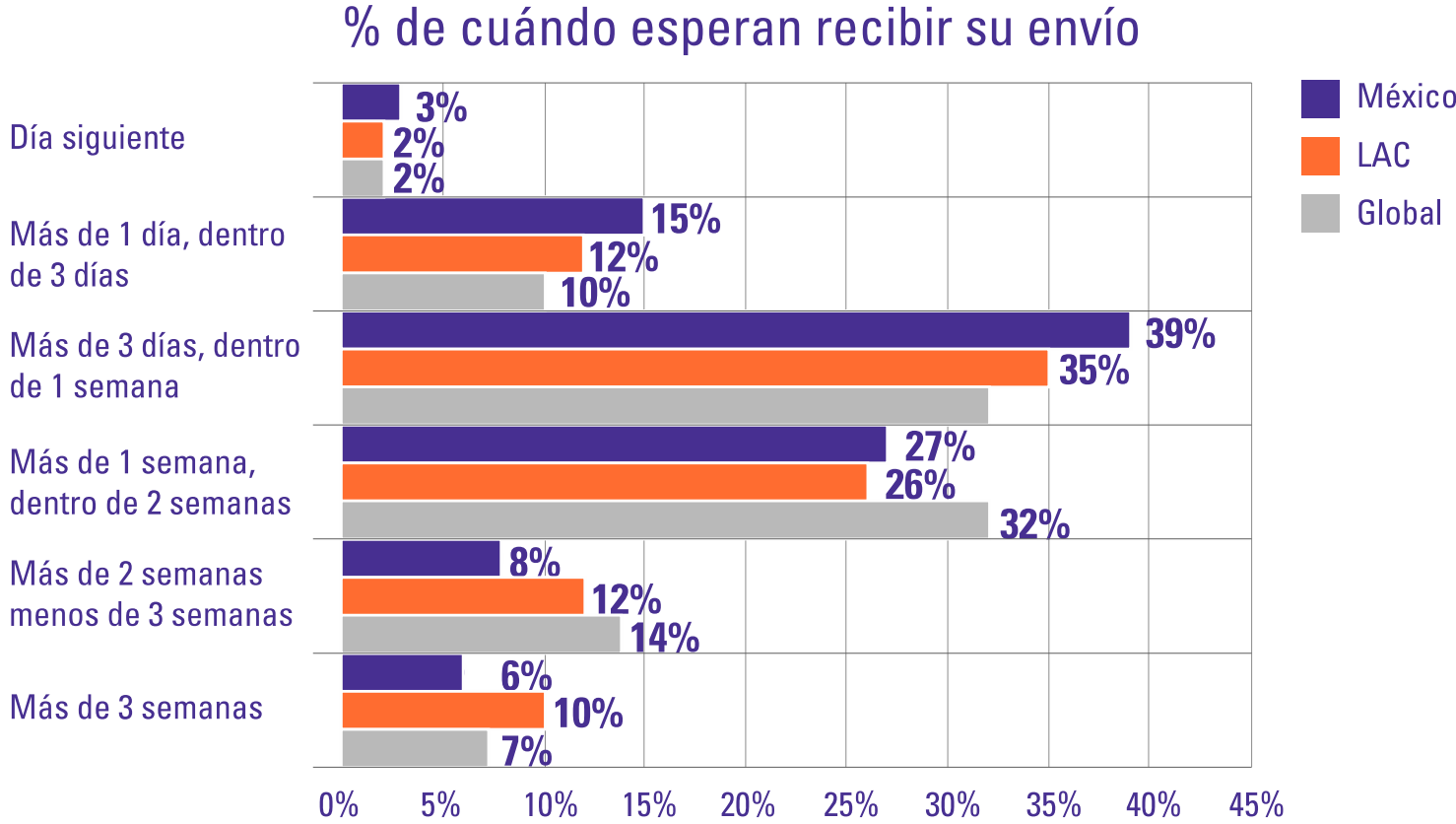
# ¿Cuál es el rol de la logística en e-commerce?

Es una extensión de la experiencia de la venta y lo logra a través de:

- Reducir tiempos de tránsito
- Optimización de empaque
- Simplificación de procesos
- Servicio al Cliente
- Cara ante el comprador en la entrega final
- Etc.



# La expectativa de los compradores en línea sobre el tiempo de entrega es entre 1 y 2 semanas



Los proveedores logísticos juegan un rol importante dentro de la entrega del e-commerce:

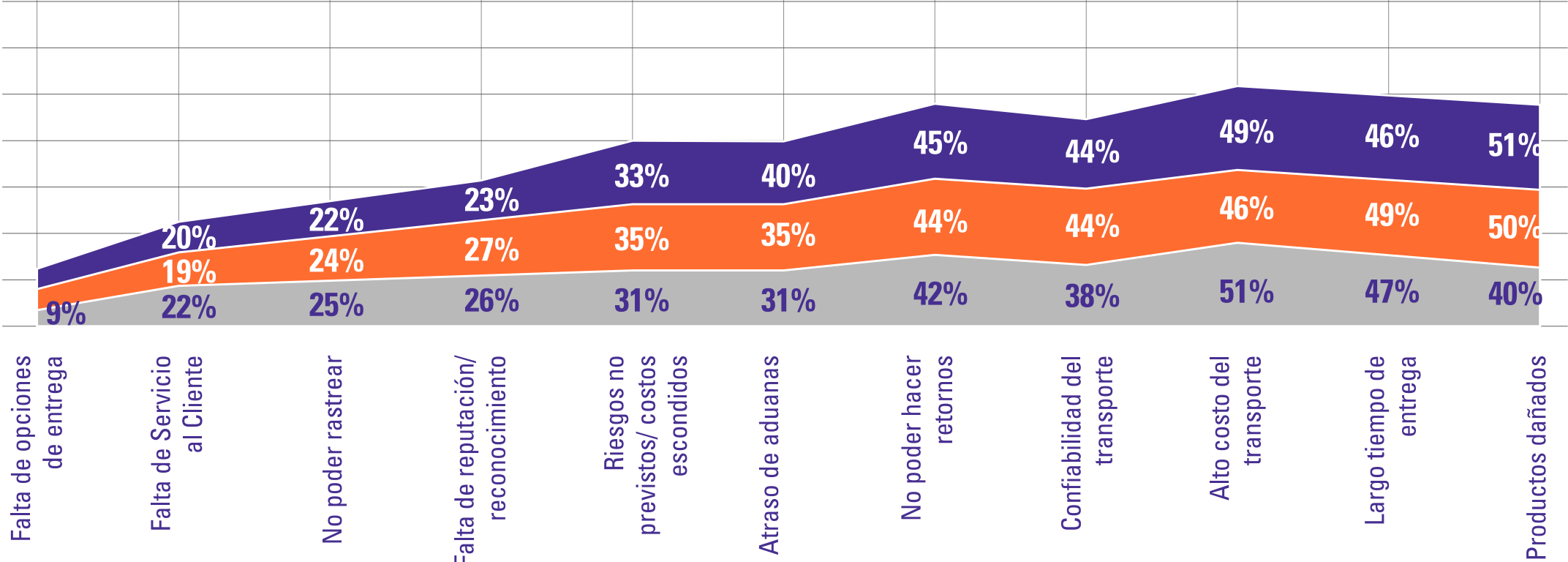
- Brindan soluciones a la medida con diferentes tiempos de entrega y cobertura
- Ofrecen mayor visibilidad a través de aplicaciones de rastreo y notificaciones proactivas
- Fortalecen la experiencia al cliente a través de la integración de la información para fijar expectativas de entrega

Fuente: A commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of FedEx, September 2014



# LAC vs. México: 11 preocupaciones de los compradores en línea donde la logística interviene

■ México 
 ■ LAC 
 ■ Global



Fuente: A commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of FedEx, September 2014



# En conclusión

1. El comercio electrónico llegó para quedarse
  - Surgimiento de e-tailers continuará atado al crecimiento de e-commerce
  - Acceso (internet, acceso, crédito) como pieza clave para crecimiento del e-commerce
  - Presencia en línea, un mandatorio para todas las empresas
  - Fortalecimiento de e-commerce a través de sucursales
2. El comportamiento de los consumidores en línea de México y LAC es muy similar y tienen las mismas necesidades
3. La logística impacta al e-commerce y viceversa
  - Confiabilidad, visibilidad, infraestructura e integración de la información
4. Las PyMEs serán los más beneficiados
  - B2B2C
  - C2C



# Gracias

## Isaac Clawson

Director de Marketing y Operaciones Retail  
FedEx México

**Estudio Forrester:**

[http://images.fedex.com/us/ecommerce/pdf/  
whitepaper.pdf](http://images.fedex.com/us/ecommerce/pdf/whitepaper.pdf)

