

Crecen las Ventas del Comercio Electrónico en México en 2012 a 85 mil 700 millones de pesos; supera expectativas: AMIPCI

- *En el marco del EBusiness Week MX, la Asociación Mexicana de Internet y Visa, presentaron la 9ª edición del Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico.*
- *Para finales de 2013, el Estudio estima un crecimiento de las ventas en el comercio electrónico, del 42%.*
- *Revela que en México existen ya 17 millones de compradores en línea.*

México, D.F., a 28 de octubre de 2013. Las ventas en el comercio electrónico mexicano se elevaron a 85 mil 700 millones de pesos (6.4 mil millones de dólares) al final de 2012, un crecimiento de 57% respecto al año anterior, lo que rebasa en un 11% las estimaciones de crecimiento para ese año, según indica el Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico 2013, presentado luego de la inauguración del EBusiness Week MX, en el Centro Santa Fe de la Ciudad de México.

Este estudio, que se realiza por noveno año consecutivo y ha sido elaborado por Elogia bajo el patrocinio de Visa, actualiza las cifras de ventas al cierre del año fiscal 2012, y tiene el propósito de analizar la evolución del comercio en línea, la percepción y experiencias de los consumidores, así como aportar estadísticas útiles para entender el comportamiento de esta importante canal comercial en México.

Mauricio Braverman, Director Ejecutivo de Productos para Visa México y miembro del Advisory Board de AMIPCI, dijo: “Este estudio refleja que existen 17 millones de e-compradores en México, de los cuales 69% planea hacer compras en los próximos 3 meses, demostrando que el comercio electrónico se está convirtiendo en un canal del día a día.” Agregó: “El canal ha crecido la oferta de productos a más sectores, lo que subraya la importancia de habilitar la aceptación de pago con débito y así permitir las compras a un mayor número de usuarios en el país”.

Al igual que el año anterior, el estudio se dividió en dos partes. En la primera se entrevistó a los 143 comercios más importantes que tienen operaciones en línea, con el fin de obtener los datos de comportamiento durante el año. La segunda parte comprende los resultados de una encuesta entre 4,251 internautas sobre su percepción en experiencia al hacer adquisiciones en el comercio virtual.

Los Comercios

Renato Juárez, Vicepresidente de Investigación de Mercados de AMIPCI y Director de Investigación de Elogia, hizo la presentación del estudio. Reportó que los resultados del primer segmento, además de los datos sobre las ventas totales, indicaron que la tarjeta de crédito sigue siendo el método de pago más utilizado, en un 64% de las transacciones. Le siguen los

Luis Carracci 146 Col. Extremadura Insurgentes
C.P. 03470. Del. Benito Juárez. México D.F.
Tel. 5559 8322 y 29. Fax, ext. 110

www.amipci.org.mx

depósitos en sucursal (12%), transferencias en línea (11%), y pagos en efectivo en tiendas de conveniencia (9%).

En el aspecto de los métodos empleados por los comercios para promover sus ventas, destaca el crecimiento de la oferta de envíos gratuitos, con un 48% contra 39% del año anterior, y la disminución del ofrecimiento de meses sin intereses (45%, contra 57%) y descuentos (64% contra 67%), aunque estas dos promociones siguen prevaleciendo en el mercado. En las respuestas de los comercios, el ofrecimiento de promociones les representa un incremento de 17% en sus ventas, igual que el año anterior.

Llama la atención la proporción de las ventas nacionales, en comparación a las ventas que los extranjeros hacen en comercios mexicanos, con un crecimiento de estas últimas al 17% de las ventas totales, desde el 9% del año anterior, lo que fortalece la evidencia de que el comercio mexicano incrementa su atractivo en otros países.

Respecto del tipo de productos que se ofertaron en el comercio electrónico nacional, el impulso de la oferta de música y películas (44%), computadoras (38%), ropa y accesorios (37%) y boletos de espectáculos (37%), muestra que parte importante del crecimiento de las ventas impactó en estos últimos sectores, por lo que los boletos de avión y camión han visto un cambio de manera importante en su participación porcentual de las ventas (2011: 64%, 2012: 31%). Esto deja de manifiesto que el comercio electrónico se está expandiendo aceleradamente a otros giros.

En el comportamiento mes a mes de las ventas durante 2013, prevalece la lógica de que las mayores ventas son en diciembre, con más del 20%. Sin embargo, los meses de mayo (día de las madres) y noviembre (el buen fin) cobran importancia y muestran incrementos importantes en su participación total.

Otros datos importantes del estudio son en materia de seguridad y generación de confianza:

- En cuanto a las medidas de seguridad que brindan los comercios, 8 de cada 10 ofrecen correo electrónico de la empresa, sitio web seguros y teléfono de contacto como métodos de confianza al consumidor.
- Más del 80% ofrecen políticas de privacidad de datos personales.
- El 75% conocen el Sello de Confianza AMIPCI y,
- El 81% de los comercios consideran como valioso el manejo responsable de la privacidad de clientes y usuarios.

Finalmente, las empresas encuestadas dicen estar satisfechos con sus actividades del comercio en línea: un 74% están satisfechos realizando comercio electrónico, 11% más que en 2012, mientras que únicamente un 12% muestran algún tipo de insatisfacción.

Los compradores

La segunda parte del Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico 2013, analiza una encuesta a 4,251 usuarios de internet, de los cuales 37% manifiesta haber realizado compras en línea. Esto representa casi 17 millones de compradores nacionales en tiendas en línea.

En el segmento de internautas que declara no haber realizado compras online, las principales razones expuestas son las siguientes:

- Temor por entrega de datos bancarios (17%)
- Desconfianza en la entrega de datos personales (17%)
- Desconfianza en el proceso de entrega de mercancía (14%)
- Carencia de tarjeta de crédito (11%)

Entre los compradores en línea, el 85% declara haber realizado adquisiciones en los últimos 6 meses, y el 69% planea realizar compras durante los próximos 3 meses, 7% más respecto a 2012.

En la muestra de internautas que realizan compras en línea, el 39% adquieren bienes o servicios cada mes, 4% más que en 2012; el 41% compran en línea cada tres meses. En el otro extremo, sólo el 4% compra cada año, 6% menos que el año anterior. En estas cifras se identifica una clara tendencia a la alza en la frecuencia de compra para este 2013.

De igual manera, el valor del ticket promedio (monto de cada transacción) se incrementó, al mostrar que más de la tercera parte (37%) gasta entre \$401 y \$1,000 pesos. Las compras por montos menores se mantuvieron virtualmente iguales, y las de mayor monto se redujeron: entre mil y tres mil pesos, bajo al 18%, desde el 28% del año pasado, y las de tres a cinco mil bajaron del 10% al 5%. Este dato, relacionado con el aumento en la frecuencia de compra, podría ser indicativo de que se están comprando haciendo más transacciones para adquirir bienes comunes.

En materia de promociones, consecuentemente con la oferta de los comercios, este año el 62% de los consumidores reflejaron que el envío gratuito de mercancía es la que muestra más impacto, seguida de los descuentos (57%), y se reduce mínimamente el atractivo por los meses sin intereses.

Al preguntar a los encuestados sobre la confiabilidad que perciben al encontrar el Sello de Confianza AMIPCI en los sitios dónde hacen sus compras, el 70% respondió positivamente.

Finalmente, se sondeó la confianza que sienten los consumidores en sus compras electrónicas. El resultado es que el 87% de los compradores declara sentir confianza en el medio. Adicionalmente, casi la totalidad de los consumidores (97%) declaran que tienen intención de volver a comprar en línea.

--oo0oo--

Nota Metodológica

El Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico, patrocinado por Visa y realizado por Elogia, mide las ventas de 143 establecimientos con tienda en línea, a través de una encuesta directa, sobre los resultados consolidados al cierre del año fiscal de 2012, y previsiones de cierre del año actual.

Para el estudio de percepción de los consumidores, se encuestó a 4,251 internautas mexicanos, a través de un panel online, redes sociales y sitios de Internet, con una distribución muestral de 50 por ciento de hombres y 50 por ciento de mujeres, de todos los segmentos de edad y nivel socio económico. El estudio tiene un nivel de confianza del 95 por ciento, y un margen de error de 0.02.

Acerca de Visa

Visa es una compañía global de tecnología de pago que conecta a consumidores, empresas, instituciones financieras y gobiernos en más de 200 países y territorios con pagos electrónicos rápidos, seguros y confiables. Operamos una de las redes de procesamiento más avanzada del mundo —VisaNet— que es capaz de procesar más de 30,000 mensajes de transacción por segundo, brindando protección contra fraudes a los consumidores y pago garantizado a los comercios. Aunque Visa no es un banco y no emite tarjetas, extiende crédito ni fija tasas o cuotas para el consumidor, las innovaciones de Visa sí habilitan a sus instituciones financieras clientes para ofrecer más opciones a los consumidores, a fin de que puedan pagar al momento con la tarjeta de débito, pagar por anticipado mediante una tarjeta prepagada, o pagar más tarde con una tarjeta de crédito. Para obtener información más detallada, visite www.corporate.visa.com.

Acerca de AMIPCI

Fundada en 1999, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) es la organización promotora de la Industria de Internet en México. Sus más de 200 miembros representan a las empresas y organizaciones con mayor influencia en el desarrollo de esta industria, reunidas con el propósito de mejorar la experiencia de Internet en México, bajo el principio de que el desarrollo de Internet debe impactar en áreas de competitividad, promoción del conocimiento y generación de prosperidad.

Contacto AMIPCI

Andrea Villegas Borquez

La Bola de Papel Comunicación SC

avillegas@laboladepapel.com

tel. 2454-0400 / 24540404 / cel. (55) 2336-5215

Luis Carracci 146 **Col.** Extremadura Insurgentes
C.P. 03470. **Del.** Benito Juárez. **México D.F.**
Tel. 5559 8322 y 29. **Fax, ext.** 110

www.amipci.org.mx