



Informe e-País: El comercio electrónico en México

Noviembre 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ciudad de México

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



22 de noviembre de 2023
Ciudad de México

Este estudio ha sido realizado por
Daniel Flores Bravo

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en México

<https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/mx/contacto/nuestras-oficinas/mexico.html>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-016-3

El comercio electrónico en México tiene un desempeño por encima de la media de países de Latinoamérica, superado únicamente por Brasil. En 2022, el mercado *ecommerce retail* superó los 27.800 millones de euros, con un crecimiento del 23 % respecto a 2021.

A pesar de que la penetración de internet sigue siendo un aspecto a mejorar, puesto que solo el 78,6 % de la población de México, equivalente a 93,1 millones de personas, cuenta con acceso a la red, hay avances para conectar a toda la población.

México es un país con grandes contrastes entre zonas rurales y urbanas, tanto en renta como en desarrollo digital, lo que dificulta la inclusión de todos los segmentos de la población en los mercados electrónicos. Sin embargo, se están llevando a cabo mejoras en la infraestructura logística y de telecomunicaciones del país.

Según datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), en 2022 en México existían 63,3 millones de compradores online, lo que implica que el 68 % del porcentaje de usuarios de internet comprar online. Esta cifra indica una tendencia de crecimiento gracias a la inclusión de nuevos compradores en el canal digital. De estos, el 51 % corresponde a mujeres y el 49 % a hombres. Además, el rango de edad donde se concentra la mayoría de los compradores (el 57 %) es el comprendido entre 25 y 44 años.

México continúa siendo uno de los países con mayor tasa de crecimiento en *ecommerce retail* o *ecommerce B2C*, situándose en el top 5 mundial, junto a Indonesia, Filipinas, India y Malasia. Aunque se espera que 2023 en México se ralentice el crecimiento, a pesar de que han aumentado los compradores en línea, se perciben oportunidades para la participación de nuevos actores, tanto en B2B (por mayor confianza en las compras en línea) como en B2C (más pymes en el ecosistema), tanto en penetración como en frecuencia.

Las categorías de productos con mayor tasa de participación en el comercio B2C en México fueron la comida a domicilio, moda y belleza y cuidado personal; destacando también el incremento de los compradores por primera vez de electrónicos, así como los compradores recurrentes de juguetes.

Las plataformas *ecommerce* más utilizadas por los consumidores fueron las webs y los *marketplaces* [Amazon](#), [Mercado Libre](#), [Aliexpress](#), [Walmart](#), [Home Depot](#), [Coppel](#) y [Liverpool](#).

En cuanto al comercio B2B, las ventas en México alcanzaron los 9.300 millones de dólares en 2022, lo que representa un crecimiento del 25 % con respecto al año 2021. Según previsiones de Statista, en 2027 el sector alcanzará un valor de 20.900 millones de dólares.

Datos de AMVO designan a los sectores de manufactura, construcción, comercio, servicios profesionales y servicios financieros como los más activos en compras online en México.

Los pronósticos para 2024 apuntan a que se va a producir un aumento de la importancia de los *marketplaces* dentro del *ecommerce B2B*, ya que para ese año se espera que su participación aumente en un 22,5 %, llegando al 30 %.

En lo relativo al comercio electrónico transfronterizo, durante 2022 alcanzó un valor de 27.000 millones de dólares en México, un crecimiento de 25 % respecto al año anterior. El [informe gran giro del ecommerce global](#) de [PayPal](#), señala que la gran mayoría de los compradores mexicanos que hacen compras online transfronterizas se encuentran entre 18 y 44 años (68 %), siendo la franja entre 35-44 años la más numerosa, con un 25 % de participación. **Estados Unidos** es el principal mercado origen, con un 59 %, seguido de **China** (43 %) y **Japón** (13 %).

Según AMVO, el principal lugar donde se realizan estas compras es en marketplaces, como [Mercado Libre](#) y [Amazon](#), seguido de sitios web propios de marcas particulares y los marketplaces de redes sociales. Entre los sitios transfronterizos que tienen mayor notoriedad para los mexicanos están [Alibaba](#), [Coppel](#) y [Shein](#).

Según datos del [Global Payment Report 2023](#), a pesar de que la **tarjeta de crédito** fue el método de pago más utilizado en 2022 en México, con el 33 % de las transacciones, los pagos con monederos virtuales han crecido mucho ocupando el segundo puesto, con un 27 %. Aun así, las tarjetas en su conjunto (débito (22 %) y crédito) representan la mayoría del gasto y son el motor de crecimiento del de ecommerce en México.

Según una encuesta realizada por [AMVO](#) sobre [venta online](#), el **método de entrega** más habitual de las compras *online* es el envío a domicilio (90 % de los encuestados), seguido por envío al trabajo (13 %), a casa de un amigo o familiar (10 %), recogida en tienda física (9 %) y recogida en un punto de retiro (8 %).

A pesar de que existen campañas de promoción online globales como el Black Friday, Cyber Monday o las campañas de navidad y verano, en los últimos años han adquirido gran popularidad campañas de promoción exclusivas de México que tienen como objetivo principal potenciar las ventas con descuentos en el país, como son el [Hot Sale](#) o el [Buen Fin](#).

Con respecto a las empresas españolas que participan en el mercado, destacan los casos de [Zara](#) y [Bershka](#) como las dos empresas con mayor facturación online en México, así como la empresa [Mango](#), ya que su web es uno de los comercios electrónicos más visitados en México.

Respecto a las tendencias y oportunidades actualmente en comercio electrónico en México, destacar que los principales sectores que seguirán creciendo en el país serán los electrónicos, belleza y moda.

Las principales tendencias para el próximo año se centrarán en los métodos de pago alternativos, la inteligencia artificial, el rol del *Social SEO*, o la digitalización de los puntos de venta físicos hacia una nueva experiencia de usuario, impulsando así la omnicanalidad en este sector.

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en México](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en México.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de México, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones