



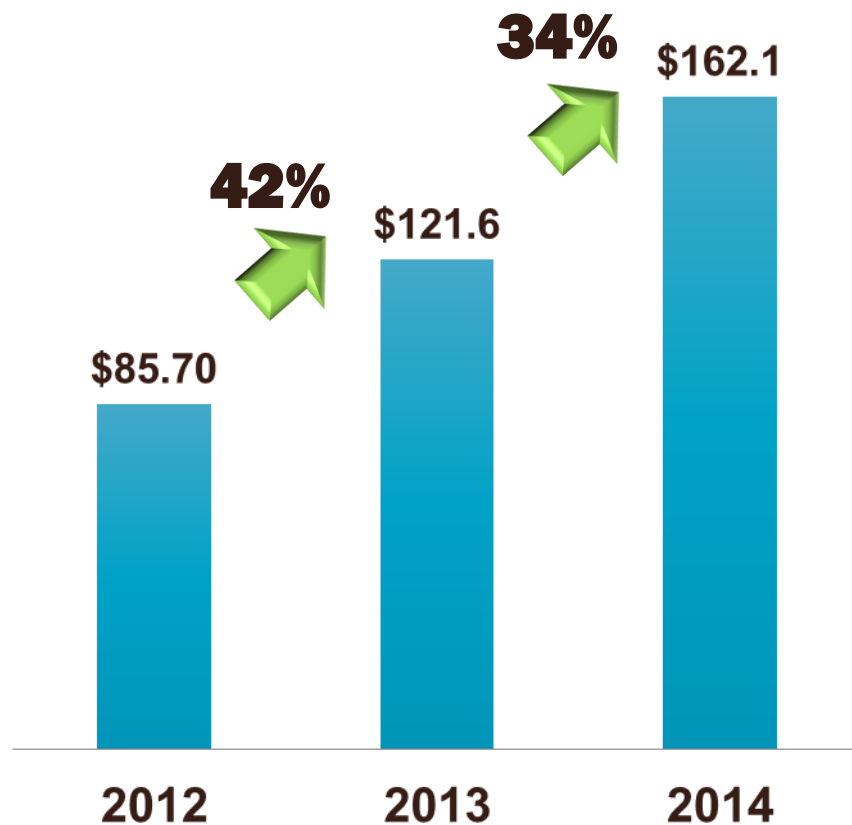
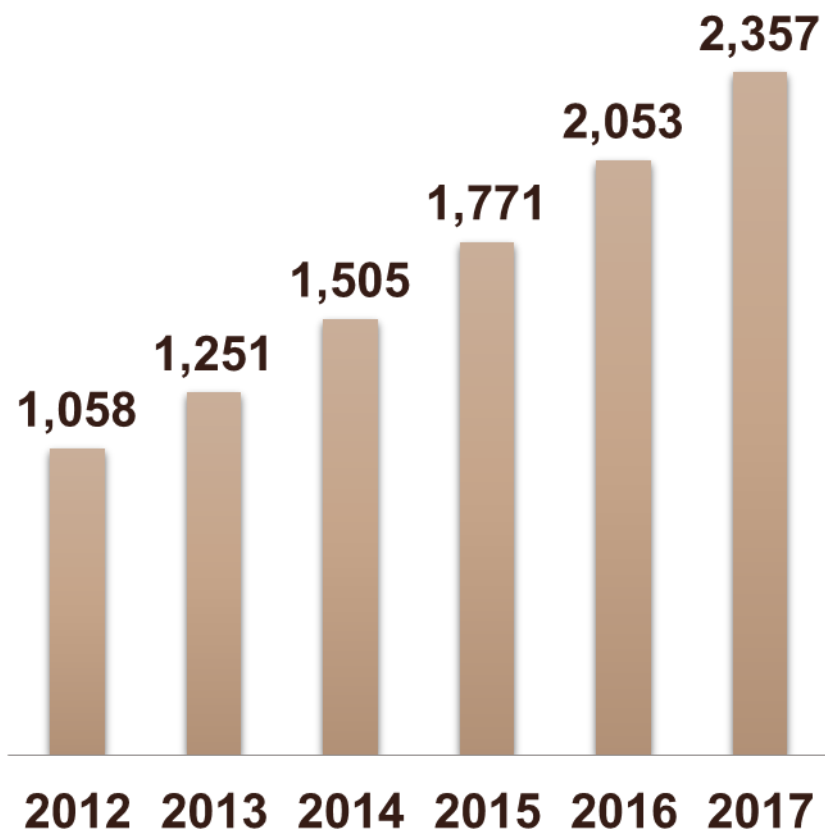
Retos y logros del sector privado en el comercio electrónico

1 de septiembre de 2015



Por: **Moramay Flores Rico**
Directora de Asuntos Públicos para la Región de las Américas

Crecimiento y evolución del comercio electrónico



Datos globales

Ventas B2C de e-commerce

Crecimiento del e-commerce

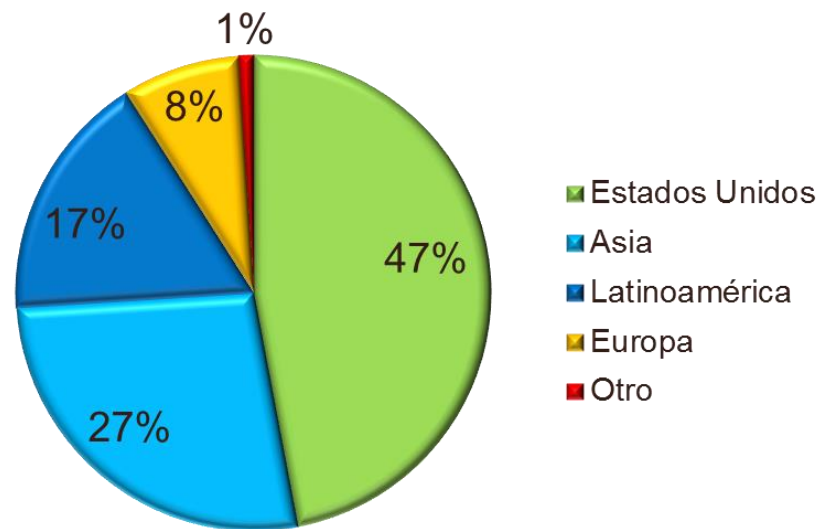
Datos México



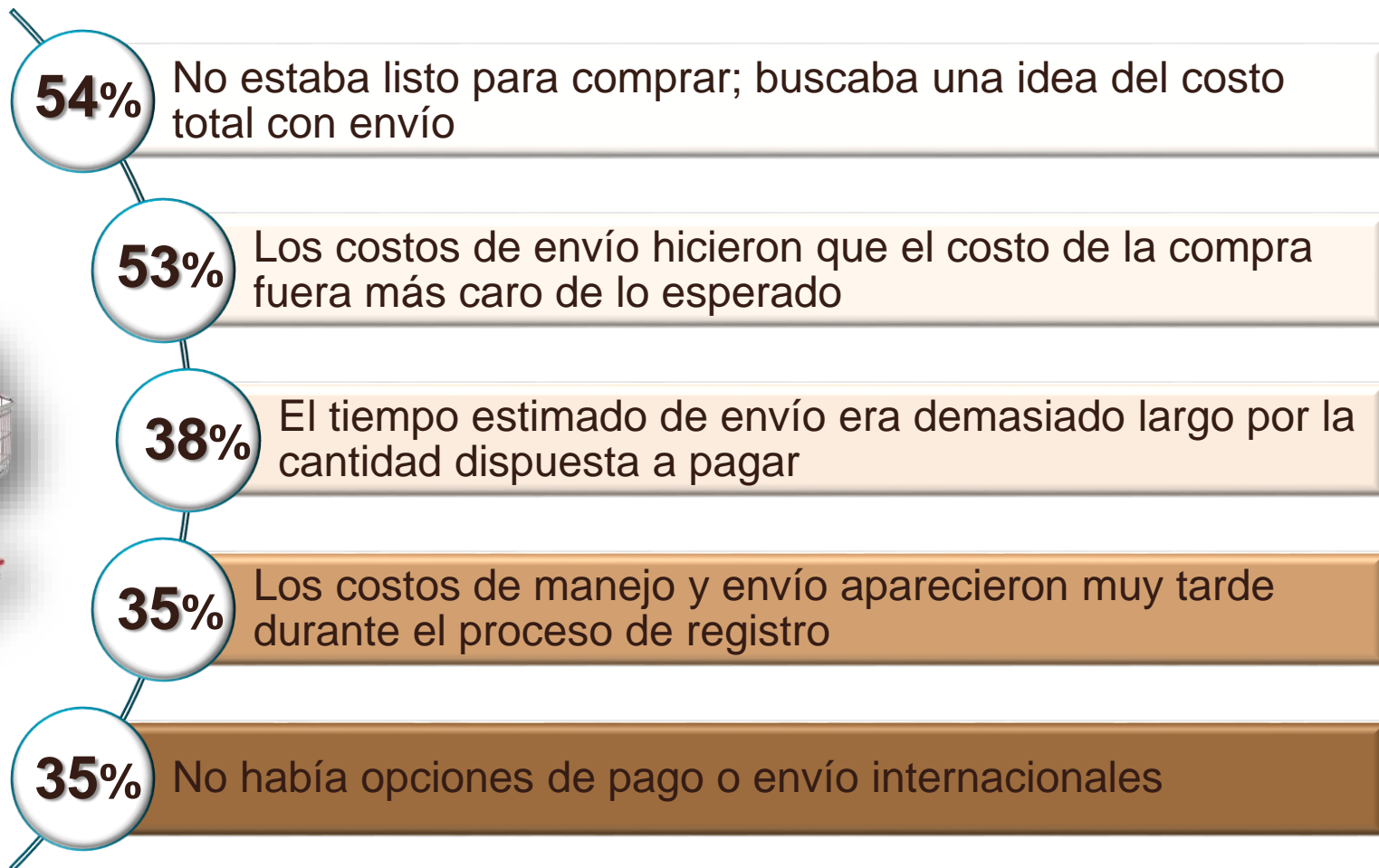
Pero, ¿qué está buscando el comprador en línea en México y de dónde proviene?

Categoría	% comprador
Ropa	53%
Libros / Música / Películas	51%
Juguetes y juegos	43%
Zapatos	40%
Otros electrónicos (televisores, cámaras, etc.)	36%
Dispositivos móviles	36%
Computadoras	34%

Distribución de origen de e-commerce internacional hacia México



Razones para abandonar la compra en línea



Retos que enfrentan las autoridades tributarias y las aduanas

El surgimiento de nuevos actores en el comercio exterior genera desafíos de administración tributaria:

- Nuevos Métodos de Pagos (Pay pal, TDC)
- Actores sin historia en Comercio Exterior
- Identificación de Responsables
- Piratería
- Contrabando
- Fraude comercial
- Publicidad engañosa
- Detección de Narcotráfico

Información obtenida de: Cladec

SOLO 2 DE CADA 3 COMPRADORES ESTÁN SATISFECHOS con el acceso a la información de servicio al cliente durante el proceso de pago.



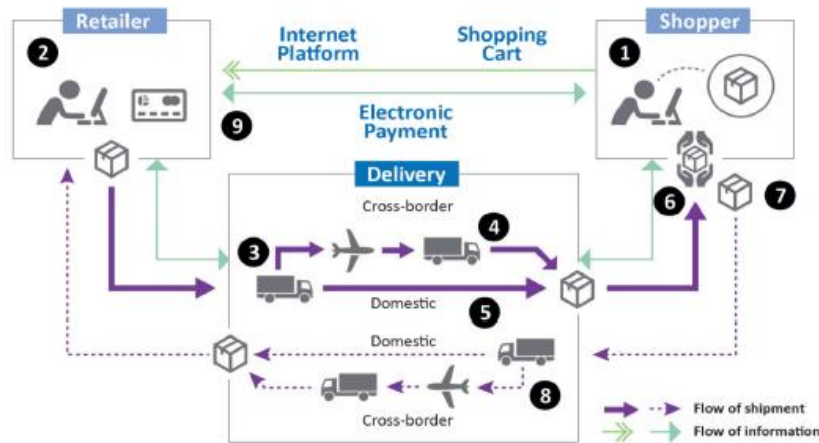
72% DE LOS COMPRADORES HAN ABANDONADO artículos en el carrito; 54% de los consumidores no estaban listos para comprar, pero querían darse una idea del costo total con envío

Para los consumidores el precio y la velocidad son indispensables, pero la seguridad y la privacidad de sus datos juega un papel importante en la decisión de compra en línea. (Pulso del consumidor en línea.)



Retos para las empresas logísticas

Desarrollar una cadena logística más eficiente y crear soluciones a la medida para los clientes



44% DE LOS COMPRADORES PREFIEREN que sus paquetes se entreguen en algún lugar diferente a su casa



LA ENTREGA A TIEMPO impacta la satisfacción del cliente en un **39%** de los consumidores



LA VELOCIDAD DEL ENVÍO es el factor **MÁS IMPORTANTE** cuando se buscan productos



91% DE LOS COMPRADORES HACEN ALGO para obtener el envío gratuito, y lo que lleva la delantera es agregar artículos al carrito (39%)

Soluciones UPS para mejorar la experiencia del comprador en línea:

UPS My Choice[®]



Los retos de la industria del comercio electrónico

Compradores

- Datos del vendedor
- Datos del comprador
- Medio de pago
- Monto abonado
- Descripción



Consolidadores de venta online



Servicios de proveedores logísticos



Aduanas / Administraciones Tributarias

Ventanilla única





Hacia dónde vamos

Brindamos servicios de entrega nacional dentro de 54 países, y proporcionamos servicios de exportación a más de 220 países y territorios.

Más de 220 países y territorios

1955 segmentos de vuelo diarios

Más de 13 MILLONES de miembros de UPS My Choice™ a partir de 2014

2700 instalaciones operativas a nivel mundial

150 000 puntos de entrada para minoristas

9,8 MILLONES DE CLIENTES atendidos todos los días

Más de 100 000 vehículos

4,6 MIL MILLONES de paquetes entregados en 2014

REGIONES OPERATIVAS DE UPS

- EE. UU.**
- AMÉRICA**
Canadá, América Latina y el Caribe
- ISMEA**
Subcontinente indio, Medio Oriente y África
- EUROPA**
- ASIA-PACÍFICO**

- Oficinas principales corporativas o regionales
- Centros de conexión regionales
- Combustible alternativo global y ubicación de la flota de tecnología avanzada
- País de origen de envío con neutralización de emisiones de carbono de UPS (36 en total)