



# La pandemia impulsa el crecimiento del eCommerce en México hasta un 81% (AMVO)

MARIANA RAMOS 1 FEBRERO, 2021

El crecimiento del eCommerce en México, así como en muchas partes del mundo, fue innegable en el último año. Desde la llegada del coronavirus **los números de venta no se detienen y no han hecho más que crecer, crecer y crecer** beneficiando a grandes y pequeños negocios que tenían canales de comercialización online y a aquellos que se vieron obligados a crearlos.

Este incremento exponencial que tuvo el eCommerce fue analizado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), como lo hace anualmente, en su **Estudio de venta online 2021**, en conjunto con Nétrica y Netquest, del cual comparten datos interesantes de su avance, que aunque **lleva rato dando grandes pasos**, por supuesto que **el confinamiento significó el empujón mayor en la adopción por parte de los mexicanos de comprar cosas en línea**.

Entre sus hallazgos muestran cambios relevantes de los **hábitos de los consumidores** y de los **sitios de venta online en su adaptación a este largo confinamiento** para identificar áreas de oportunidad que mejoren la interacción de las empresas con el canal digital. Por esto hoy vamos a hacer un recorrido sobre cómo ha sido este crecimiento y adopción del eCommerce en México.

## eCommerce en México alcanza un porcentaje de crecimiento importante

La AMVO destaca al principio de su investigación una **estimación del valor del eCommerce en México en 2020 que, de acuerdo a sus cálculos, tuvo un crecimiento de 81%** en comparación con el 2019. Esto basándose en las cifras totales de venta que alcanzaron un monto de \$316 mil millones de pesos (aproximadamente 15 mil 349 millones de dólares), equivalente al 9% del total de retail.

### Valor de Mercado de eCommerce Retail en México 2020

El comercio electrónico generó en 2020 un total de \$316 mil millones de pesos. Lo que representa un 9% del total canal de menudeo en México.



Fuente: Estimación AMVO 2020.



Una cifra que está muy cercana a las predicciones hechas por la empresa de inteligencia financiera, **Fitch Solutions** de que **México superará los 18 mil mdd en ventas por eCommerce para el 2022**, con lo que si este año sigue con tendencia en alza podría cumplirse.

Como hemos visto en los meses de confinamiento ante la necesidad de adquirir bienes a distancia, la adopción de las herramientas digitales fue en aumento, por lo que en el último mes un **56% de las personas declararon haber comprado en línea** y además un **16% de los mexicanos comenzó a comprar vía online por primera vez**.

Asimismo, otro dato que destacan es que este año creció la frecuencia de compra; con lo que **50% compra productos de manera semanal** y el 42% adquiere servicios con el mismo ritmo.

50% de los consumidores digitales compra sus productos de forma semanal y el 42% adquiere servicios al mismo ritmo

Aparte del uso mayor del canal de venta online, el estudio resalta que, en algunos casos, el consumidor ha vuelto progresivamente a sus rutinas y el aislamiento es menor que al inicio de la pandemia, pero la mayoría mantiene sus precauciones para salir a la calle lo que favorece al comercio digital.

## El consumidor mexicano se mantiene en casa por temor a contagiarse y sigue utilizando el eCommerce para atender sus necesidades

Si bien no estamos tan encerrados como antes, los casos aumentan y la situación es muy incierta para todos. En este sentido, evaluando los sentimientos de los consumidores al salir de casa, muestran que **el riesgo a contagiarse los preocupa mucho (59%)**, siendo este un aspecto que se hizo más impactante en el mes de enero de 2021.

Al mismo tiempo **hay otra preocupación relacionada con el impacto de la pandemia en el bolsillo de cada uno**; 37% tiene angustia por temas de dinero en general y 25% por la pérdida de ingresos al haber perdido sus trabajos.

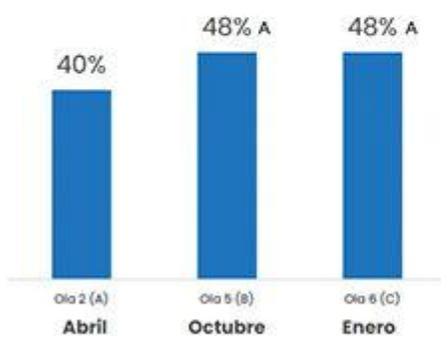
Sea por cuidar su salud o conseguir descuentos al momento de comprar, lo cierto es que de las actividades que están realizando con mayor frecuencia **se mantienen los hábitos de buscar y comprar productos y servicios en internet en más de la mitad de los consultados**.

## Cambio de hábitos derivado de la pandemia

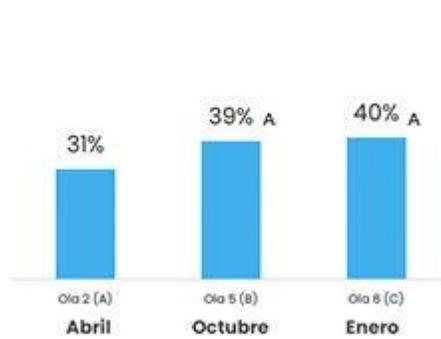
### Actividades que están realizando con mayor frecuencia

De igual manera, se mantienen hábitos relacionados con la búsqueda y compra de productos y servicios en internet. Donde el 56% declara haber comprado en el último mes y de estos el 16% eran nuevos compradores.

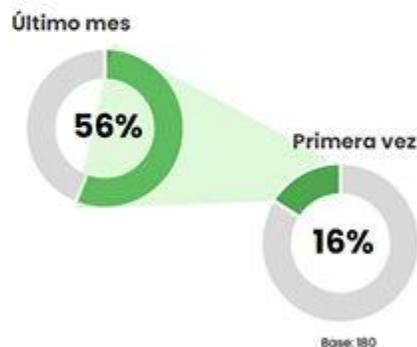
#### BUSCAR EN INTERNET DÓNDE COMPRAR PRODUCTOS Y SERVICIOS



#### HACER COMPRAS POR INTERNET



#### COMPRAN POR INTERNET Enero Ola 6



P



Estudio de venta online 2021

P. ¿Qué tanto han cambiado tus hábitos en los siguientes aspectos desde que comenzó la pandemia? / P. ¿Has comprado por internet en el último mes? / La(s) compra(s) que realizaste en el último mes dirías que... - Base Ola 2: 313 - Ola 5: 312 - Ola 6: 322 / ABC diferencias significativas entre olas al 95%

netquest

amvo asociación mexicana de venta online

Captura Cuadro AMVO

## Razones que impulsa el crecimiento del eCommerce en México

De acuerdo con la AMVO, **el consumidor mexicano que usa el canal digital, sigue reconociendo los beneficios de este medio más allá del precio que puedan encontrar**. Entre las posibilidades que ofrecen las compras por internet combinado con las condiciones que vivimos a consecuencia de la pandemia, encontraron 5 principales razones que hacen que las personas quieran seguir comprando de esta forma, contribuyendo con el crecimiento del eCommerce en México.

Entre estas razones destacan, **en primer lugar encontrar productos no disponibles en tiendas físicas (60%)**; seguido por que reciben sus compras a domicilio (60%); ahorran tiempo (57%); evitan aglomeraciones en tiendas físicas (55%); y por último que pueden comparar precios y variedades (55%).

# Productos y servicios más demandados por internet

En cuanto a las categorías de **productos y servicios en los que los consumidores digitales mostraron mayor interés** al mes de enero 2021, destacan la comida a domicilio (44%), tecnología (38%), supermercado (29%), medicamentos (26%), servicios de entretenimiento por suscripción (24%), productos de aseo del hogar (23%), alimentos en general (22%), moda (22%), belleza y cuidado personal (17%).