

EDITOR:
Octavio Amador
COEDITOR:
Karina Hernández

empresas
@eleconomista.mx
eleconomista.mx

COEDITOR GRÁFICO:
Oscar Alcaraz

Registró aumento de 20% en 2024

Comercio electrónico hiló seis años con alza de doble dígito

• El año pasado el *e-commerce* alcanzó un valor de 789,700 millones de pesos el año pasado y México se colocó entre los primeros 15 países con la mayor participación de esta modalidad de ventas en las ventas minoristas totales, de acuerdo con la AMVO

Elizabeth Meza Rodríguez
elizabeth.meza@eleconomista.mx

El valor del comercio electrónico minorista en México durante el 2024 fue de 789,700 millones de pesos, lo que significa un crecimiento del 20%, comparado con los 658,300 millones de pesos registrados en 2023, revela la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

El estudio de venta online 2025, de la AMVO destaca que la penetración de compradores digitales en México fue de 84%, superior a la de mercados como India (63%) y al promedio global (60%). Además, América Latina es la segunda región de más rápido crecimiento, por encima de Norteamérica, Asia y Europa.

Esto coloca a México en el top 15 de los países con mayor contribución del canal online a las ventas minoristas, al representar el 14.8% de las ventas totales del comercio al por menor, superando a países como Polonia, Japón y Argentina, aunque el país sigue debajo de Estados Unidos.

De acuerdo con Daniela Orozco, directora de estudios de mercado e inteligencia de negocios de la AMVO, la velocidad de crecimiento se ha mantenido a doble dígito por seis años consecutivos.

Este crecimiento responde a la democratización del comercio electrónico en niveles socioeconómicos medios-bajos y perfiles no bancarizados, debido a que incrementó el pago en efectivo en cadenas de comerciales y ya abarca el 26% de las formas de pago que se realizan.

Prevén impacto de los aranceles al e-commerce

De acuerdo con Pierre Claude-Blaise, director ejecutivo de la AMVO, el comercio electrónico mantendrá un crecimiento durante el 2025; sin embargo, sí se prevé que haya un impacto por los aranceles impuestos por Estados Unidos.

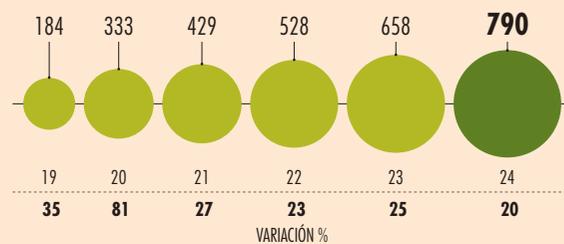
“Obviamente los factores macroeconómicos van a afectar el comercio electrónico, así como afectarán a otras industrias, no podemos predecir lo que va a suceder, pero sí puedo decir que hemos visto a lo largo de los años una extraordinaria resiliencia del ecosistema en momentos difíciles”, puntualizó el directivo.

Además puntualizó en que el ticket promedio de compras, que es de 1,000 pesos, así como la frecuencia

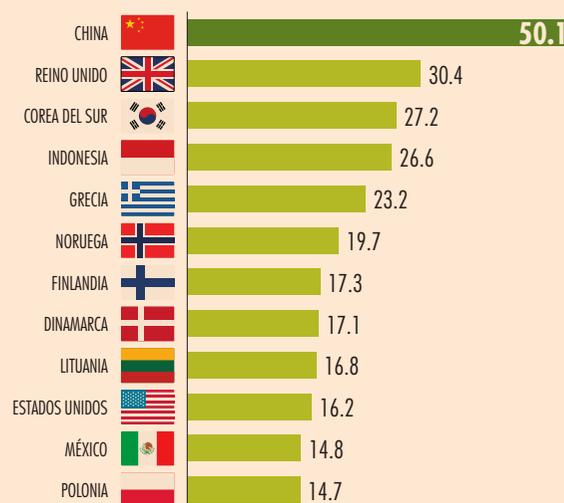
Dinamismo

El año pasado México hiló seis años de crecimiento de ventas online a un ritmo de doble dígito y se colocó en el top 15 de países con la mayor participación del comercio electrónico en sus ventas minoristas.

México | Valor de mercado de ventas online (retail) | MILES DE MILLONES DE PESOS



Países con mayor participación del comercio electrónico en sus ventas minoristas, 2024 | CIFRAS EN %



FUENTE: AMVO Y BLACKSIP A PARTIR DE DATOS DE INSIDER INTELLIGENCE.



El incremento de 20% en compras en línea refleja una nueva dinámica comercial en el país. FOTO SHUTTERSTOCK.

de compra y el aumento de pago de efectivo, son factores que impulsan el crecimiento del *e-commerce*, pero aún no se sabe qué afectaciones tendrán las cuestiones macroeconómicas en este renglón.

El avance del comercio electrónico en México el año pasado se dio en un

contexto de desaceleración del Producto Interno Bruto (PIB) y del consumo privado en comparación con el 2023.

En el primer caso, su crecimiento pasó de 3.2% a 1.5%, mientras que, en el segundo, bajó de 4.3% a 2.8%, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (Inegi).

Para este 2025 se prevé un crecimiento económico todavía más bajo de lo observado, toda vez que la media de pronósticos de los especialistas en economía del sector privado que encuesta mensualmente el Banco de México apunta a un alza de 0.8 por ciento, según el sondeo del mes de febrero que publicó el organismo.

Perfil del consumidor en las compras en línea

Más de 67.2 millones de mexicanos compararon algún producto o servicio en línea durante el 2024, y el 69% fue por medio de dispositivos móviles. Las principales razones de comprar en línea son: comodidad y facilidad, de acuerdo con la AMVO.

Además, se mantiene un comprador mixto, debido a que el 49% son hombres y el 51% mujeres y la edad promedio es de 37 años, con un predominio en la Ciudad de México y zona metropolitana.

El método de pago preferido que se utiliza en estas operaciones es con tarjeta de débito para el 75% de los consumidores, seguido de crédito (49%), además de que está ganando terreno el pago en efectivo en cadenas comerciales y de conveniencia (26%), como Oxxo y 7-Eleven.

Sobre el nivel socioeconómico quienes participan en la dinámica comercial en línea, a pesar de que los compradores continúan siendo mayoritariamente de clase media-alta (A, B y C), se muestra un aumento en clase media-baja (D+), que tiene una participación del 10 por ciento.

Las categorías con mayor crecimiento fueron bienes duraderos, aunque otros como cuidado del hogar, jardín, fotografía y electrodomésticos pequeños registraron alzas importantes en las dinámicas en línea, pero también aumentó el interés por las compras sustentables y la recolección en tienda.

Finalmente, se reportó que el envío a domicilio sigue siendo el preferido para nueve de cada 10 consumidores de comercio en línea, aunque la modalidad *click and collect* ha ganado terreno.

Más de 67.2 millones de mexicanos compararon algún producto o servicio en línea durante el 2024, y el 69% fue por medio de dispositivos móviles.

1,000

PESOS fue el ticket promedio de las compras online en México en 2024.

EL ECONOMISTA

JUEVES
13 de marzo
del 2025