



Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública

Pulso  ciudadano

E-commerce

Julio de 2018

La información contenida en este documento es un compendio analítico de estudios de diversas instituciones o empresas, el cual no refleja la opinión del CESOP ni de la Cámara de Diputados.

www.diputados.gob.mx/cesop

 @cesopmx

 cesop01



ÍNDICE

Índice

Tema	Página
Introducción	4
1. ¿Qué es el e-commerce?	5
1.1 Modelos de negocio de e-Commerce	8
2. eCommerce Award	11
3. E-commerce en México	15

Introducción

El comercio electrónico en México ha crecido en los últimos años, debido al acercamiento de la población con el internet y los dispositivos electrónicos. En el primer apartado de este documento se da a conocer qué es el comercio electrónico y los modelos de negocio que existen.

En el segundo apartado se mencionan los eCommerce Award's, premios que son entregados a diferentes páginas de internet de América Latina. Por último, en el tercer apartado, se dan a conocer datos de la Asociación de Internet con relación al comercio electrónico.

1. ¿Qué es el e-commerce?

El e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de internet. Originalmente el término e-commerce se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos, por ejemplo, el intercambio electrónico de datos. A mediados de la década de 1990, con el advenimiento del internet, comenzó el concepto de *venta de servicios por la red*, utilizando como forma de pago medios electrónicos como las tarjetas de crédito.

El e-commerce es una nueva manera de hacer negocios, ya que no tiene barreras ni fronteras; el espacio geográfico es determinado por el target. Sin embargo, si no se tiene creatividad y no se ofrece una propuesta de valor realmente diferenciadora, es complicado seguir en este amplio mundo como grandes vencedores.

El objetivo final del e-commerce es cerrar la operación de forma electrónica con el pago del producto y en algunos casos con su entrega. Ambos procesos se llevan a cabo por internet. Generalmente este tipo de sitios web incluyen cuatro secciones:

1. Información institucional: esta sección intenta atraer a los clientes y generar un ambiente de confianza en la empresa.
2. Catálogo: es un requisito fundamental del e-commerce y contiene la información detallada sobre los productos, sus precios y sus beneficios. De esta sección depende en gran parte el éxito del negocio.
3. Procesamiento de órdenes: esta sección incluye un método para especificar y configurar la orden. Los sistemas más avanzados pueden incluir sistemas de seguimiento de la orden.

Fuente: Tomado de Barcelona School of Management, *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?*, 12 de agosto de 2015, disponible en www.marketingdigital.bsm.upf.edu (consulta: mayo de 2018).

4. Pasarela de pago: es el método utilizado para hacer la transacción económica. En este apartado es muy importante dar seguridad al cliente y ofrecer algún respaldo en caso de fraudes.

A medida que se avanza en este negocio, se han incluido más apartados, como políticas de devoluciones y apoyo al usuario. Los sitios de e-commerce pueden encontrarse solos o formar parte de un sitio de venta mayor, comúnmente denominados “shopping mall”, los cuales presentan una apariencia estandarizada dentro de la que muchas empresas tienen presencia dentro de un único sitio web y en el que los visitantes pueden acceder a información de distintas empresas.

Fuente: Tomado de Barcelona school of management, *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?*, 12 de agosto de 2015, disponible en www.marketingdigital.bsm.upf.edu (fecha de consulta: mayo de 2018).

1.1. Modelos de negocio de e-Commerce

Para poder entender los modelos de negocio se debe tener en cuenta la disponibilidad del stock y la propiedad del producto en función del tiempo de entrega, calidad, *inbound*, interfaces, financiamiento, almacenaje y posibilidad de obsolescencia del mismo. Los principales modelos de negocio son:

- **Retail:** puede ofrecer venta de productos, servicios y contenidos. Cuenta con stock propio o bajo consigna. Lleva a cabo ventas flash.
- **Subastas:** se lleva a cabo a través de sitios web entre particulares. Se ofrecen artículos nuevos o de segunda mano: quien ofrezca un monto mayor podrá adquirirlo.
- **Marketplace:** ofrece productos de diferentes fabricantes y vendedores. Es uno de los principales modelos de negocio en México.
- **Suscripción:** el cliente o consumidor acepta contratar con su proveedor un producto o servicio, efectuando un pago mensual o anual. En México aún no hay tantos modelos de este tipo.

Existen diferentes modalidades de envío y tienen que ver principalmente con los tiempos de entrega prometidos; la entrega puede ser inmediata (máximo 24-48 horas), no inmediata (se puede alargar hasta 10 días o incluso semanas), fecha fija de entrega (el comprador elige un día en particular), entre otros.

En lo referente a los medios de pago, existen diferentes tipos de pago que implican procesos diferentes, los más comunes son:

- **Pagos en línea:** se hace sobre todo con tarjetas de crédito.

- **Pagos en efectivo:** desde que se hace el pedido hasta que se paga puede pasar cierto tiempo. Hay que plantear bien las condiciones de envío y una vez que el pago está confirmado proceder a la expedición. En México son muy usados por la falta de bancarización de muchos usuarios.
- **Cash on delivery:** el pago se realiza al momento de la entrega del producto.

Como en todos los negocios, las temporalidades son muy importantes para la consecución de los resultados. Existen ciertos días o épocas del año donde el cliente tiene más tendencia a comprar. En México las principales campañas especiales son:

- **Hot Sale:** es una iniciativa de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) realizada desde 2014. Busca favorecer al consumidor a través de las mejores empresas de venta y servicios online tales como: retail, electrónica, música, viajes, mascotas, entre otras, con promociones y descuentos especiales.
- **Buen Fin:** se organiza anualmente, durante un fin de semana en noviembre. Consiste en la promoción de productos y servicios de diversas empresas con el objetivo de fomentar el comercio.
- **Hot Monday:** es una iniciativa nueva por parte de la AMVO, la cual realizó su primera edición en noviembre de 2017.

Asimismo, existen otras temporalidades importantes en México como el día de reyes, día del amor y la amistad, día de las madres, *back to school* y Navidad.



2. eCommerce award

Los *eCommerce Award's* son premios creados para distinguir a las empresas y emprendimientos que por su labor en el sector del comercio electrónico y negocios por internet contribuyen a potenciar el mercado en la red y la economía digital.

El *eCommerce Institute*, en conjunto con sus capítulos locales en América Latina, instauraron estos premios con el objetivo de reconocer a las personas y empresas que por su constante trabajo hacen posible la economía digital en los países de América Latina.

Las ternas en cada una de las categorías son seleccionadas por un comité de expertos y un jurado de referentes internacionales revisa esa elección y dictamina quiénes serán los ganadores. Las categorías son:

- Líderes del eCommerce en la industria turística.
- Líderes del eCommerce en retail.
- Entretenimientos y medios en eCommerce.
- Gaming online y contenidos.
- Servicios financieros y banca online.
- Indumentaria y moda en eCommerce.
- Mejor agencia de marketing online en eCommerce.
- Mejor PyME en eCommerce.
- Mejor iniciativa mobile de eCommerce.
- Mejor proveedor de servicios de IT y soluciones para eCommerce.

En 2017 se dieron a conocer los ganadores 2016 de nueve países para las diferentes categorías, entre ellos los ganadores de México. Asimismo, a partir de 2016 el eCommerce Instituto destaca con un especial reconocimiento a aquellas empresas que por su constante innovación, profesionalismo y esfuerzo han logrado el liderazgo en la categoría en los 11 países donde se entregan los eCommerce AWARDS, quedando como líderes honorarios y miembros del Advisory Board de los premios.

Fuente: Tomado de *eCommerce Award*, *¿Qué son los eCommerce Award's?, Salón de la fama y ganadores*, disponible en <http://ecommerceaward.org> (consulta: mayo de 2018).

En 2017 este reconocimiento se entregó a DESPEGAR.COM de Argentina, por haber obtenido tres veces el eCommerce Award en el país y también por haber recibido el reconocimiento a nivel regional (eCommerce Award Latam); y a BLACKSIP de Colombia por haber obtenido por tercera vez consecutiva el eCommerce Award en ese país y haber obtenido el eCommerce Award Latam en la categoría a nivel regional.

Ganadores del eCommerce Award 2016

(inicia)

Categoría	Argentina	Bolivia	Chile	Colombia
Industria turística	Almundo.com	BOA	Viajes Falabella	Pinbus
Retail	Frávega	MULTICENTER	Paris	Mercado Tiendas Jumbo
Entretenimientos y medios	La Nación	El Deber	Cine Hoyts	Gana
Servicios financieros y banca online	MercadoCrédito	BANECO	BBVA	Grupo Banco Colombia
Indumentaria y moda	Sarkany	MITSUBA	Umbrale	Totto
Mejor agencia de marketing online	Thing-Thanks	ICOMMKT	Radar	Backbone
Mejor PyME	Tonelprivado	TUMOMO	Ibikes	Monkeymarket
Mejor iniciativa mobile	MercadoLibre	UBER	Cornershopapp	Avianca
Mejor proveedor de servicios de IT y soluciones para eCommerce	Glamit	TIGO MONEY	Ecomsur	PayU

Fuente: Tomado de eCommerce award, ¿Qué son los eCommerce Award's?, Salón de la fama y ganadores, disponible en <http://ecommerceaward.org> (consulta: mayo de 2018).

Ganadores del eCommerce Award 2016

(finaliza)

Categoría	Ecuador	México	Paraguay	Perú	Uruguay
Industria turística	Despegar.com	Bestday	Latam Airlines Paraguay	LCPERU	Toc Toc
Retail	Créditos económicos	Sony	Conti Market	RIPLEY	Mosca
Entretenimientos y medios	El Universo	Netflix	Ticketea	CINEPLANET	Woow
Servicios financieros y banca online	Banco del Pacífico	Conekta	Bancard	AFLUENTA	Visanet
Indumentaria y moda	Deprati	Privalia	Tiendas Pilar	ADIDAS	Stadium
Mejor agencia de marketing online	Grupocentrico	Metriplica	Latamclick	THINK-THANKS	Fizzmod
Mejor PyME	Cuponcycity	Dprisa	Hendyla	TANNDER	Tiendamia
Mejor iniciativa mobile	Comandato	Mercadolibre	Lleva Uno	LIMADELIVERY	Pedidosya
Mejor proveedor de servicios de IT y soluciones para eCommerce	Paymentez	Ve Interactiva	Asuncion Express	SAFETYPAY	Mercadolibre

Fuente: Tomado de eCommerce award, ¿Qué son los eCommerce Award's?, Salón de la fama y ganadores, disponible en <http://ecommerceaward.org> (consulta: mayo de 2018).



3. E-commerce en México

En México, la Asociación de Internet realizó un estudio de comercio electrónico en septiembre de 2017. Para este estudio se seleccionó a la población de 18 años y más que realizó una compra en línea usando una computadora, smartphone o tablet en los últimos tres meses (mayo-julio 2017).

De acuerdo con la Asociación de Internet, en 2016 el valor de mercado del comercio electrónico en México fue de \$329.85 miles de millones de pesos; en comparación con la cifra de 2015, ésta presentó un incremento de 28.3%. El valor de mercado del comercio electrónico se ha incrementado exponencialmente desde 2009, año en el que la cifra fue de \$24.50 miles de millones de pesos.

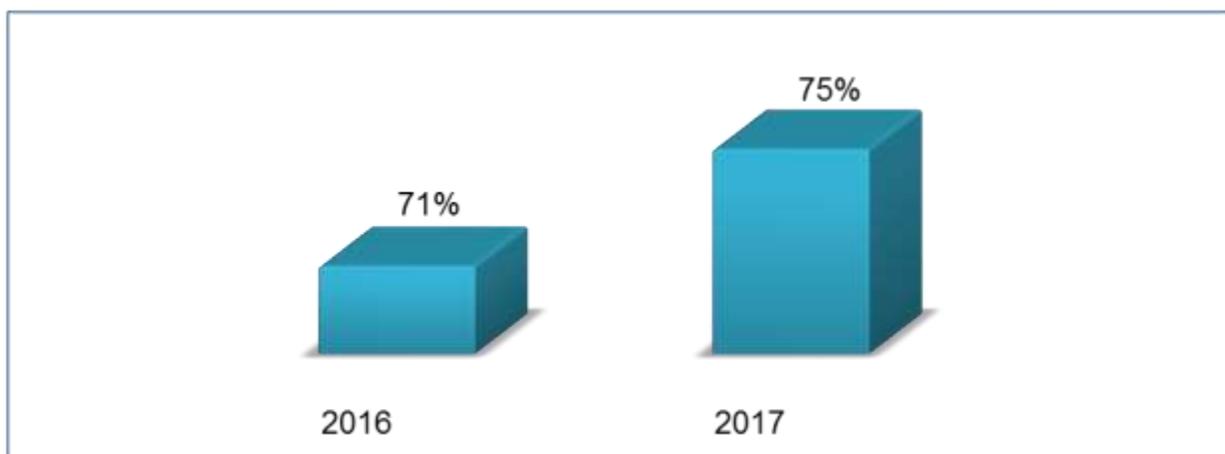
Evolución del comercio electrónico en México



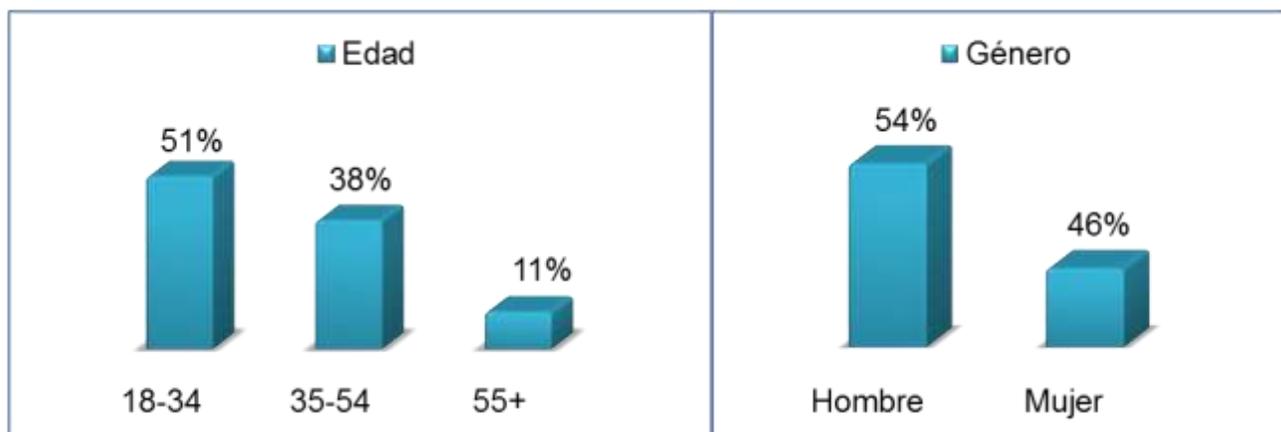
Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

Entre los mexicanos que tienen acceso a internet la incidencia de compras en línea durante los últimos tres meses del periodo 2016 a 2017 aumentó a 75%. De los compradores en línea en 2017, 51% se encontraba entre los 18 y 34 años; 38% entre los 35 y 54 años, y 11% tenía 55 o más años. Asimismo, se puede observar que los hombres son más propensos a comprar en línea que las mujeres.

¿Cuántas transacciones en línea hizo usando cada dispositivo en los últimos tres meses?



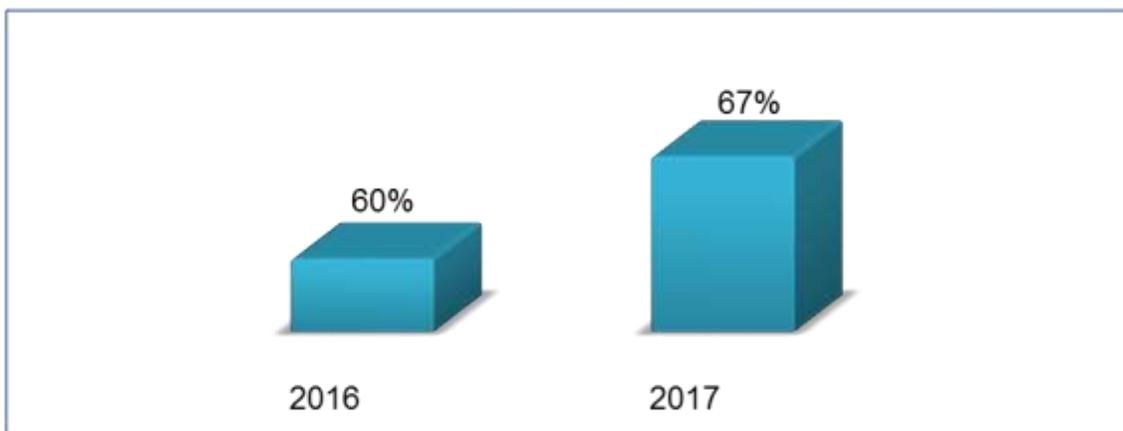
Edad y género de los compradores, 2017



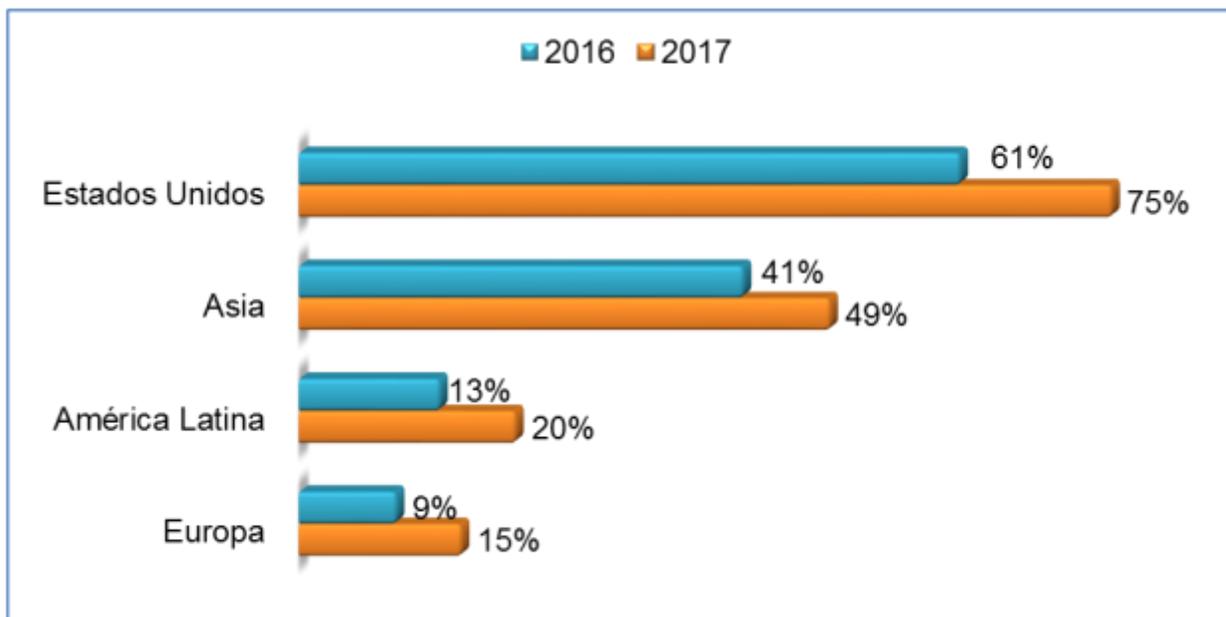
Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

El número de compras internacionales en línea fueron más frecuentes en 2017 que en 2016; 67% compró a nivel internacional. De éste, 75% compró en Estados Unidos; 40% en Asia; 20% en América Latina y 15% en Europa.

En el último año, ¿ha hecho una compra en línea de un minorista con sede internacional (por ejemplo, eBay, Aliexpress, Alibaba, etc., que se encuentra fuera de México) y lo envió a usted o a otra persona en México? (sólo se muestra los que sí compraron)



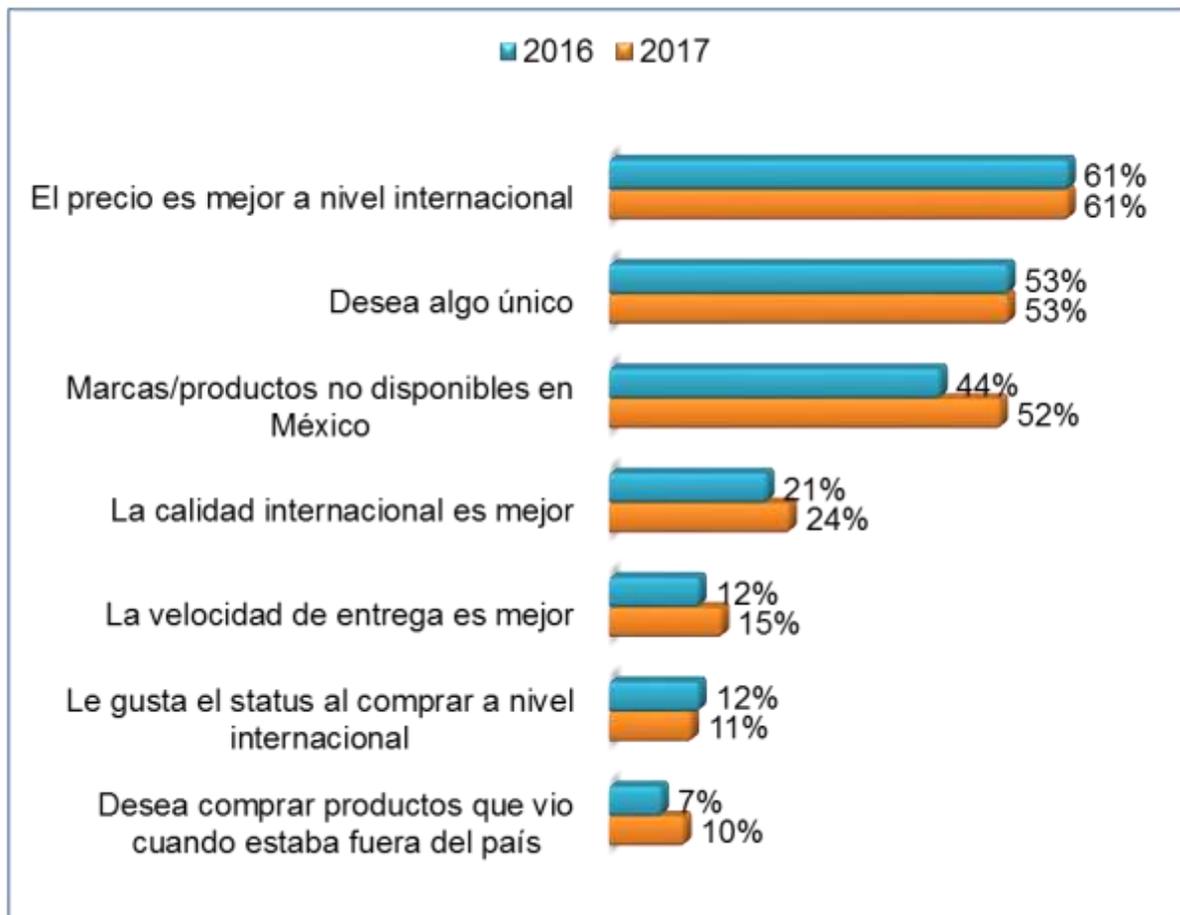
Compras a nivel internacional, países de los cuales se compró



Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

Las principales razones por las que los compradores en línea adquirieron algún artículo en algún sitio con sede internacional son: el precio es mejor (61%), desea algo único (53%), la marca o el producto no está disponible en México (52%), la calidad internacional es mejor (24%), la velocidad de entrega es mejor (15%), le gusta el status al comprar a nivel internacional (11%), y desea comprar productos que vio cuando estaba fuera del país (10%).

Razones para comprar a nivel internacional

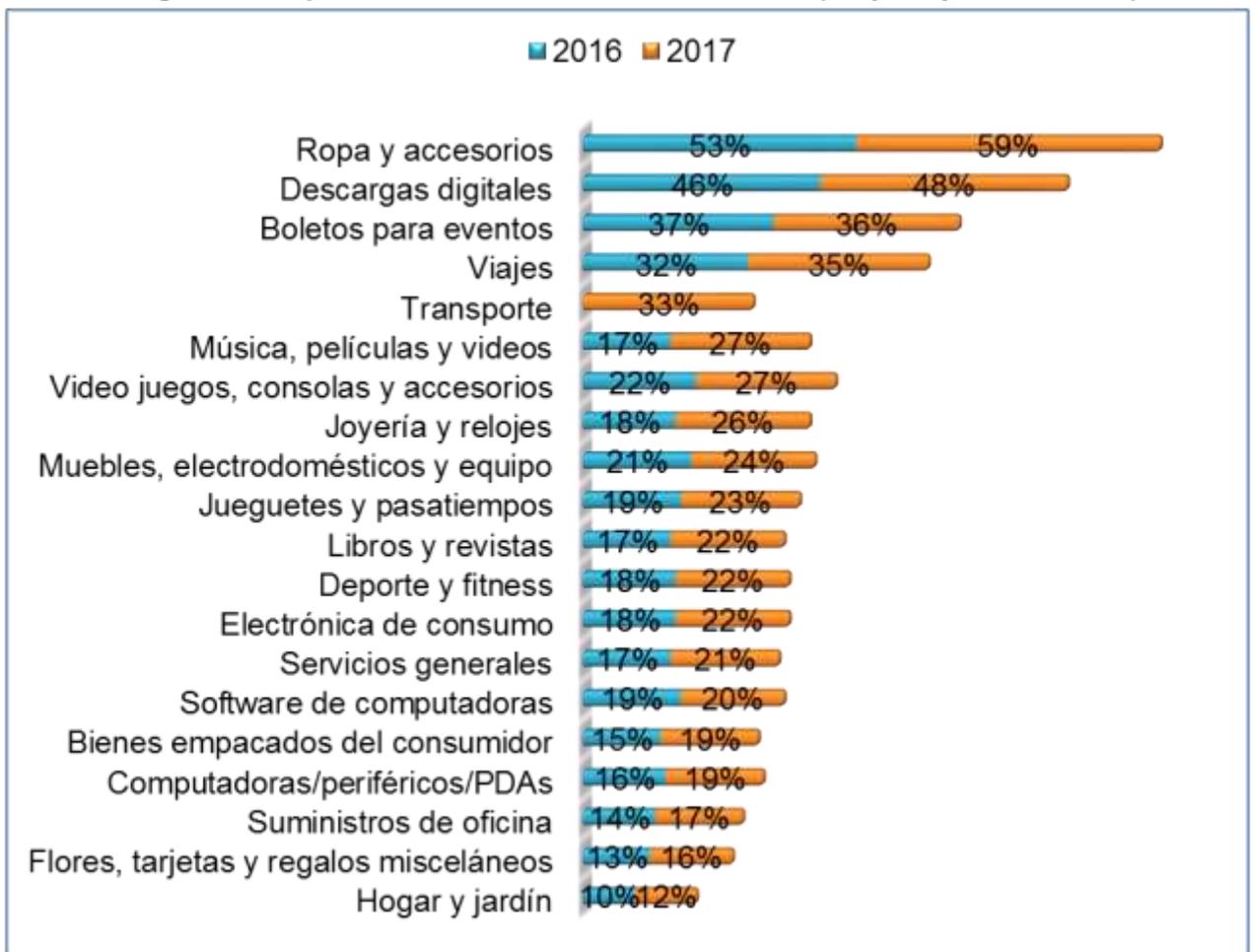


Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

En 2017 la incidencia de compras en línea aumentó principalmente en ropa y accesorios, pasando de 53% en 2016 a 59%; el gasto trimestral promedio de mayo a julio de 2017 en esta categoría fue de 1,502 pesos, 3% mayor al gasto trimestral de 2016. Asimismo, 48% de los compradores en línea adquirió descargas digitales, sin embargo, el gasto trimestral promedio disminuyó 13% en 2017, pasando de 615 a 536 pesos .

En 2017, 35% de los compradores en línea adquirió un viaje, en promedio los compradores gastaron 7,023 pesos. Asimismo, 33% hizo una compra de transporte terrestre, gastando en promedio 1,198 pesos.

Categorías adquiridas en los últimos tres meses (mayo a julio de 2017)



Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

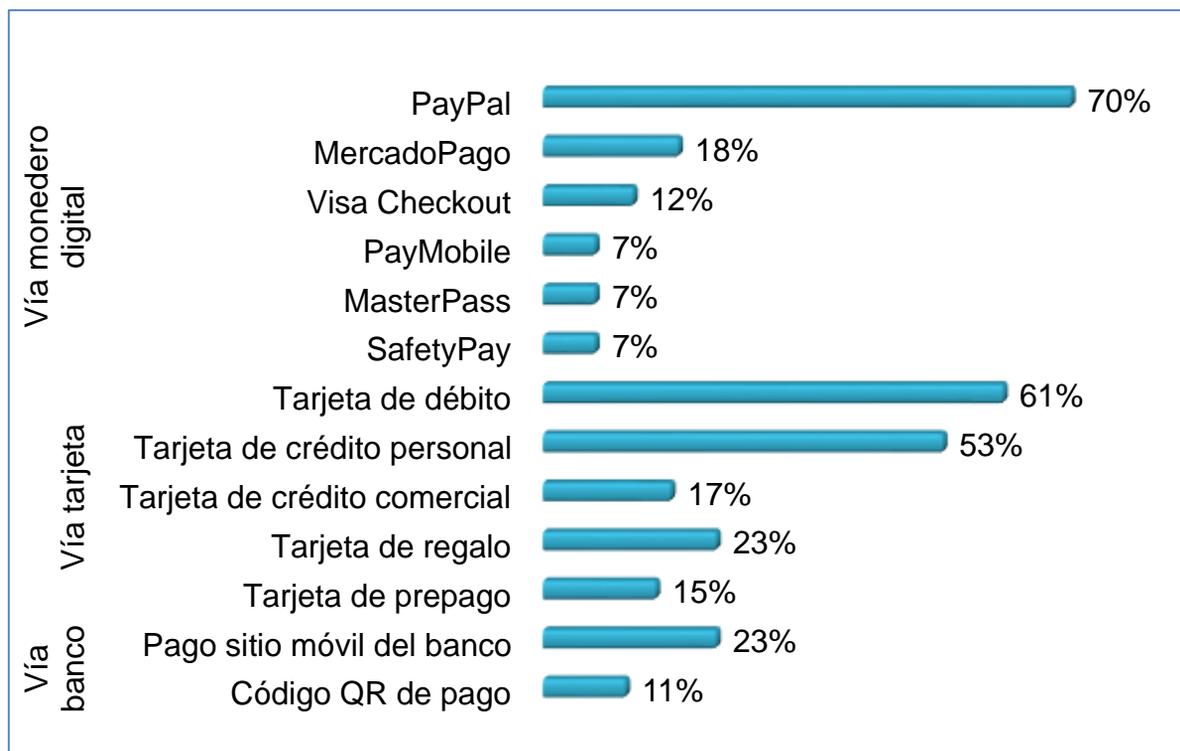
Gasto trimestral promedio (pesos)

Categoría	2016	2017
Ropa y accesorios	1,459	1,502
Descargas digitales	615	536
Boletos para eventos	1,439	1,579
Viajes	8,430	7,023
Transporte	-	1,198
Música, películas y videos	595	551
Video juegos, consolas y accesorios	1,772	1,607
Joyería y accesorios	2,040	1,377
Muebles, electrodomésticos y equipo	3,037	4,064
Juguetes y pasatiempos	1,352	1,311
Libros y revistas	834	552
Deporte y fitness	1,787	1,056
Electrónica de consumo	1,847	1,454
Servicios generales	1,408	1,469
Software de computadoras	1,273	1,166
Bienes empacados del consumidor	1,263	1,028
Computadoras/periféricos/PDAs	3,930	2,601
Suministros de oficina	1,385	1,001
Flores, tarjetas y regalos misceláneos	673	594
Hogar y jardín	869	877

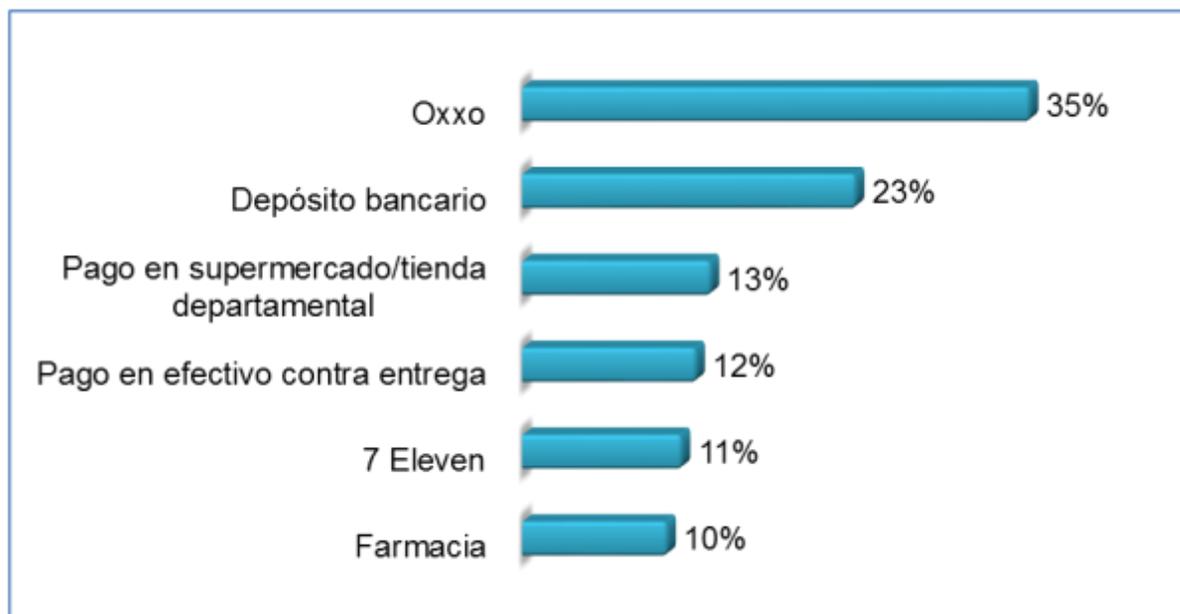
Entre los compradores en línea, en 2017, el tipo de pago preferido es el pago en línea; los más utilizados son PayPal (70%), pago con tarjeta de débito (61%) y pago con tarjeta de crédito personal (53%). Algunos compradores prefieren realizar el pago *off-line*, el más utilizado es el pago en Oxxo (35%).

Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

Tipos de pago en línea usados en los últimos tres meses, 2017



Tipos de pago off-line usados en los últimos tres meses, 2017



Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

En 2017, los principales factores a considerar para las compras en línea fueron el precio de los productos (95%), la información detallada del producto (95%), y la rapidez de la entrega (94%).

Factores importantes para las compras en línea, 2017



Fuente: Tomado de la Asociación de Internet, *Estudio de comercio electrónico en México 2017*, septiembre de 2017, disponible en www.asociaciondeinternet.mx (consulta: mayo de 2017).

CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE OPINIÓN PÚBLICA



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

diputados.gob.mx/cesop

 [cesop01](https://www.facebook.com/cesop01)

 [@cesopmx](https://twitter.com/cesopmx)

Responsable de la publicación: Lic. Karen Nallely Tenorio Colón