

NOTA DE PRENSA

Madrid, 25 de septiembre de 2023

CTT Express revela en su IV Edición del Estudio Ecommerce

El interés del consumidor por recibir sus pedidos en un punto de conveniencia se cuadruplica en tan solo tres años

Esta modalidad de entrega gana terreno y el comercio de proximidad encuentra en ellos una oportunidad para la captación de nuevos clientes

CTT Express, filial de paquetería urgente del Grupo CTT, revela un creciente interés por la recepción de envíos a través de comercios de proximidad entre los consumidores. Según el último Estudio Ecommerce elaborado por la compañía, en el que han participado más de medio millar de personas de entre 30 y 70 años, en tan sólo tres años, se ha cuadruplicado el interés de los consumidores por este servicio **hasta alcanzar el 16%**

Así, desde la filial de reparto aseguran que esta opción de entrega *“resulta todo un éxito entre los destinatarios”* ya que *“les permite recibir sus pedidos de forma cómoda, segura y flexible”* y a su vez, aseguran *“promueve la actividad y las visitas a comercios de proximidad”*.

El mismo estudio revela que las compras a través del canal online continúan con su crecimiento a doble dígito. El **60%** de las personas encuestadas hacen al menos una compra al mes con un gasto superior a los **40 euros** y, entre los sectores más demandados, destacan el textil (**70%**), el tecnológico (**40%**) y la cosmética (**18%**).

La comodidad se ha convertido en un factor determinante en la toma de decisiones de compra, donde la facilidad de acceso a la compra vía web y que el producto llegue de forma rápida, son cada vez más valoradas. De hecho, más del 90% de ellos recurre al canal online por la inmediatez.

“El enfoque en la comodidad sigue siendo un poderoso impulsor para ganar la lealtad de los consumidores. Las empresas que se adaptan a esta demanda creciente, diseñando experiencias que se ajusten a las necesidades y estilos de vida de los clientes, se encuentran en una posición privilegiada para destacar en el mercado altamente competitivo actual” añade **la directiva**.

Para ello es fundamental tener en cuenta que, desde el punto de vista de la entrega, los destinatarios prefieren: recibir sus pedidos en la franja de mañana (**46%**), preferentemente en su domicilio (**67%**), con un aviso de 24h previo a la entrega (**81%**). Además, en caso de tener que realizar una devolución, reclaman que la empresa recoja el paquete en casa (**66%**) por la flexibilidad que ofrece.

Por otro lado, el móvil se posiciona como el dispositivo a través del cual casi el **75%** de los consumidores llevan a cabo sus compras, su método de pago preferente es la tarjeta (ya sea de crédito o débito) (**70%**) y su canal favorito para solucionar incidencias es la llamada con un agente.

“Este informe proporciona una visión completa para todos los actores involucrados en el proceso de las compras y el canal online, siendo especialmente relevante para nuestro sector. El 80% de los encuestados afirma que su experiencia con la entrega del pedido es un factor decisivo para determinar si volverán a comprar en esa tienda o buscarán otras opciones. Ofrecer la mejor calidad de servicio no es una opción, es una responsabilidad.” concluye **Leticia Martín**.