



Asociación de  
Internet.mx

# Estudio de Comercio Electrónico en México 2018

Diciembre, 2018

 Agenda

- Objetivos
- Estimación del Valor del Comercio Electrónico en México
  
- Experiencia del Comprador Mexicano
  - Ficha metodológica
  - Composición Comprador Mexicano
- Compras en línea
- Satisfacción / Recompra
  
- Comercios en México
  - Ficha metodológica
  - Composición Comercios en México
- Compras en línea
- Satisfacción / Recompra



# Objetivos

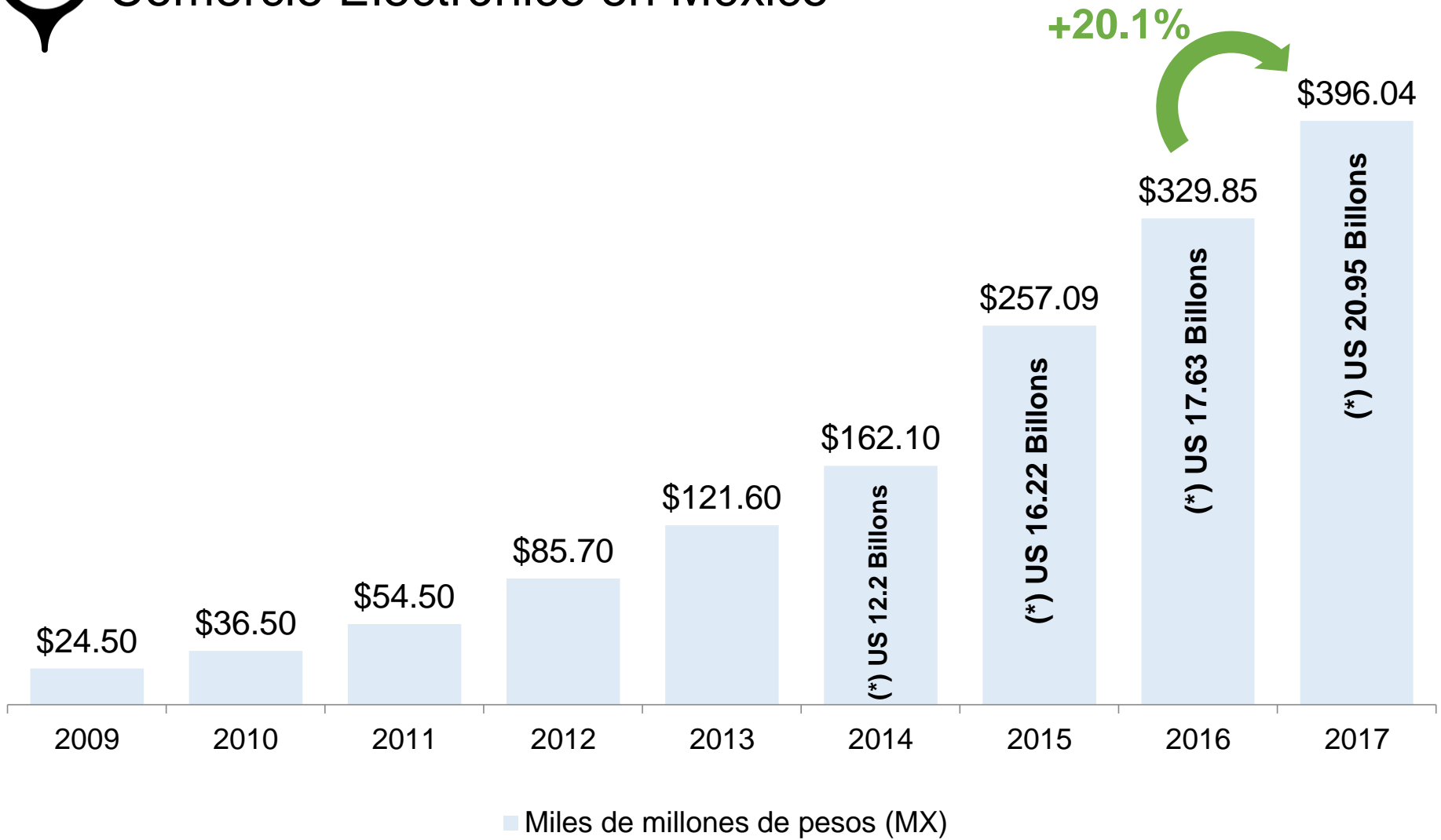
- Conocer el valor del Comercio Electrónico en México.
- De la misma manera:
  - Conocer el perfil del comprador mexicano.
  - Entender preferencias y percepciones de los compradores.
  - Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios.
  - Evaluar el proceso de compra de los usuarios
  - Detectar relevancia en temporalidades y promociones asociadas.
- Conocer las principales temáticas asociadas a la operación de los comercios electrónicos en México.
  - Observar el desempeño de sus propiedades digitales.
  - Conocer las expectativas asociadas a metas y objetivos de la industria.
  - Observar la percepción de los comercios.
  - Evaluar los procesos de compra y entender las posibles barreras en las compras digitales.
- Finalmente, crear conocimiento de utilidad para la membresía de la Asociación, así como para diferentes actores claves de la industria en Internet.

# Estimación del Valor del Comercio Electrónico en México

2018



# Comercio Electrónico en México



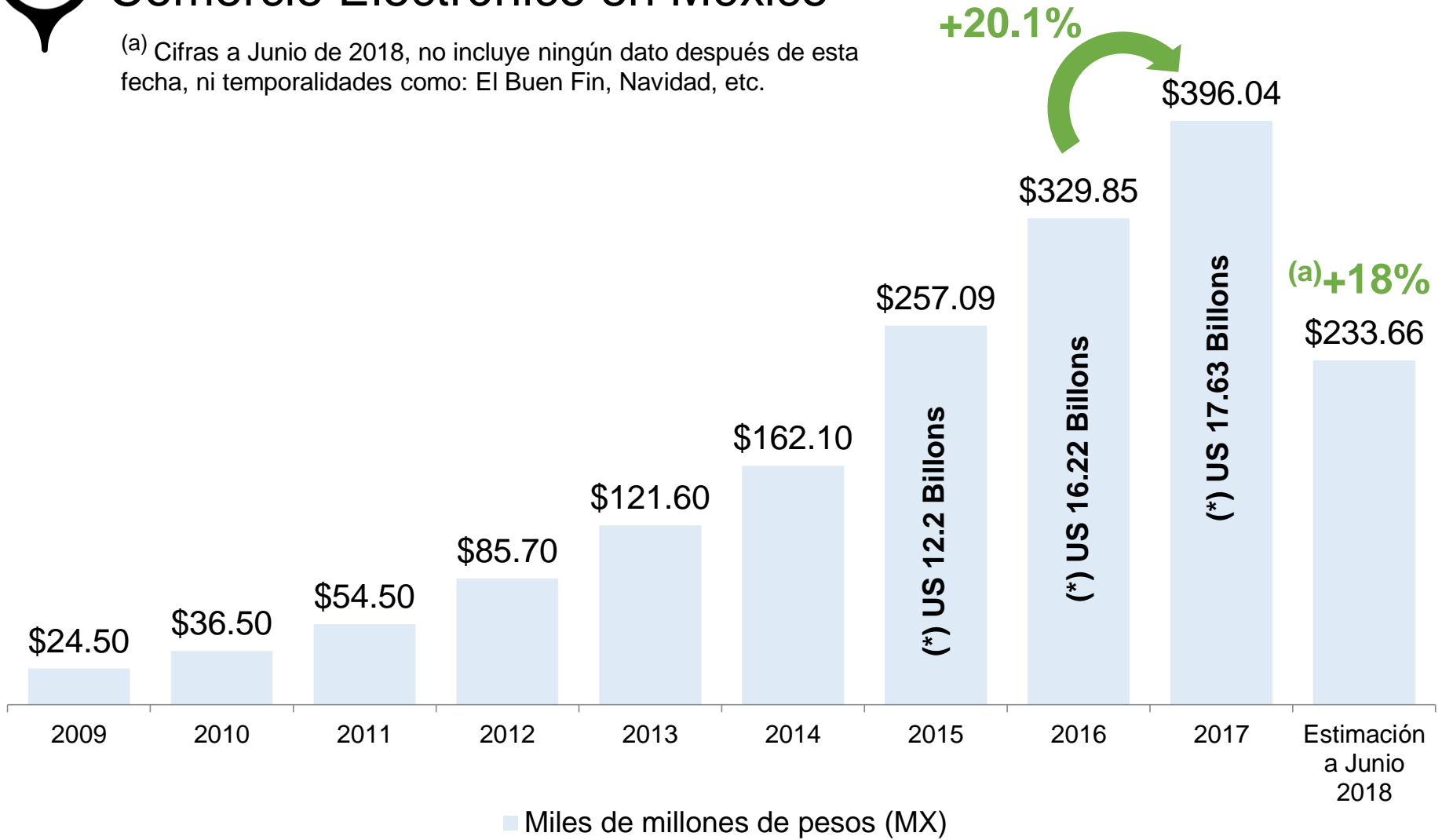
(\*) Tipo promedio de cambio 2017: \$18.90 MX = 1 USD





# Comercio Electrónico en México

(a) Cifras a Junio de 2018, no incluye ningún dato después de esta fecha, ni temporalidades como: El Buen Fin, Navidad, etc.



(\*) Tipo promedio de cambio 2017: \$18.90 MX = 1 USDc

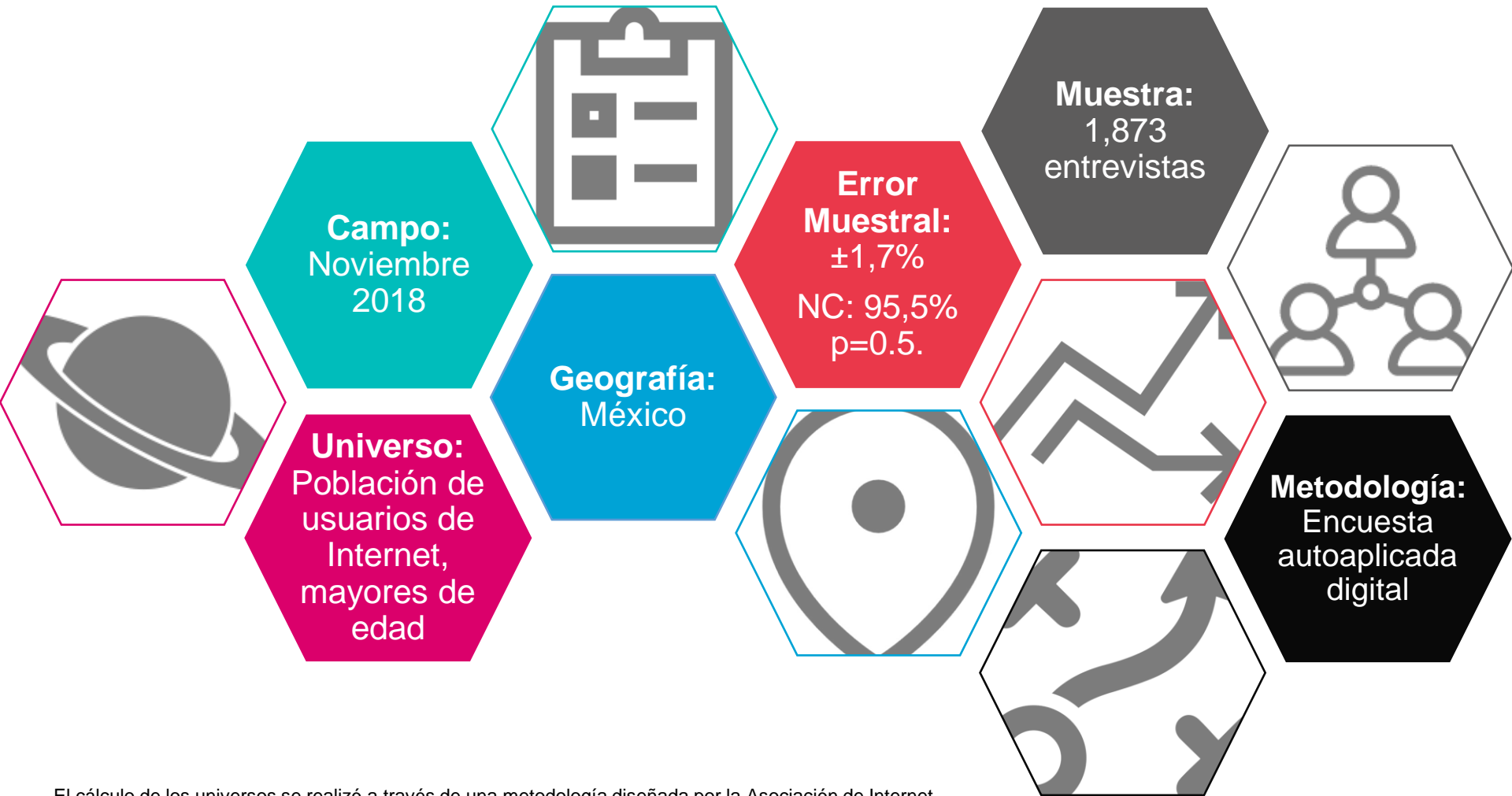


# Experiencia del Comprador Mexicano

2018



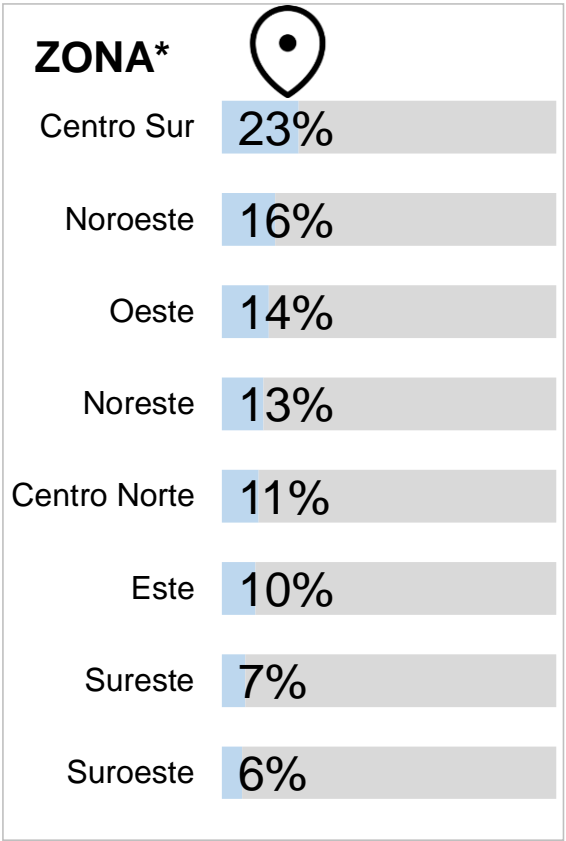
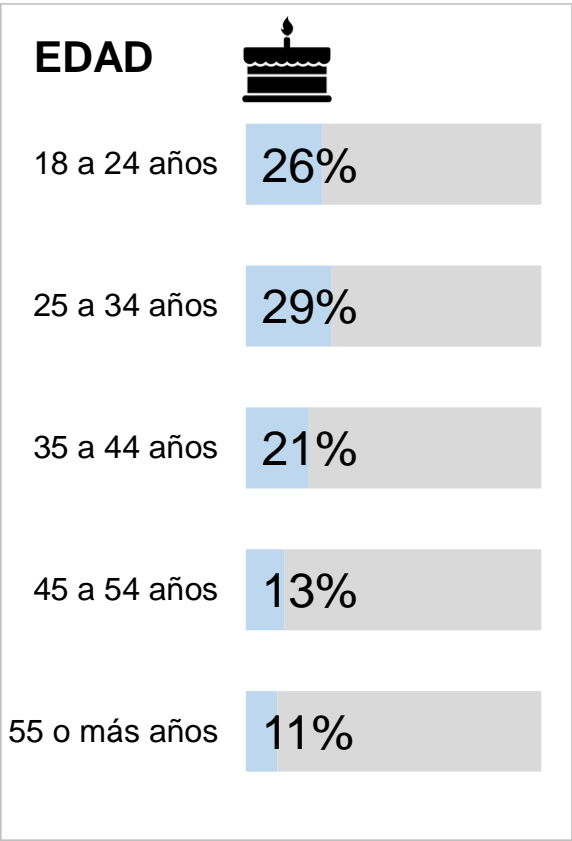
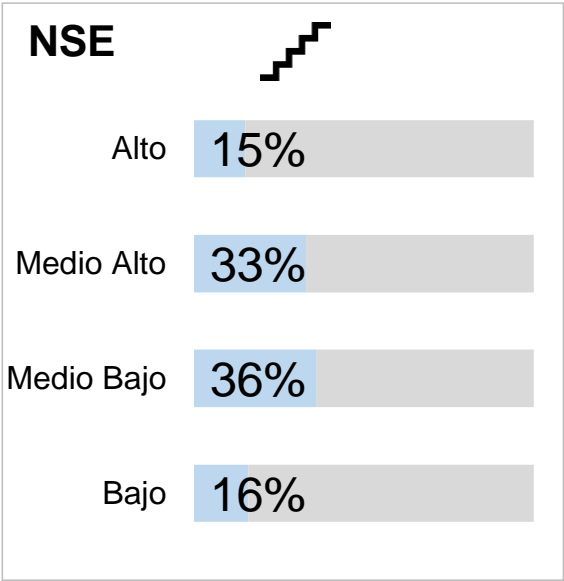
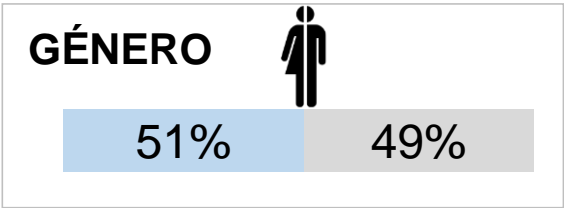
# Metodología



El cálculo de los universos se realizó a través de una metodología diseñada por la Asociación de Internet .MX, incluyendo datos estadísticos provenientes de distintas fuentes:

- El Consejo Nacional de Población (CONAPO).
- El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- El Departamento de Investigación Online de Estadística Digital.

# Composición de compradores en México



\* Fuente: 14° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018, Asociación de Internet .MX.

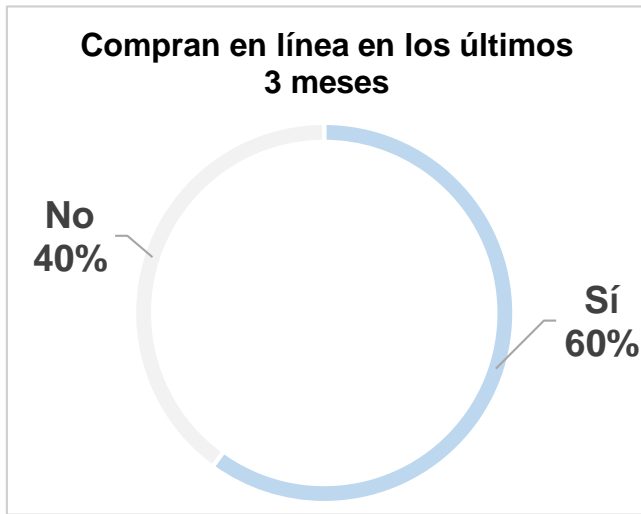
# Compras en línea

## 2018

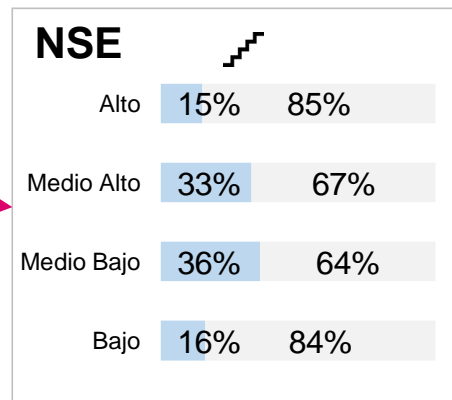
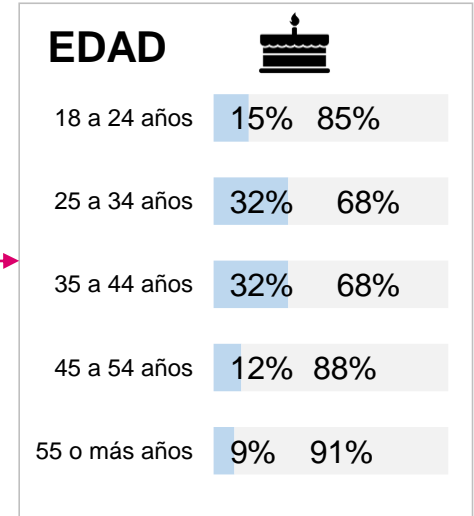
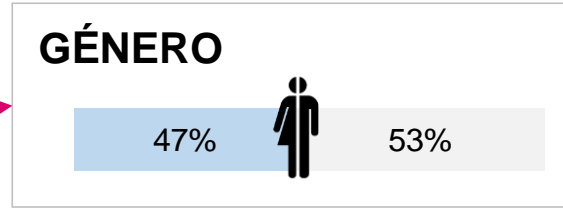


# Compradores en línea

- El 60% de los usuarios compraron algún producto o servicio en línea en los últimos tres meses.
- A diferencia de los compradores anuales en México, que representan el 75% de los usuarios mayores de 18 años en el país.



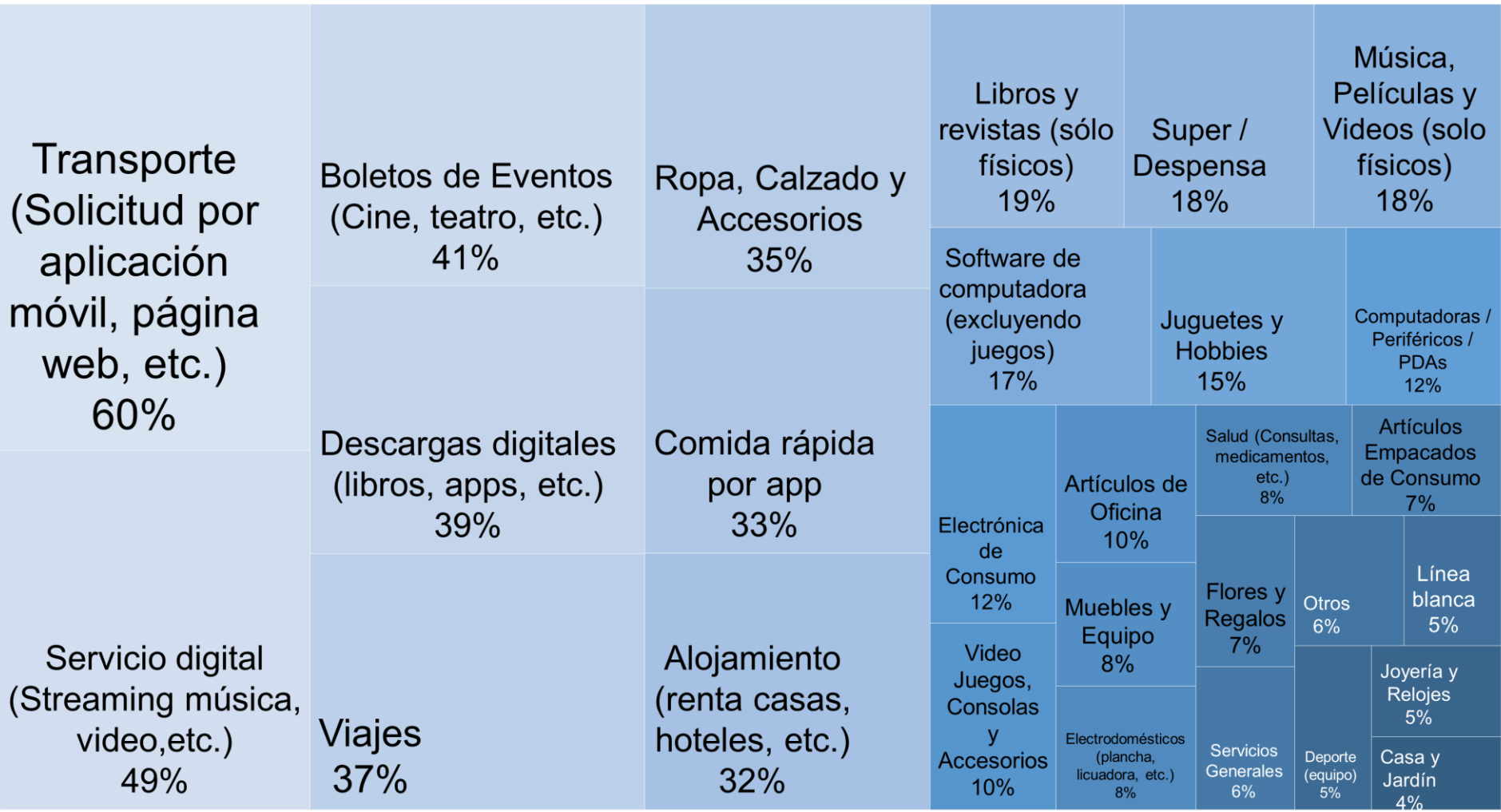
- El 54% de los hombres que compraron algún servicio o producto en línea en los últimos tres meses, se encuentran en el rango de 25 a 44 años de edad.
- De la misma manera 4 de cada 10 mujeres que compraron algún servicio o producto en los últimos tres meses se encuentran en el segmento de 25 a 34 años.





# Compras en línea

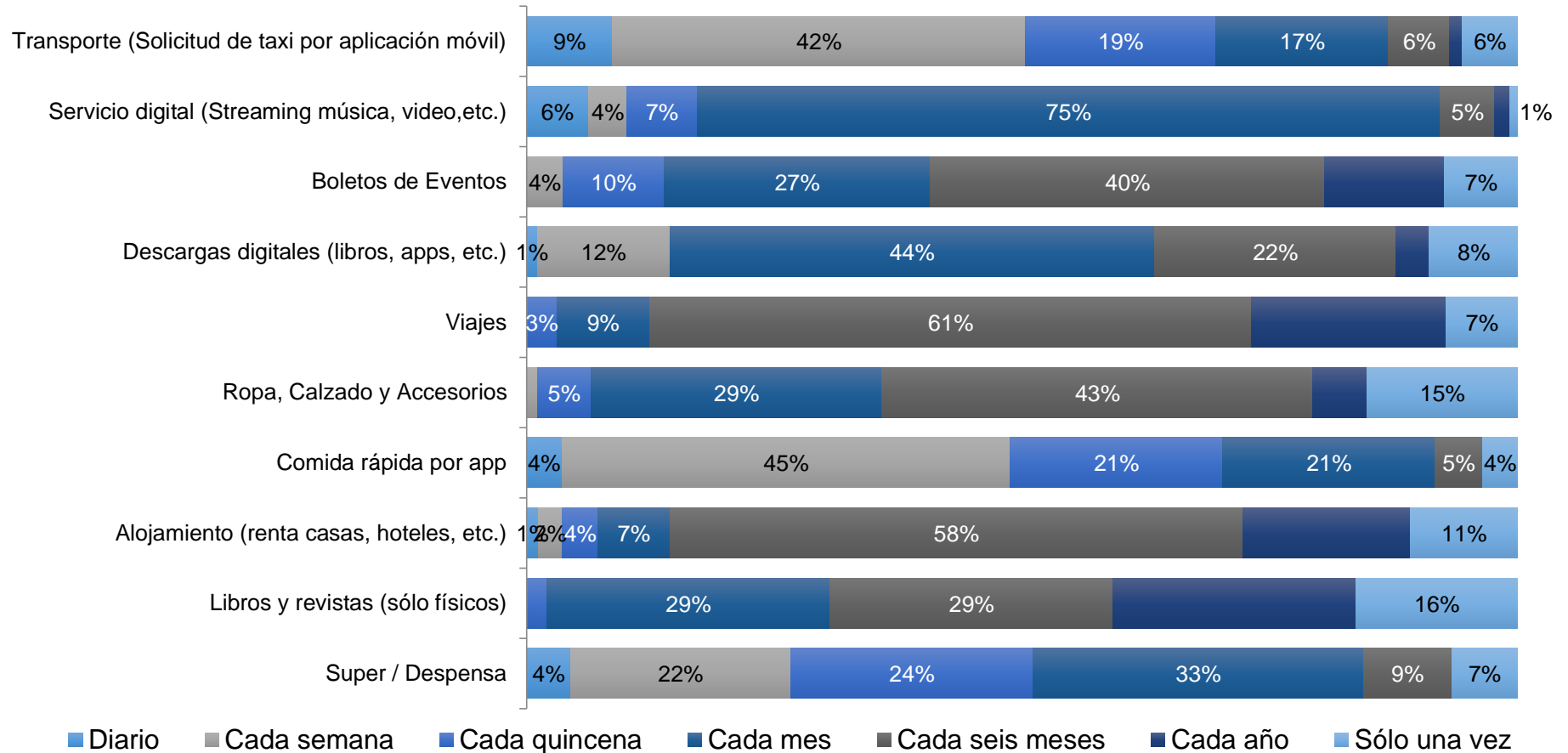
- Cotidianas las compras en línea para los usuarios en México, lo más comprado para este 2018; Transporte con un 60%.
- Casi 5 de cada 10 compradores en línea en México, adquieren servicios digitales en streaming, música y video principalmente.
- Turismo repuntó respecto a 2017, gana 2%.



Base: 1,873 entrevistas



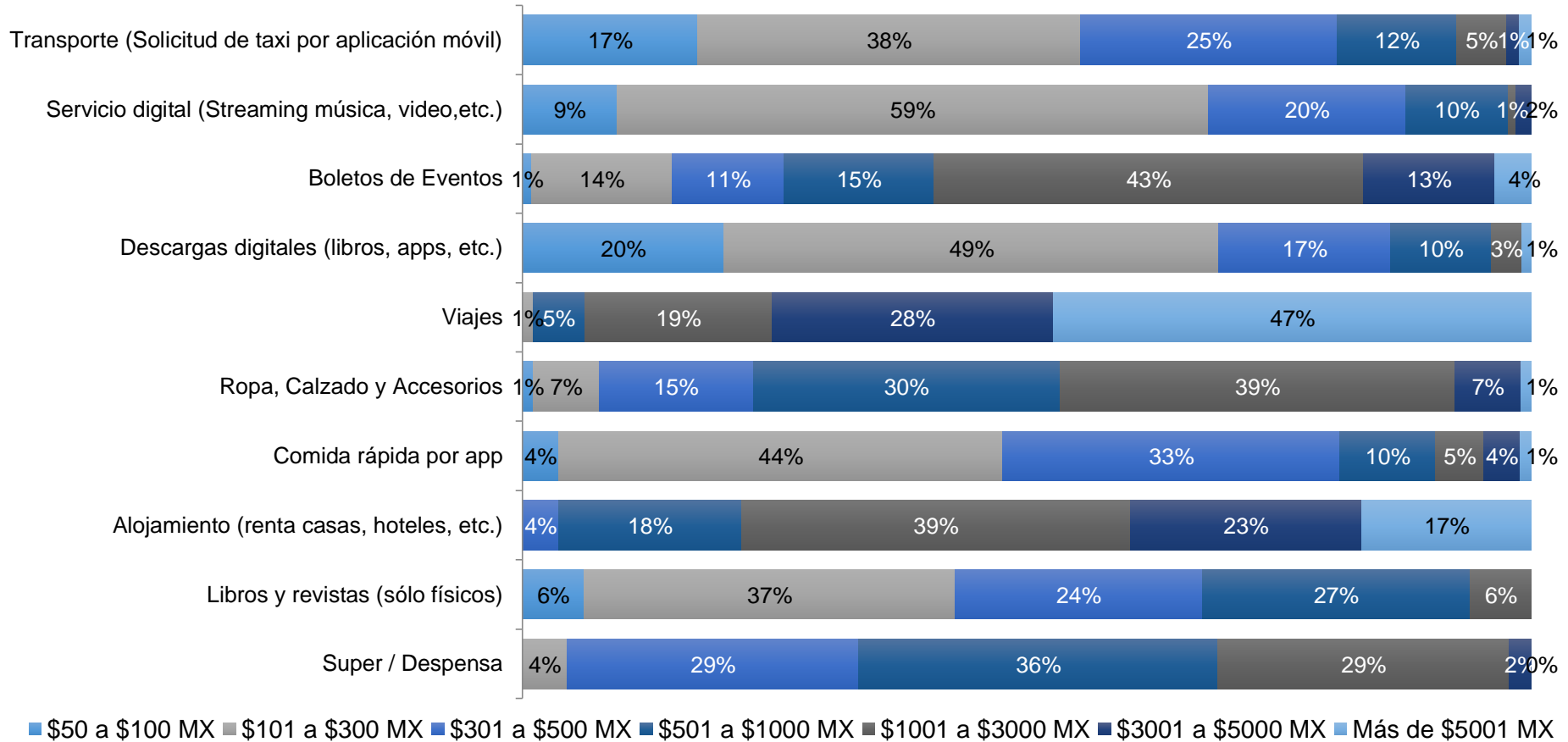
# Frecuencia de compras en línea (Top 10)



- En promedio los usuarios en México, compran cada mes algún producto en línea.
- 1 de cada 10 usuarios solicita transporte en línea diariamente,
- Ropa calzado accesorios, sigue presente en la preferencia de los compradores cada mes.
- Un tercio de los compradores solicita comida rápida cada semana.



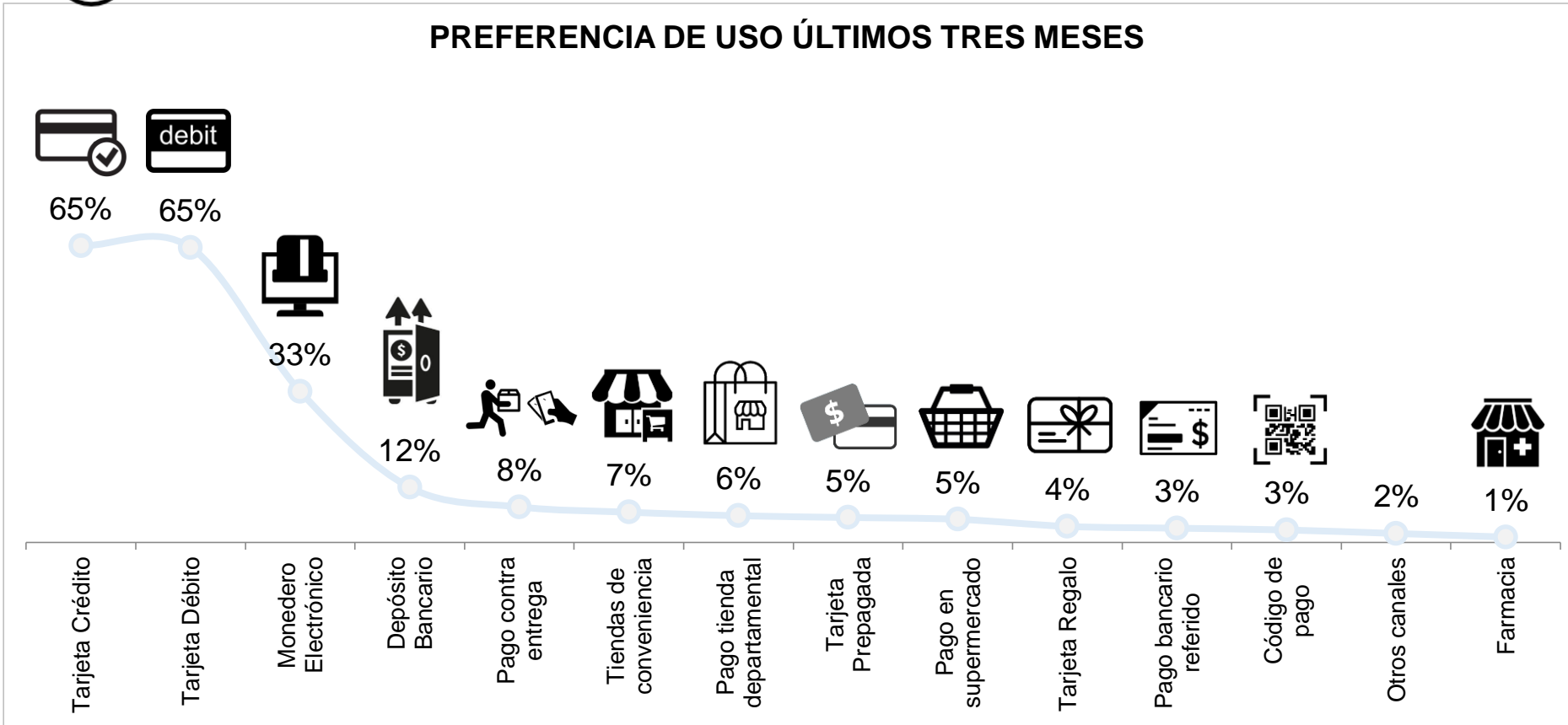
# Gasto promedio de compras en línea



- En México, \$6,230 MX es el gasto trimestral promedio (excluyendo viajes), \$300 MX menos que en 2017.
- Viajes se mantiene como la categoría en que más se gasta dinero, \$8,114 MX promedio trimestral, casi \$1,000 más que en 2017.
- Gasto promedio trimestral de las compras en línea de super llegó a \$6,300 MX en este 2018

# Métodos de pago

## PREFERENCIA DE USO ÚLTIMOS TRES MESES



- Tarjeta de crédito mantiene la preferencia al momento de realizar compras, al igual que Tarjetas de débito con 65% respectivamente.
- Monederos electrónicos posicionándose como el tercer método de pago favorito para los compradores en línea en México.

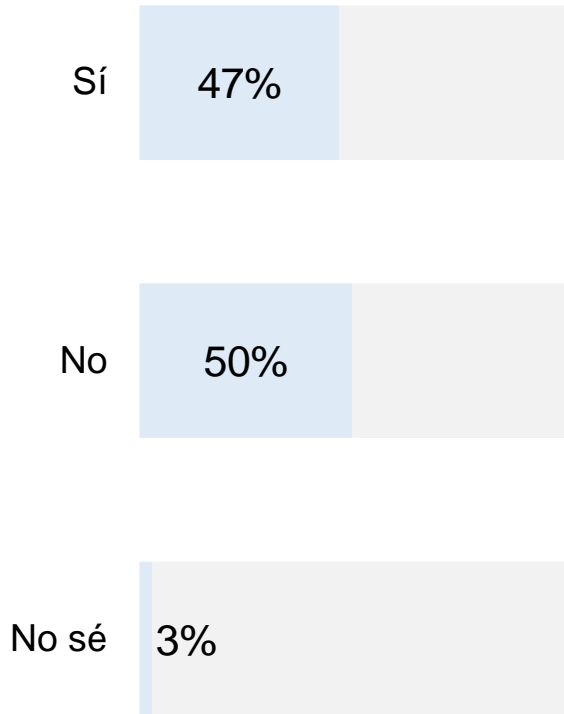


# Compras Internacionales en línea 2018

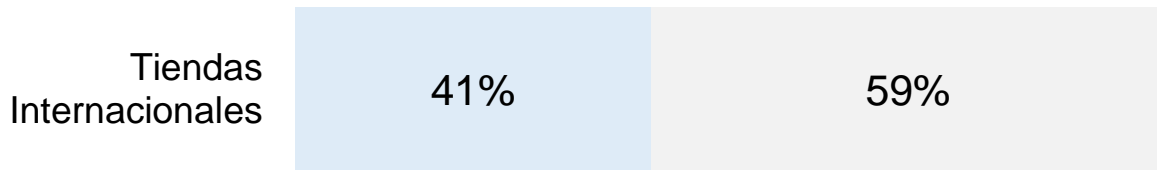


# Compras Internacionales

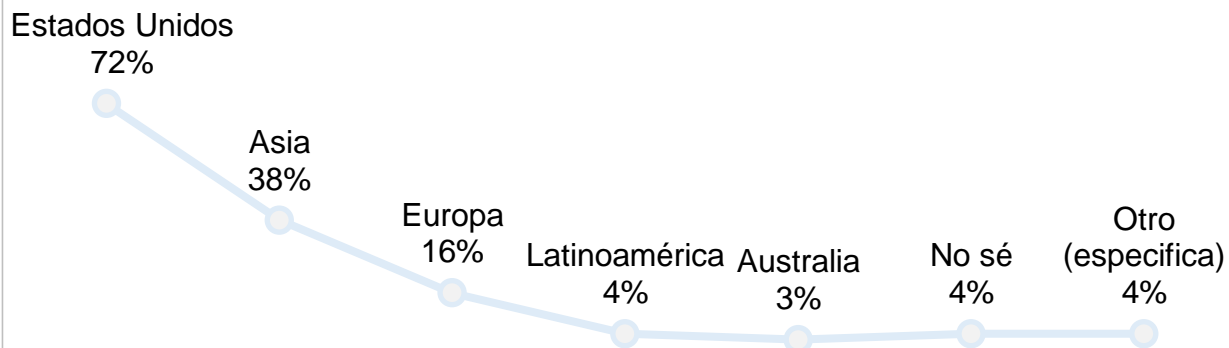
## COMPRAS INTERNACIONALES ÚLTIMO AÑO



## % ÚLTIMOS TRES MESES



## REGIÓN DE LOS COMERCIOS



- El 41% de los compradores en México compraron en algún comercio electrónico fuera de México en los últimos tres meses.
- Casi 5 de cada 10 compradores realizaron en 2018 compras a nivel internacional, destacando el mercado de Estados Unidos, destaca el crecimiento de las compras en comercios de Europa (16%)

# Envíos

## 2018



# Envíos últimos tres meses

## % PAGO DE ENVÍOS

30%

70%

## MÉTODO DE ENVÍO

Pago en línea con envío a mi hogar

77%

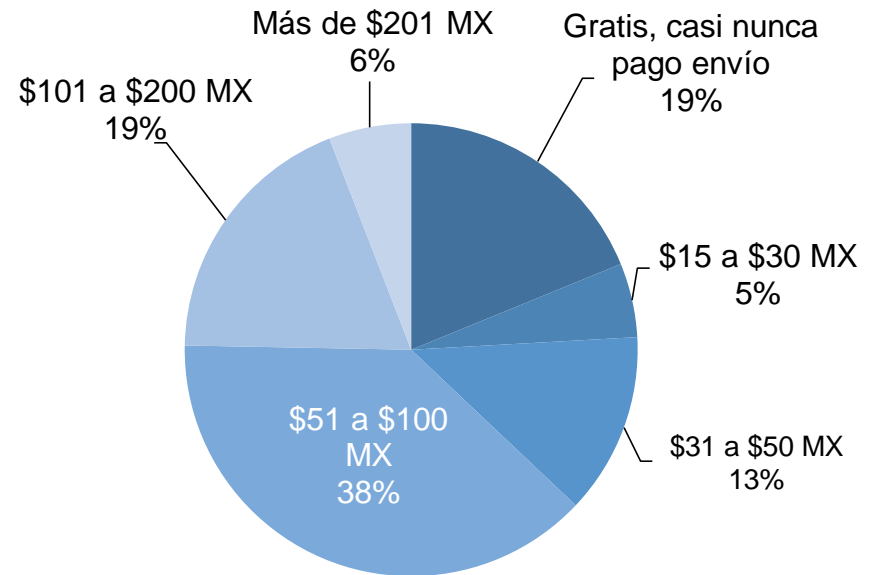
Pago en línea y recoger en tienda física local

13%

Pago en línea y envía a una locación diferente a mi hogar

26%

## COSTO PROMEDIO ENVÍOS



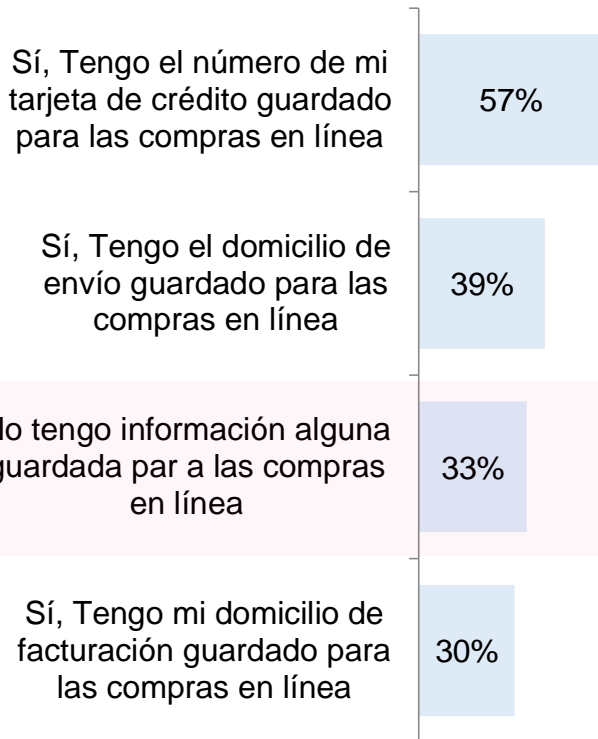
- Sólo el 30% de las compras en México pagan envío, el pago en promedio es de \$100 MX.
- Casi 8 de cada 10 compradores en línea en México prefieren que se entreguen sus productos en el hogar.



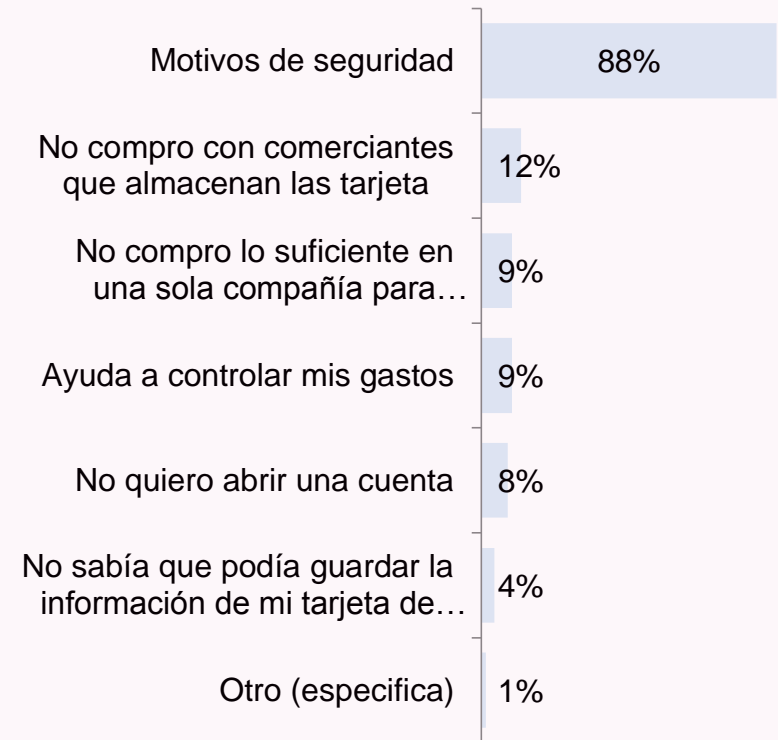
# Datos Personales

- Casi 7 de cada 10 usuarios tienen guardados sus datos personales en alguna plataforma de comercio electrónico.
- El tercio de compradores restantes, no los guardan por motivos de seguridad principalmente.

## GUARDADOS EN ALGUNA PLATAFORMA



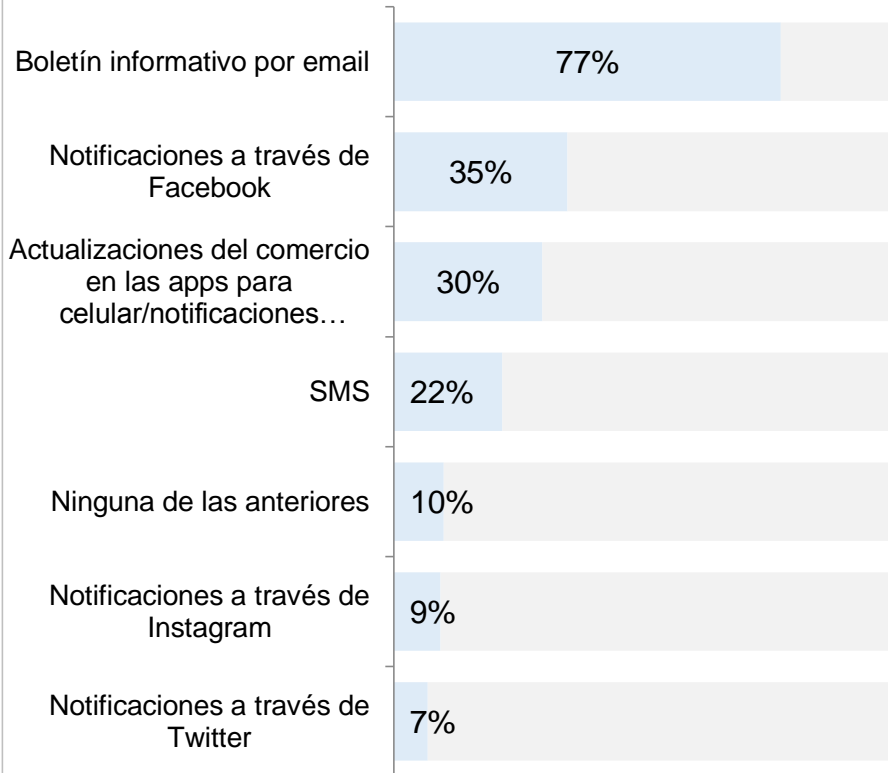
## RAZONES PARA NO GUARDAR DATOS PERSONALES



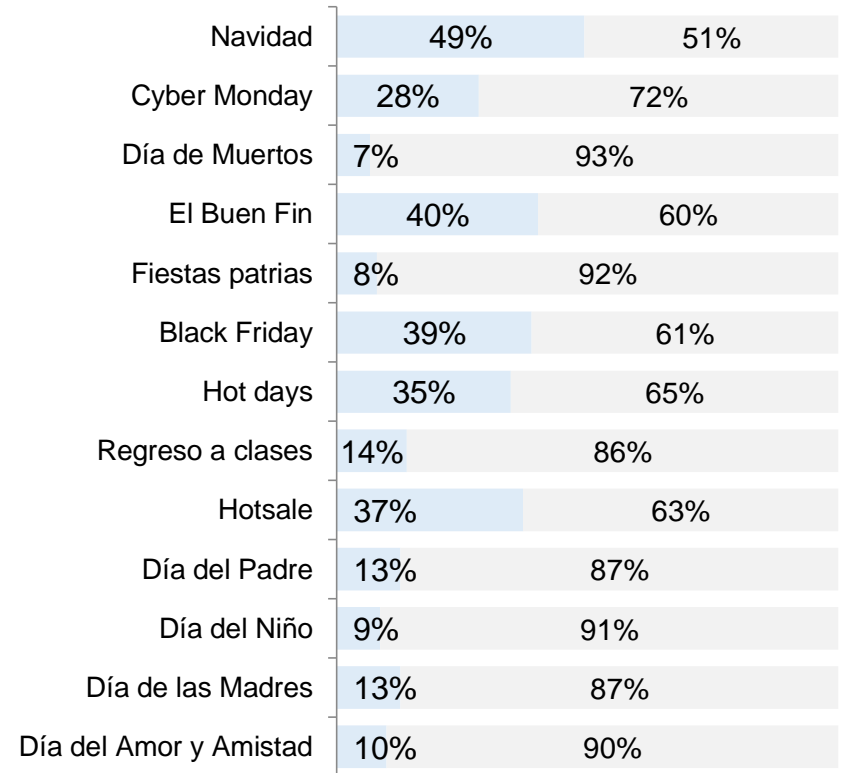
# Interacción / temporalidades

- El correo electrónico como la principal forma de interactuar con los compradores en México, casi 8 de cada 10 lo prefiere
- Las redes sociales y las notificaciones en apps, juegan un papel importante en esta interacción entre comercios y compradores, 3 de cada 10 lo reconocen así.

## INTERACCIÓN COMPRADORES

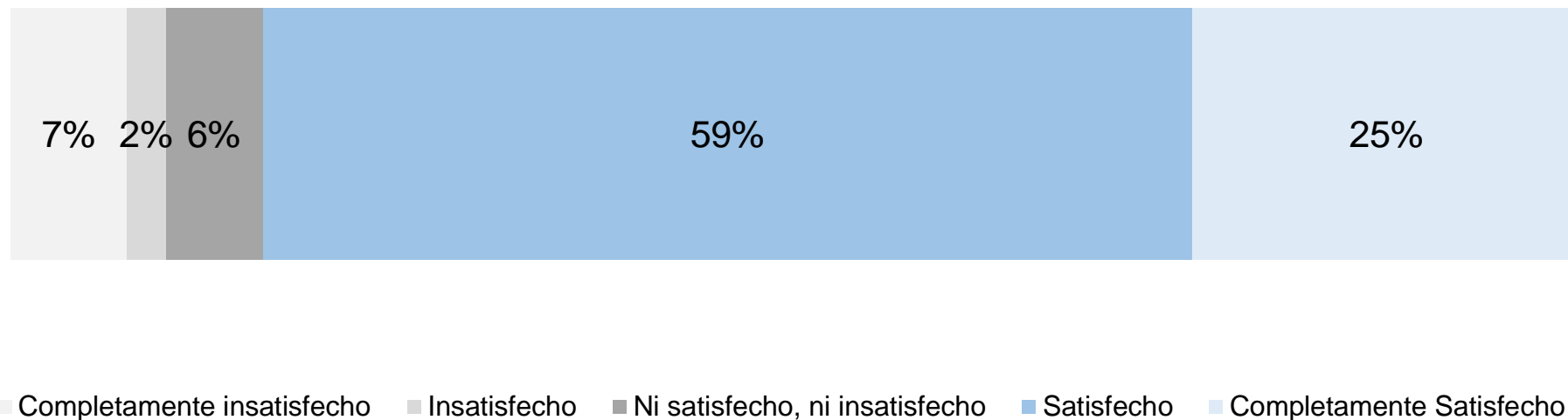


## TEMPORALIDADES MÁS IMPORTANTES



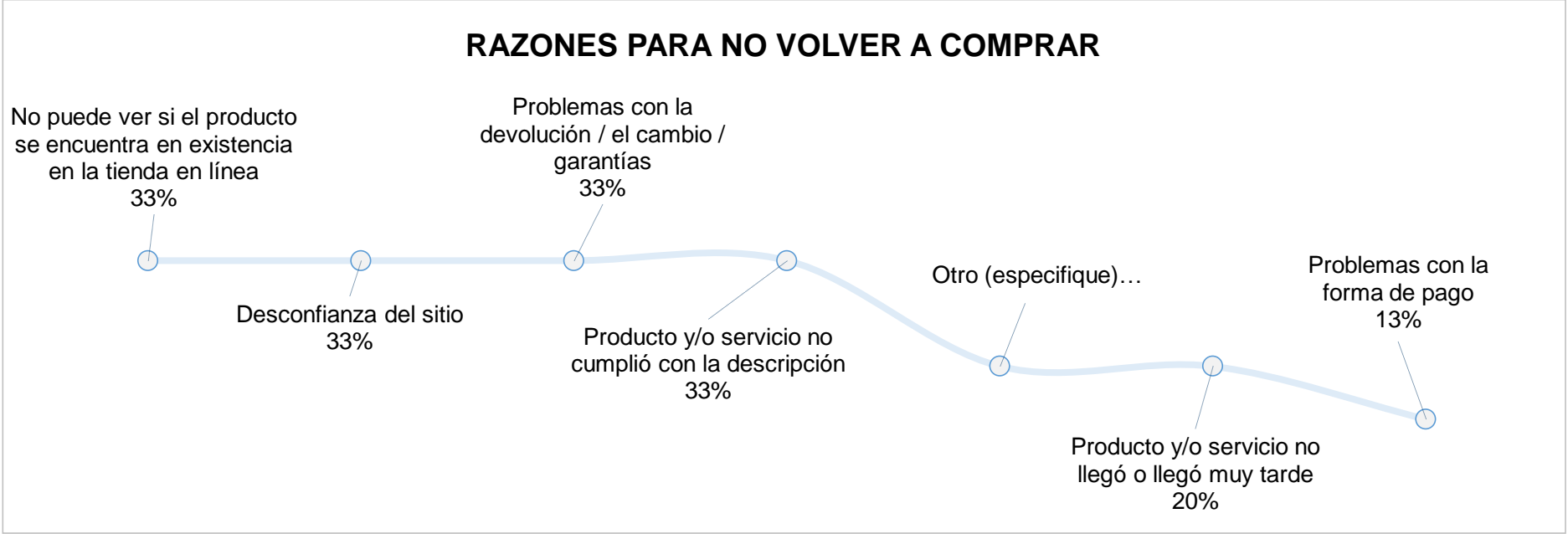
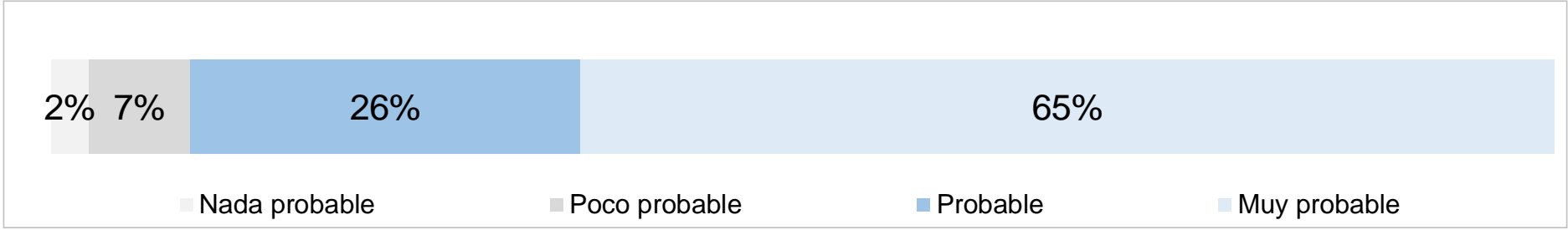
- El Buen Fin se posiciona como la temporalidad más relevante después de navidad, para los compradores, destacan también Black Friday y Hot sale en las preferencias.

# Satisfacción



- El 84% de los compradores en México se encuentran satisfechos con los comercios en donde han comprado.

# Recompra



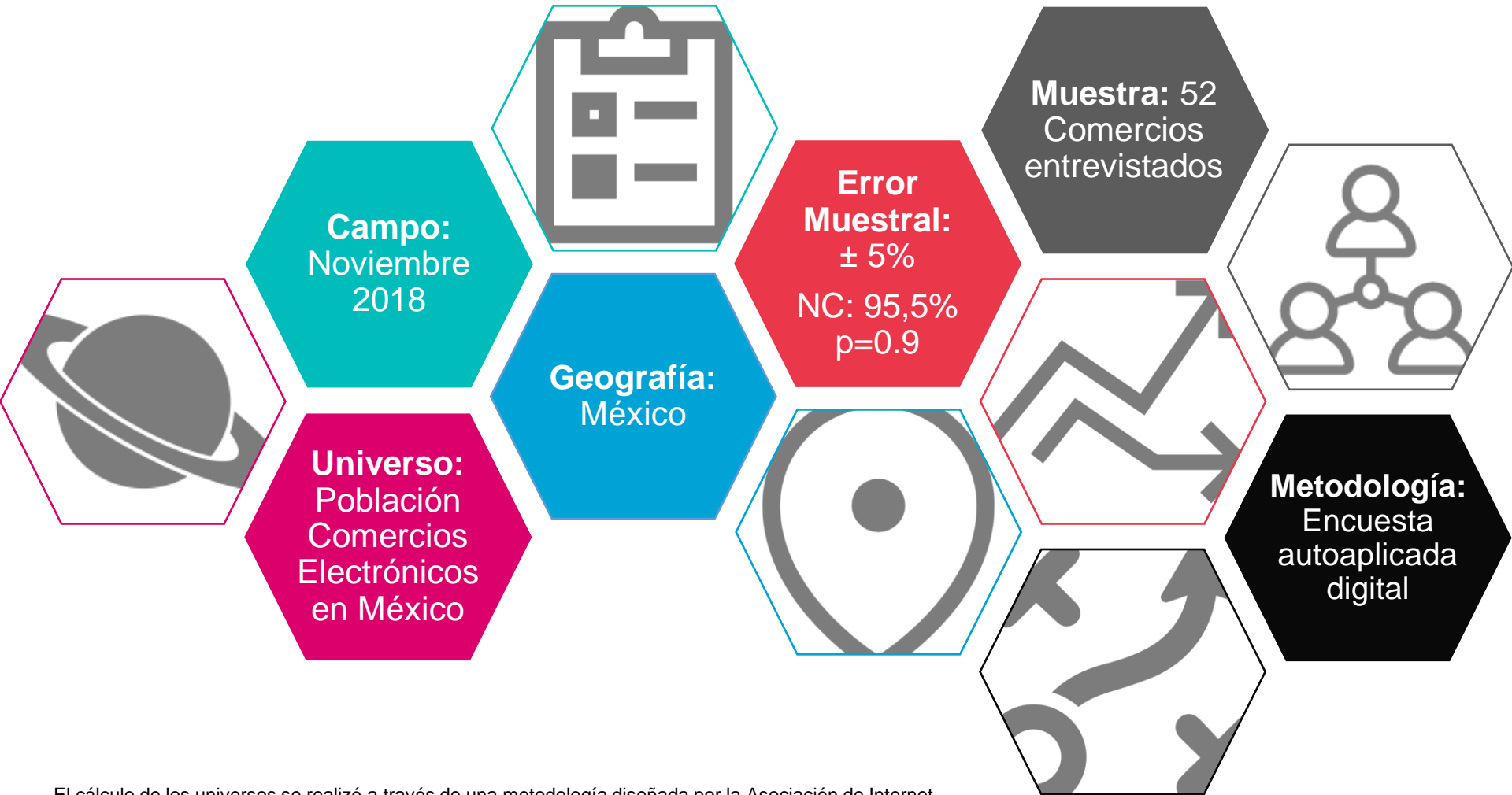
• 8 de cada 10 compradores volverán a hacerlo en este 2019, sin embargo, parte de los usuarios que declararon, que no volverán a comprar, es debido a la falta de información y transparencia en los comercios que han comprado.



# Comercios

## 2018

# Ficha Metodológica



El cálculo de los universos se realizó a través de una metodología diseñada por la Asociación de Internet .MX, incluyendo datos estadísticos provenientes de distintas fuentes:

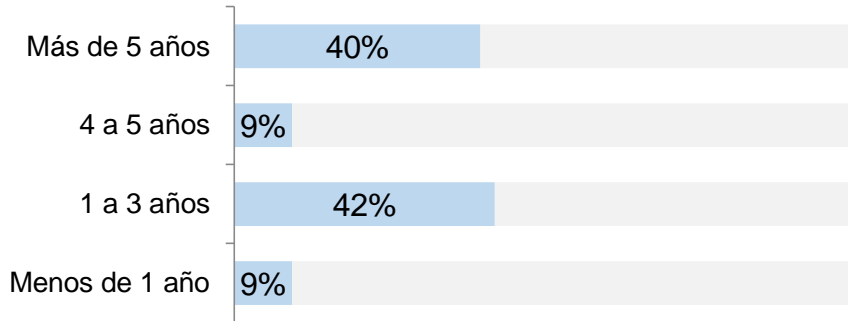
- El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- El Departamento de Investigación Online de Estadística Digital.



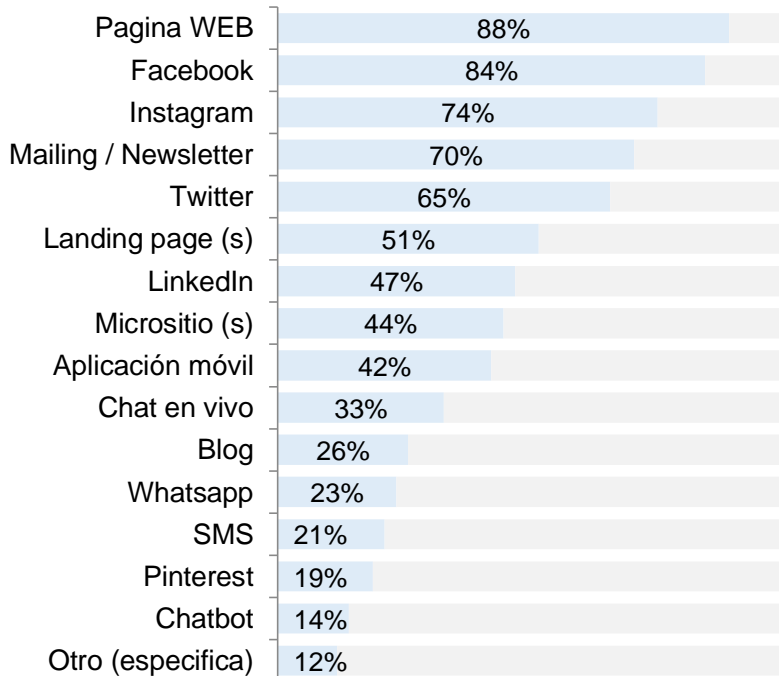
# Perfil de Comercios

Base: 52 comercios electrónicos entrevistados

## ANTIGÜEDAD PROMEDIO



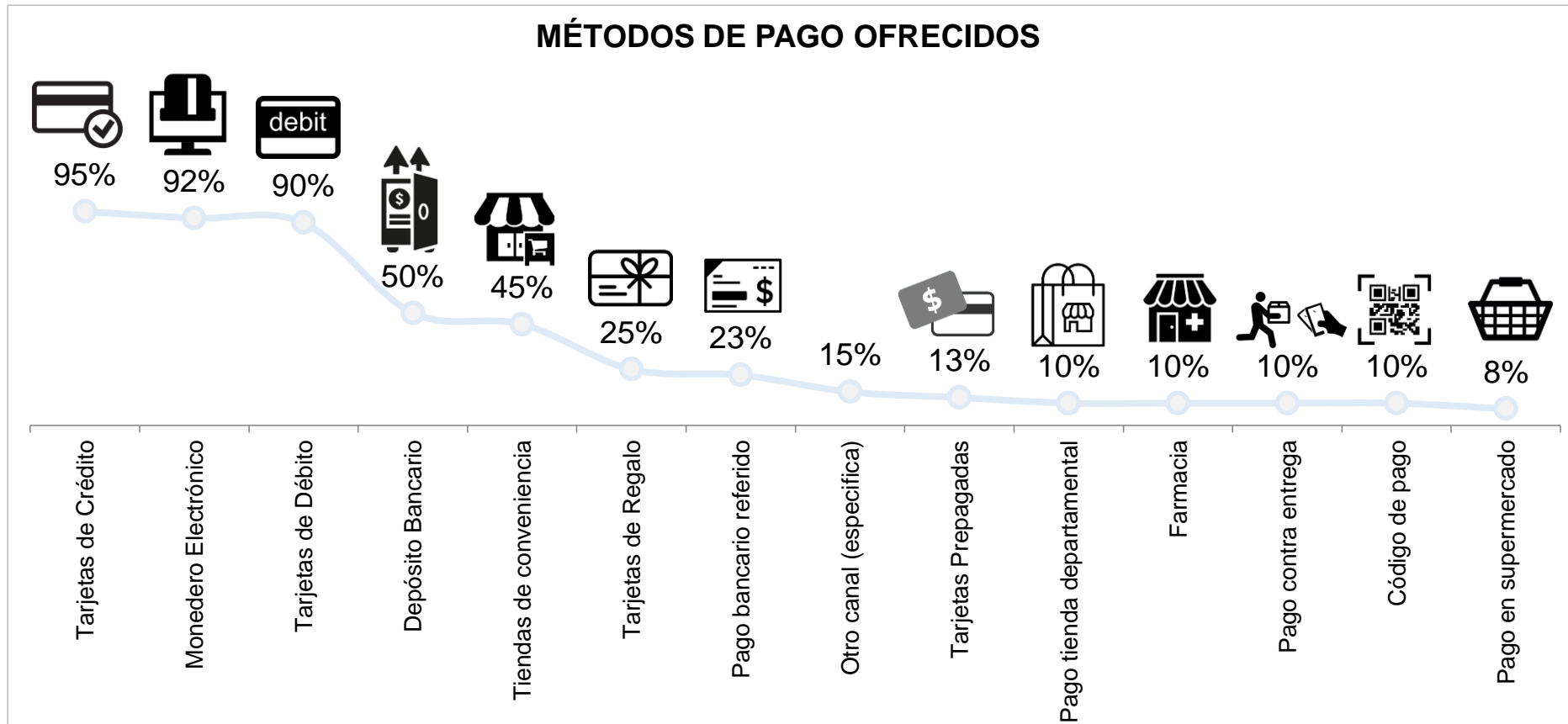
## PROPIEDADES DIGITALES



## ARTÍCULOS OFRECIDOS

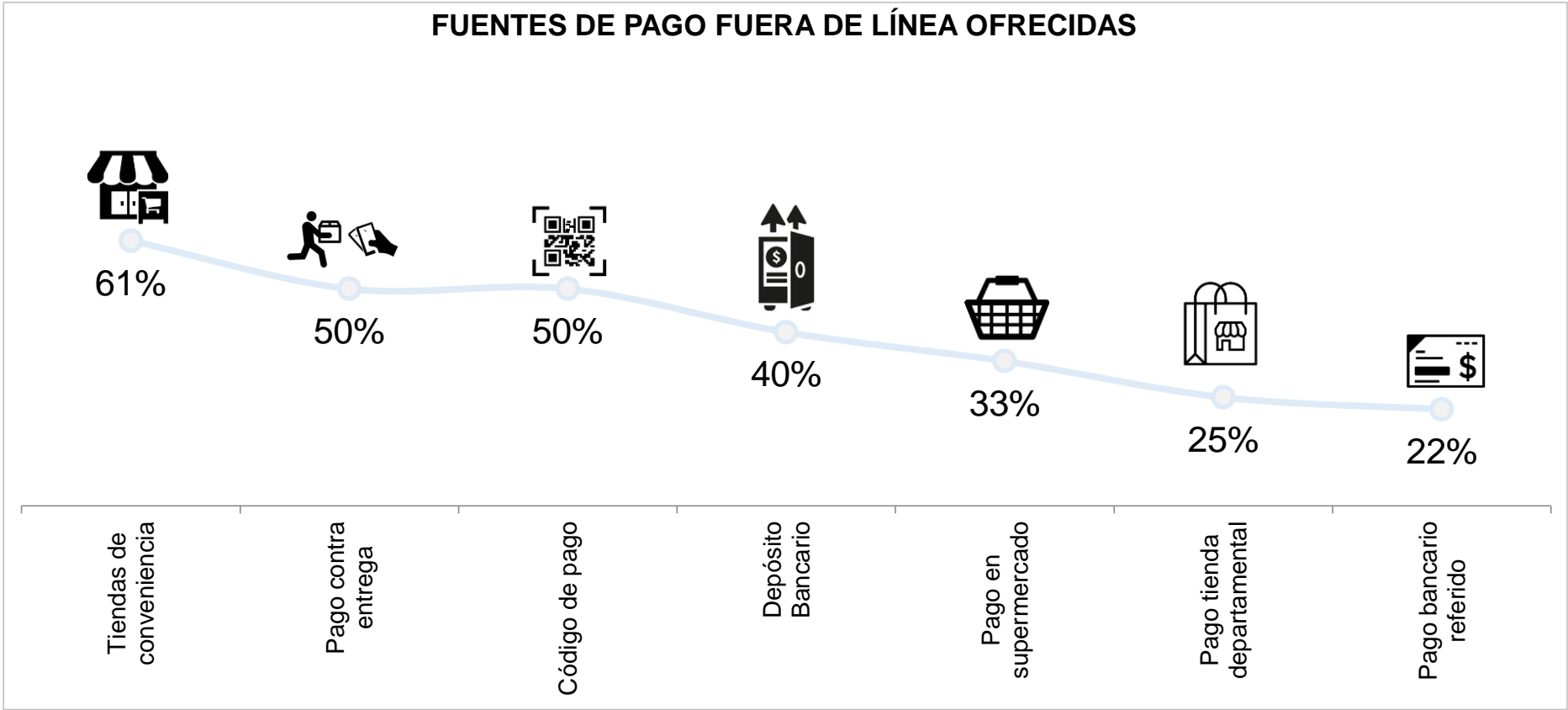
Artículo	% Ventas
Transporte (Solicitud de taxi por aplicación móvil)	5%
Servicio digital (Streaming música, video, etc.)	9%
Boletos de Eventos	8%
Descargas digitales (libros, apps, etc.)	10%
Viajes	15%
Ropa, Calzado y Accesorios	38%
Comida rápida por app	8%
Alojamiento (renta casas, hoteles, etc.)	6%
Libros y revistas (sólo físicos)	20%
Super / Despensa	11%
Música, Películas y Videos (solo físicos)	18%
Software de computadora (excluyendo juegos)	20%
Juguetes y Hobbies	21%
Computadoras / Periféricos / PDAs	24%
Electrónica de Consumo	20%
Video Juegos, Consolas y Accesorios	25%
Artículos de Oficina	19%
Muebles y Equipo	23%
Electrodomésticos (plancha, licuadora, etc.)	30%
Salud (Consultas, medicamentos, etc.)	18%
Artículos Empacados de Consumo	13%
Flores y Regalos	12%
Servicios Generales	7%
Otros	28%
Línea blanca	19%
Deporte (gimnasio, equipo, etc.)	26%
Joyería y Relojes	22%
Casa y Jardín	27%

# Métodos de pago Comercios



- Gran parte de los comercios en México ofrecen pagos con tarjetas y monederos electrónicos, interesante el decrecimiento de los pagos contra entrega y la correlación existente con los pagos aceptados en tiendas de conveniencia y otros comercios físicos que facilitan las transacciones para los compradores.

# Métodos de pago Comercios



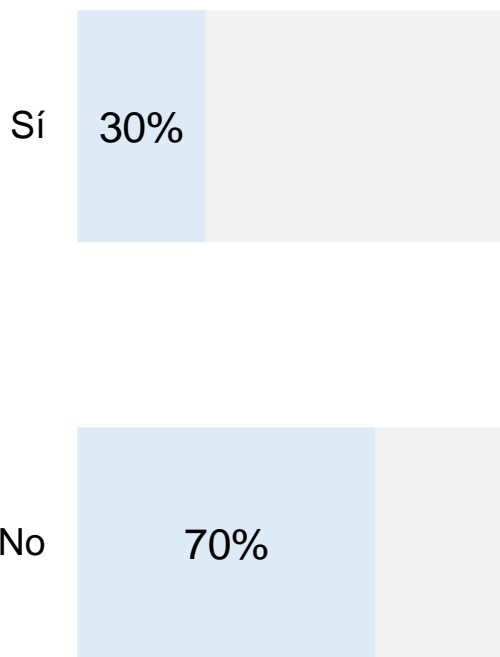
- 6 de cada 10 comercios que aceptan pagos fuera de línea, ofrecen la opción de aceptar pagos en tiendas de conveniencia.
- La mitad de estos comercios sigue ofreciendo pagos contra entrega y códigos de pago.



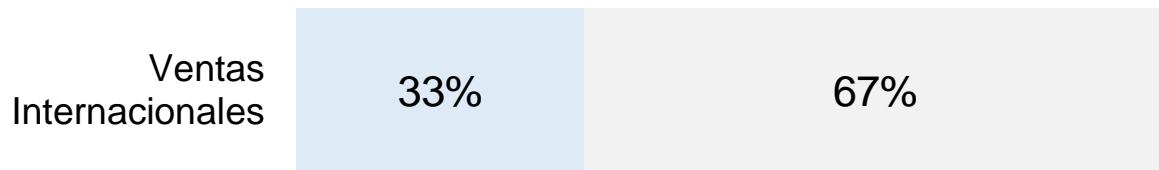
# Ventas Internacionales

- 3 de cada 10 comercio realizan ventas fuera de México, esto representa un tercio de sus ventas
- La Región en donde más venden es Estados Unidos, seguido de Latinoamérica.

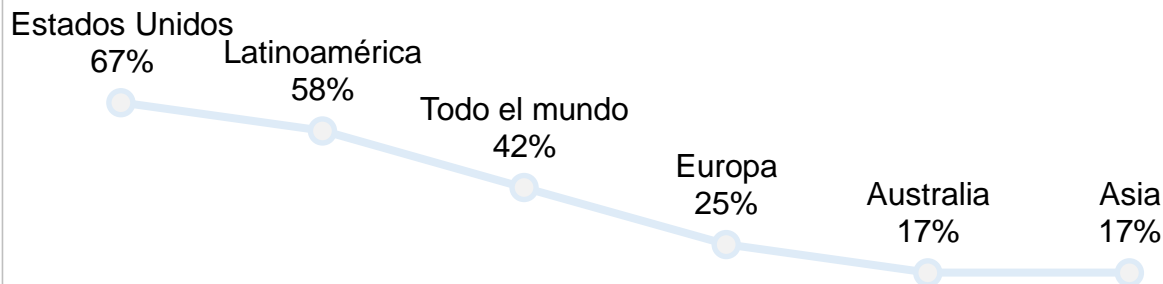
## ¿VENTAS INTERNACIONALES?



## % VENTAS

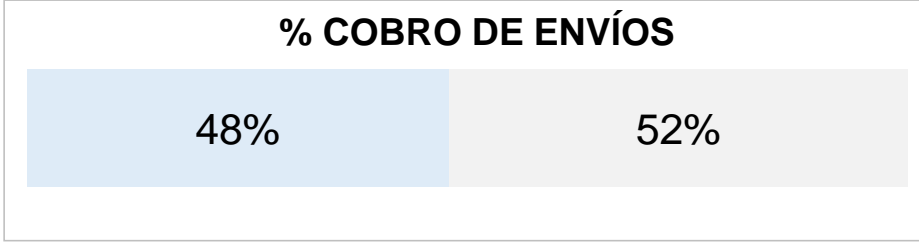


## REGIONES DE VENTA





# Envíos Comercios



### MÉTODOS DE ENVÍO OFRECIDOS

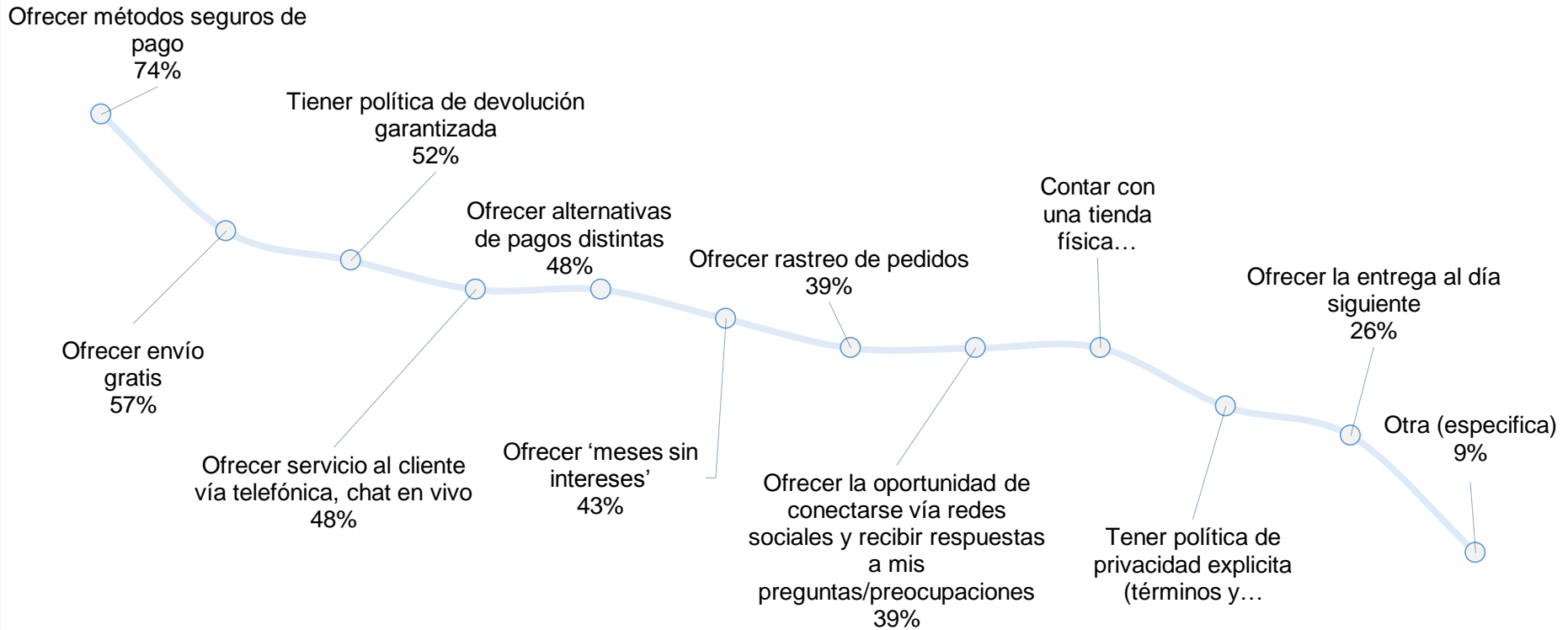
Envío gratis	43%	57%
Envío con costo al cliente	13%	87%
Envío con costo dividido	13%	87%
Todas las anteriores	13%	87%
Ninguna de las anteriores (Descargas,...)	10%	90%
Otro (especifique)	5%	95%
El cliente recolecta en tienda	3%	97%

- Casi 5 de cada 10 Comercios en México cobran el envío de sus productos, esto se correlaciona con los comercios que no cobran este gasto, pues el 83% de estos Comercios ofrecen este servicio de manera gratuita,



# Proceso de compra Comercios

## ASPECTOS IMPORTANTES PARA COMPRAR EN ALGÚN COMERCIO

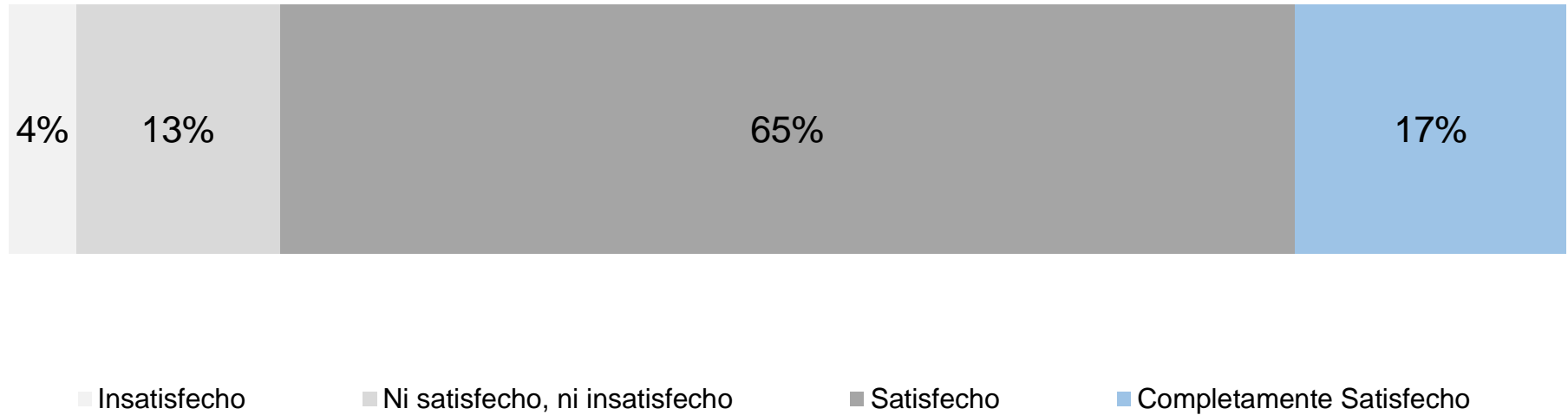


- Coincide la visión de los comercios con los compradores, ofrecer métodos seguros de pago aumenta la posibilidad de atraer a más clientes a las tiendas en línea.





# Satisfacción usuarios



- Coincide el Nivel de Satisfacción observado por los Consumidores y Comercios, 8 de cada 10 compradores se encuentran satisfechos con los Comercios en donde han comprado en este 2018.

# Conclusiones

## 2018



# Conclusiones

- Para este 2018, el Comercio Electrónico en México alcanzó un valor de 396 mil millones de pesos. Esto representa un crecimiento del 20% respecto al año anterior. Se estima que para Junio de 2018, el Comercio Electrónico en México, ha crecido un 18% sobre las cifras finales de 2017.
- El 60% de los usuarios compraron algún producto o servicio en línea en los últimos tres meses. A diferencia de los compradores anuales en México, que representan el 75% de los usuarios mayores de 18 años en el país.
- El 54% de los hombres que compraron algún servicio o producto en línea en los últimos tres meses, se encuentran en el rango de 25 a 44 años de edad. De la misma manera 4 de cada 10 mujeres que compraron algún servicio o producto en los últimos tres meses se encuentran en el segmento de 25 a 34 años.
- Las compras en línea para los usuarios en México se han hecho más cotidianas: lo más comprado para este 2018; Transporte con un 60%. Casi 5 de cada 10 compradores en línea en México, adquieren servicios digitales en streaming, música y video principalmente. Turismo repuntó respecto a 2017, gana 2%.
- En promedio los usuarios en México, compran cada mes algún producto en línea. En México, \$6,230 MX es el gasto trimestral promedio (excluyendo viajes), \$300 MX menos que en 2017.



## Conclusiones

- La tarjeta de crédito mantiene la preferencia al momento de realizar compras, al igual que tarjetas de débito con 65% ambas; monederos electrónicos están posicionándose como el tercer método de pago favorito para los compradores en línea en México.
- El 41% de los compradores en México compraron en algún comercio electrónico fuera de México en los últimos tres meses. Casi 5 de cada 10 compradores realizaron en 2018 compras a nivel internacional, destacando el mercado de Estados Unidos, destaca el crecimiento de las compras en comercios de Europa (16%).
- Sólo el 30% de las compras en México pagan envío y el monto promedio es de \$100 MX. Casi 8 de cada 10 compradores en línea en México prefieren que se entreguen sus productos en el hogar.
- Los sitios Web siguen siendo referencia respecto al primer contacto con un comprador, sin embargo las aplicaciones móviles ganan terreno. El 60% de las compras en México son vía dispositivo móvil. Por otro lado el comprador que no compra en dispositivo móvil, busca eficiencia y no quiere tener una aplicación por comercio que visita, debido a que no se ofrece la misma experiencia que en WEB.
- El 72% de los compradores consideran que el aspecto más importante para comprar en algún comercio debe garantizar seguridad en los pagos.



## Conclusiones

- El Buen Fin se posiciona como la temporalidad más relevante después de Navidad, para los compradores, destacan también Black Friday y Hot Sale en las preferencias.
- El 84% de los compradores en México se encuentran satisfechos con los comercios en donde han comprado. 8 de cada 10 compradores volverán a hacerlo en este 2019, sin embargo, parte de los usuarios que declararon que no volverán a comprar, es debido a la falta de información y transparencia en los comercios que han comprado.
- 3 de cada 10 comercio realizan ventas fuera de México, esto representa un tercio de sus ventas.
- Casi 5 de cada 10 Comercios en México cobran el envío de sus productos, esto se correlaciona con los comercios que no cobran este gasto, pues el 83% de estos Comercios ofrecen este servicio de manera gratuita,
- Coincide la visión de los comercios con los compradores, ofrecer métodos seguros de pago aumenta la posibilidad de atraer a más clientes a las tiendas en línea.



Asociación de  
Internet.mx

iGracias!