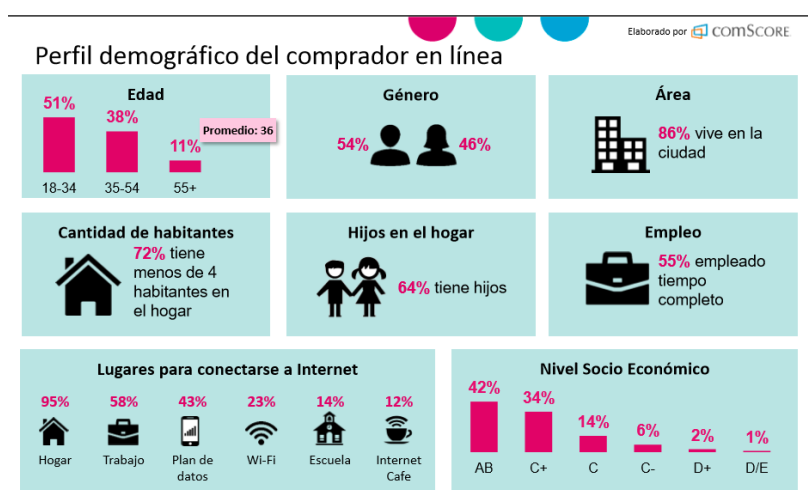


Ecommerce en México: aumento del gasto y otras claves importantes

La Asociación de Internet .MX (antes **AMIPCI**) celebra hoy un encuentro, donde aprovechó para presentar la edición 2017 del **Estudio de Comercio Electrónico en México**, realizado por Comscore, y donde se analizaron las más destacadas características del ecommerce en el país, en la actualidad, tanto desde el punto de vista del consumidor, como desde la perspectiva de los vendedores. Rodrigo Serón, director de mercadotecnia de Comscore, fue el encargado de presentar las conclusiones y los descubrimientos del estudio. Un asunto muy interesante a tener en cuenta por los vendedores es que ahora se enfrentan a los denominados 'Prosumer', frente a 'consumer', es decir, **tenemos consumidores profesionales, informados previamente sobre qué es lo que quieren y cuál es la oferta.**

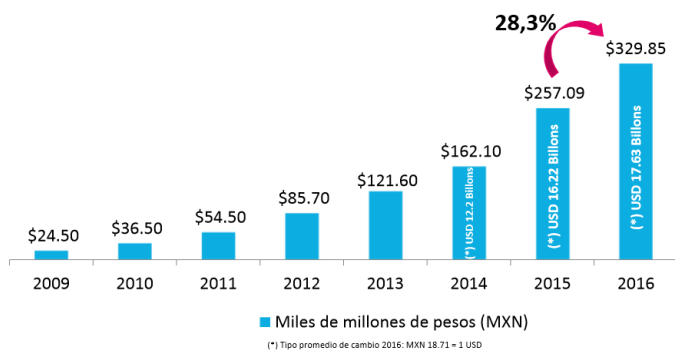


Perfil del comprador: El comprador online de hoy, **tiene en promedio 36 años de edad**, aunque los jóvenes están aumentando su presencia en el sector. Son mayoritariamente hombres, pero sin gran diferencia con la actividad de las mujeres. El 86% compra desde zonas urbanas. El **95% de los consumidores online compra desde su hogar**. Se realizan las compras usando datos más que

usando WiFi. Ciudad de México, Estado de México, Jalisco y Nuevo León son los estados que más consumen online. Zacatecas y Colima son los que menos.

Gasto: Se han gastado **329.000 millones de pesos en comercio electrónico en México en 2016**. Un crecimiento del 28,3% frente al año anterior. "Es algo significativo", según las palabras de Rodrigo Serón, a pesar de que muchos asistentes a la presentación recordaron que un estudio previo esperaba que las ventas aumentaran en un 30%. El sector comercio en general creció solo un 5%. El comercio online representa alrededor del 2% del total de las ventas. En cuanto al gasto. Ropa y accesorios son los que se llevan la mayor parte. Le siguen descargas digitales, boletos para eventos, viajes y transporte. Se ha notado un aumento del gasto por categoría año tras año. Lo que bajó de forma significativa fueron los ingresos en la categoría deportes y en la de dispositivos digitales que se compran a través de Internet.

Evolución del comercio electrónico en México



Comportamiento de compra digital: Ha aumentado el número de dispositivos como PC, smartphones o tablets, en manos de los ciudadanos mexicanos. Las computadoras siguen siendo el dispositivo más usado para comprar en Internet. El 67% de compradores online han adquirido algún producto o servicio en una web extranjera, un aumento frente a 2015. Estados Unidos, Asia, otros países de América Latina y Europa, en este orden, cuenta con las webs

más frecuentadas por los clientes mexicanos. Las razones por las que muchas compras se hacen en tiendas extranjeras son: precio, que es algo único o que las marcas no están disponibles aún en México. La calidad internacional, el tiempo de entrega o el estatus de contar con productos comprados en el extranjero son importantes razones para comprar fuera del país.

Pagos y transacciones: El 97% de los compradores en línea **usaron un canal en línea para pagar**. Eso no quiere decir que no se usen medios online. Un 48% de las compras se realizaron pagando fuera de Internet. Solo el 3% de los compradores usó en exclusiva medios fuera de línea para pagar.

En los métodos de pago digitales más usados encontramos PayPal, tarjeta de crédito y de débito. En temas de monederos digitales han ganado tracción **Visa Checkout, Mercado Pago, Pay Mobile, Master Pass, Safety Pay**. Para los medios offline, el principal lugar donde realizar el pago es en el Oxxo. Le siguen el depósito bancario, pago en supermercado o pago en efectivo en contra entrega.

Satisfacción: Se ha registrado una satisfacción del 86% con la experiencia de la compra en línea. En cuanto a las compras en tiendas físicas, la satisfacción muestra la misma cifra. Se ha registrado que **los smartphones van ganando tracción como dispositivo para realizar compras**. Los que compran a través de su celular es que valoran poder realizar las adquisiciones desde cualquier lugar y momento.

Razones para elegir ecommerce sobre tiendas físicas: Los precios del producto conducen a comprar online, frente a comprar en tienda. **La rapidez de entrega o la posibilidad de contar con toda la información del producto ayudan a motivar las compras**. También las condiciones de envío o de devolución hacen al usuario comprar por Internet.

Desde el punto de vista del vendedor: El 64% de todos los comercios que vende por Internet, tienen además una tienda física y la mayor parte de sus ventas siguen llegando de estas. Más o menos, de media, un 24% de sus ingresos llega de las tiendas online. Y encontramos que **un 13% se ha planteado cerrar su tienda física y vender exclusivamente por Internet** para ahorrar en costes de establecimiento. Un tercio de los comercios tienen una aplicación móvil. Los dispositivos móviles se están convirtiendo en un canal clave para las ventas online.