



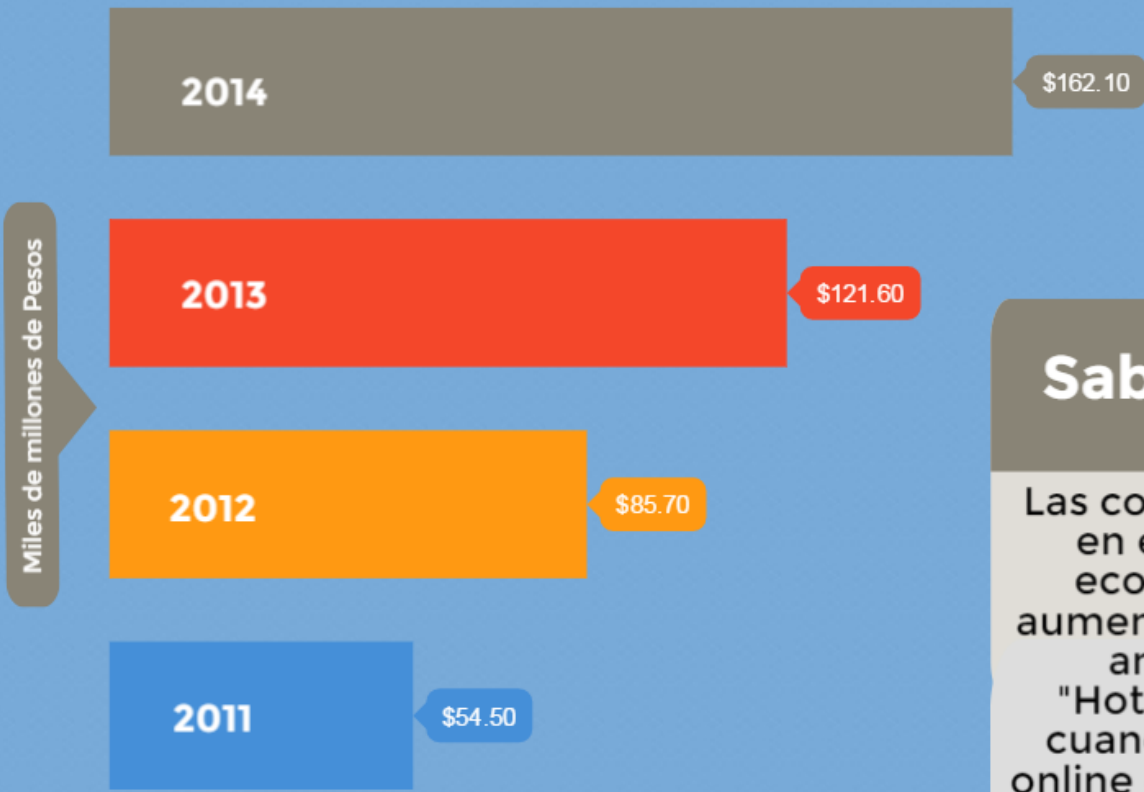
2015
COMERCIO ELECTRÓNICO
EN MÉXICO
— Primera Parte —

En el reporte semanal de Prospecta nos adentramos en el mundo del comercio electrónico en México. Un área donde el número de consumidores ha ido incrementando y por ende las ventas, el presente análisis ha sido desarrollado tomando como base información del Estudio de Comercio Electrónico 2015 realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).

La información que integra dicho estudio se obtuvo gracias a entrevistas realizadas a compradores digitales en México y a los principales líderes del comercio electrónico del país, con el fin de obtener datos confiables tanto de oferta como de demanda.

De acuerdo con la metodología del estudio, las personas encuestadas realizaron al menos una compra en línea durante el primer trimestre del 2015.

Comercio Electrónico en México



Sabías que ...

Las compras en línea en el nivel Socio económico A/B aumentan cuando se anuncian las "HotSales" que es cuando las tiendas online ofrecen rebajas significativas.



51.2 Millones

de usuarios de internet en México.



52%

de los usuarios tiene entre 19 y 55 años.



50%

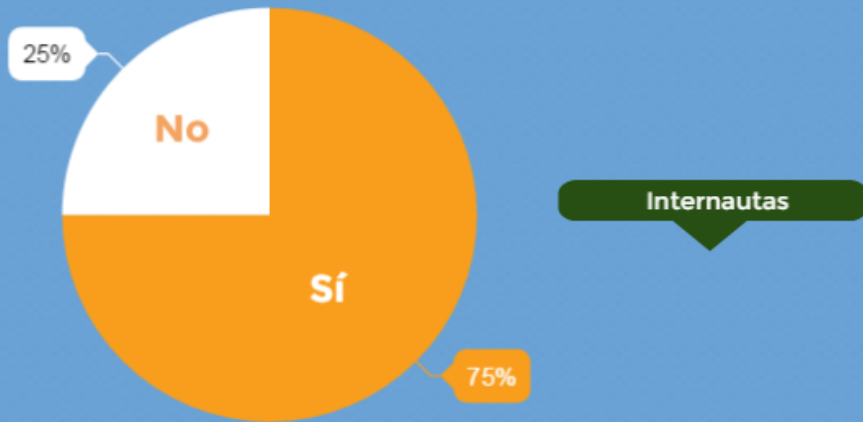
de los usuarios de internet cuentan con tres dispositivos de acceso Laptop, PC y SmartPhone).



57%

adquirió productos en tiendas internacionales (EUA concentra la mayoría de las compras con un 64%, seguido por Asia con 36%).

Comercio Electrónico en México



Tres cuartas partes de los internautas mexicanos realizaron una compra en línea durante el primer trimestre del 2015.



\$5,575 pesos

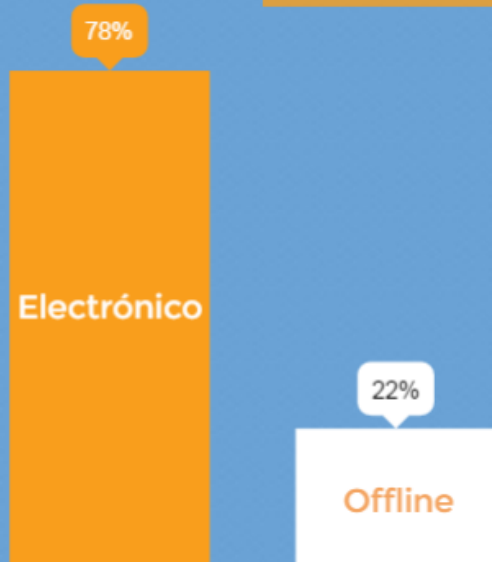
es el gasto trimestral promedio de los compradores en línea (excluyendo la categoría de viajes).



53%

de los compradores en línea adquirió ropa y accesorios, destinando a este rubro un presupuesto de \$1,383 pesos al trimestre.

Clasificación según los pagos realizados



El pago offline hace referencia a aquellos pagos que no se gestionan a través de Internet, tales como el depósito bancario, pago en efectivo a contra entrega, pagos en tiendas como Oxxo, 7 Eleven Farmacias, etc.).

Seguridad en los pagos en línea

Al 77% de los consumidores les preocupa la seguridad de los sitios web por lo que no guardan información en tiendas en línea.



28%

no compra tantas cosas de una compañía como para almacenar sus datos en línea.



14%

no sabe que puede almacenar sus datos en línea.

Otros resultados en el apartado de seguridad indican que los clientes no almacenan sus datos financieros con el fin de limitarse en sus gastos (13%) o debido a que no quieren configurar una cuenta (7%).

Experiencia en compras digitales

Los compradores presentan un mayor nivel de satisfacción con las compras en línea que con las realizadas en tiendas físicas.



86%

es la satisfacción neta de las personas que realizaron compras en línea, sin embargo el 46% de los encuestados se encontraron muy satisfechos con la experiencia de compra.



85%

es la satisfacción neta de las personas que realizaron compras en tiendas físicas, siendo un 45% del total las que se encontraron muy satisfechas.

Fue más probable que para el 2o. trimestre del 2015 los hombres realizaran un mayor número de compras a través de una PC/Laptop, en comparación con las mujeres (92% vs. 85%), ello basado en intenciones de compra.

Experiencia en compras móviles

Tres de cada cinco usuarios de dispositivos móviles lo han utilizado para buscar detalles del producto, comparar precios y localizar tiendas cercanas.



¿Y qué es lo que buscan los consumidores?



59%

localizan las tiendas más cercanas.

Dentro de las actividades más recurrentes realizadas por los internautas en los dispositivos móviles se encuentran la búsqueda de detalles del producto, comparar precios, localizar tiendas, buscar recomendaciones y la búsqueda de ofertas, entre otras.

prospecta

prospecta

www.prospecta.mx