

# RAPIDEZ EN LAS ENTREGAS, CLAVE PARA LA GENERACIÓN Z

El 90% de quienes nacieron a fines de la década del 90 asegura que compraría más por e-commerce que en tiendas físicas, en el caso de contar con mayor control sobre los procesos de entrega. Datos a tener en cuenta para esta Navidad.

Los procedimientos de compra y venta de productos han cambiado de manera vertiginosa desde el advenimiento del comercio electrónico. La comodidad de comprar desde el hogar otorga un plus sustancial, ya que no es necesario el traslado hacia una tienda física para adquirir el producto deseado.

Es así que, debido a los cambios generacionales, se obliga a las marcas no solo a enfrentarse a una nueva oleada de consumidores, sino también a la difícil tarea de intentar comprenderlos y así conocer las normas y deseos que moverán el mercado. En tanto, si ya entender quiénes son los Millennials y sus intereses ha sido parte de una etapa anterior, ahora los estudios se ahondan en la interpretación de la Generación Z, aquellos individuos nacidos a fines de los años 90.

Los consumidores más jóvenes quieren recibir sus productos comprados online de forma rápida y eficiente. El plazo de entrega promedio de dos días va perdiendo aceptación a medida que los consumidores son menores: el 73% de los mayores de 55 años están dispuestos a esperar entre dos y cuatro días, mientras que solo el 58% de los miembros de la generación Z lo considera aceptable, según un estudio de Red Dot Research.



Además, un 60% de dicha generación tiene elevadas expectativas ante cómo se comportará la empresa en lo que a logística se refiere, y un 86% asegura que las opciones de entrega son un elemento determinante para decidir dónde comprar online.

La necesidad de acceder a la información del estado del envío, llevó a que el 85% prefiera que se le avise antes de recibir el producto para tener la posibilidad de responder ante esto en caso que lo deseen, ya sea modificando la dirección o el horario de entrega. Incluso el 61% estaría dispuesto a

pagar más con tal de garantizar que el producto llegue a destino el mismo día de efectuado pedido, según un estudio de PwC.

Resulta claro que la obsesión por la inmediatez rige los deseos de los jóvenes consumidores, y que cuidar la logística será cada vez más importante para las empresas online. Caracterizados por su pragmatismo, ambición y autonomía, los nacidos en la era digital tienen expectativas claras del mundo en el que han crecido: Internet es parte de su vida y dan por hecho que las marcas deben acomodarse a los “tiempos online”.