



asociación mexicana
de venta online

Estudio de KPI's Logística en Venta Online

Diciembre 2020

*Estudio Exclusivo para **Afiliados AMVO**

www.amvo.org.mx/publicaciones/



Reporte Impacto COVID-19 en Venta Online

OBJETIVO: Análisis holístico desde impacto a las empresas, a los sitios de comercio electrónico, cambios de comportamiento del consumidor, presencia social, disponibilidad online de inventarios y bienes de consumo masivo en puntos de venta físicos.



Estudio sobre Venta Online en México

OBJETIVO: Reporte sobre el comprador online, las barreras y motivaciones del comercio electrónico a través del *customer journey*. Además de un análisis comportamental para entender los indicadores de desempeño más importantes.



Estudio Fraudes y Métodos de Pago en Venta Online

OBJETIVO: Reporte que explora desde el lado del consumidor, los fraudes y métodos de pago en el comercio electrónico.



Estudio de Venta Online en PyMEs

OBJETIVO: Reporte que analiza la adopción de la venta online en pequeñas y medianas empresas en México.

Estudios por Industria

OBJETIVO: Explora los usos y hábitos de compra en línea, indicadores comportamentales de comercio electrónico y experiencia de compra de diferentes categorías de productos.



Electrónicos & Videojuegos



Moda



Hogar & Muebles



Viajes



Alimentos y Bebidas

Estudios por Temporalidades

OBJETIVO: Explora los usos y hábitos de compra en línea antes y después de la campaña, medición de Ventas, indicadores comportamentales y experiencia de compra en línea.



Acceso a nuestros estudios

P

VERSIÓN PÚBLICA

Con el fin de difundir los indicadores más importantes sobre Comercio Electrónico en México, nuestros estudios están disponibles desde nuestro sitio web.

A

VERSIÓN AFILIADOS AMVO

Nuestros afiliados obtienen la versión extendida de nuestros estudios, conteniendo cortes demográficos y cruces de variables específicas no integradas en la versión pública.

EP

VERSIÓN PARTICIPANTES

Generamos información específica y de mayor profundidad a aquellas empresas que reportan indicadores dentro de nuestros estudios para entender la perspectiva de los comercios sobre la venta en línea.

Resumen Ejecutivo

Las empresas que venden en línea muestran una alta heterogeneidad en el nivel de madurez de su canal digital, donde más de la mitad cuenta con un solo centro de operación, normalmente siendo el servicio despachado desde la tienda física o desde centros de *fulfillment*.

El canal físico de los comercios está sirviendo de punto para poder generar devoluciones y acciones de *click & collect* principalmente. Por otro lado, el reparto de pedidos se concentra en despacharlo desde tienda física.

La mayoría de los comercios encuentran a los costos de envío altos, daños en la mercancía y errores de captura en las direcciones de los clientes los principales retos a resolver al vender en canales digitales.

Un alto porcentaje de los pedidos despachados de manera mensual son entregados a tiempo. Sin embargo, de los pedidos no entregados, las principales razones son porque el cliente no estaba en casa o se tuvieron problemas para encontrar la dirección.

Más de la mitad de los comercios que venden en línea ofrecen que la devolución de sus productos pueda ser realizada a través de oficinas de mensajería. La devolución en tienda física no es un canal tan utilizado aún. Las devoluciones se generan principalmente por daños de manejo de mercancía.

Las políticas más ofrecidas por los comercios que venden en línea para devoluciones son el reembolso al mismo método de pago, devoluciones dentro de un periodo y por medio de teléfono o correo electrónico.



Objetivo y metodología



Metodología

Con el objetivo de entender los principales indicadores logísticos en la operación del canal digital, la AMVO decidió encuestar a las empresas afiliadas para conocer su perspectiva. Se realizó una encuesta online a los comercios y empresas relacionadas al ecosistema logístico.

Metodología: Encuesta online a empresas Afiliadas AMVO

Levantamiento: 28 de julio al 19 de agosto 2020

Muestra: 78 encuestas completas

Margen de error: $\pm 9.47\%$

Intervalo de Confianza: 95%



Indicadores de Operación

Comercios

Indicadores de Operación

- **Número de centros de operación y tipos utilizados**
 - **Servicios logísticos utilizados**
 - **Opciones de envío ofrecidos al consumidor**
 - **Tasa de éxito de entrega en menos de 24 horas**
 - **Distribución de envíos nacionales**
 - **Porcentaje de pedidos eCommerce vs pedidos totales**
 - **Opciones de gasto ofrecidos al consumidor**
 - **Logística omnicanal**
 - **Principales retos logísticos detectados**
-

**Exclusivo Afiliados AMVO*



Indicadores de Entrega al Cliente

Comercios

Indicadores de Entrega al Cliente

- Pedidos/órdenes despachados mensualmente
- Tasa de éxito al realizar la entrega de órdenes
- Porcentaje promedio mensual de entregas
- Razones de Pedidos No Entregados
- Iniciativas que utilizan los comercios para mejorar la eficiencia de entrega
- Regiones donde realizan envíos internacionales
- Share de envíos internacionales de la operación total

**Exclusivo Afiliados AMVO*



Indicadores de Logística Inversa

Comercios

Indicadores de Logística Inversa

- Tasas de conversión
- Razones de devolución
- Canales de devolución ofrecidos
- Políticas de devolución ofrecidos

**Exclusivo Afiliados AMVO*



asociación mexicana
de venta online

www.amvo.org.mx/publicaciones

Diciembre 2020