

Informe de Resultados del Primer Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico en México 2005

Agosto 2005

Resumen Ejecutivo

Presentado por:

The VISA logo is displayed in white text on a blue rectangular background.The PricewaterhouseCoopers logo, featuring the company name in a serif font and the PwC logo icon to the right.

Datos y Metodología

Resultados Generales y por Sectores:

- Ventas por Internet
- Medios de Pago
- Participación Ventas por Internet
- Categorías de Productos y Servicios

Conclusiones

Datos y Metodología

El Primer Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico en México 2005, fue realizado a través de un cuestionario propuesto por la AMIPCI, el cual PricewaterhouseCoopers distribuyó de manera electrónica (e-mail) a los participantes del estudio.

26 empresas participaron, proporcionando información relevante, misma que fue sujeta de un proceso de análisis y consolidación, bajo nuestras prácticas, que aseguran la confidencialidad de la misma.

Las 26 empresas participantes fueron:

- | | | | | |
|-------------------|------------------|---------------------|------------------------|-------------------|
| Aeromexico.com.mx | Deremate.com.mx | Liverpool.com.mx | Palaciodehierro.com.mx | Tododecomputo.com |
| Cinemex.com.mx | Despegar.com.mx | Marke.com.mx | Rumbo.com.mx | Viajamos.com |
| Cinepolis.com.mx | Elotano.com.mx | Mercadolibre.com.mx | Sanborns.com.mx | |
| Cleoflor.com.mx | E-shop.com.mx | Mexicana.com.mx | Sonystyle.com.mx | |
| Comidomi.com.mx | Esmascompras.com | Mixup.com.mx | Ticketmaster.com.mx | |
| Decompras.com | Hoteldo.com | Quintareal.com.mx | Toditoshop.com.mx | |

Datos y Metodología

Cont...

Las compañías fueron clasificadas por el tipo de sector al que pertenecen.

La segmentación se determinó de la siguiente manera:

- Viajes
- Tiendas Departamentales
- Entretenimiento
- Tiendas Virtuales (no cuentan con presencia física)
- Tiendas Especializadas (Electrónicos, Música, Cómputo, Libros)

Resultados Generales

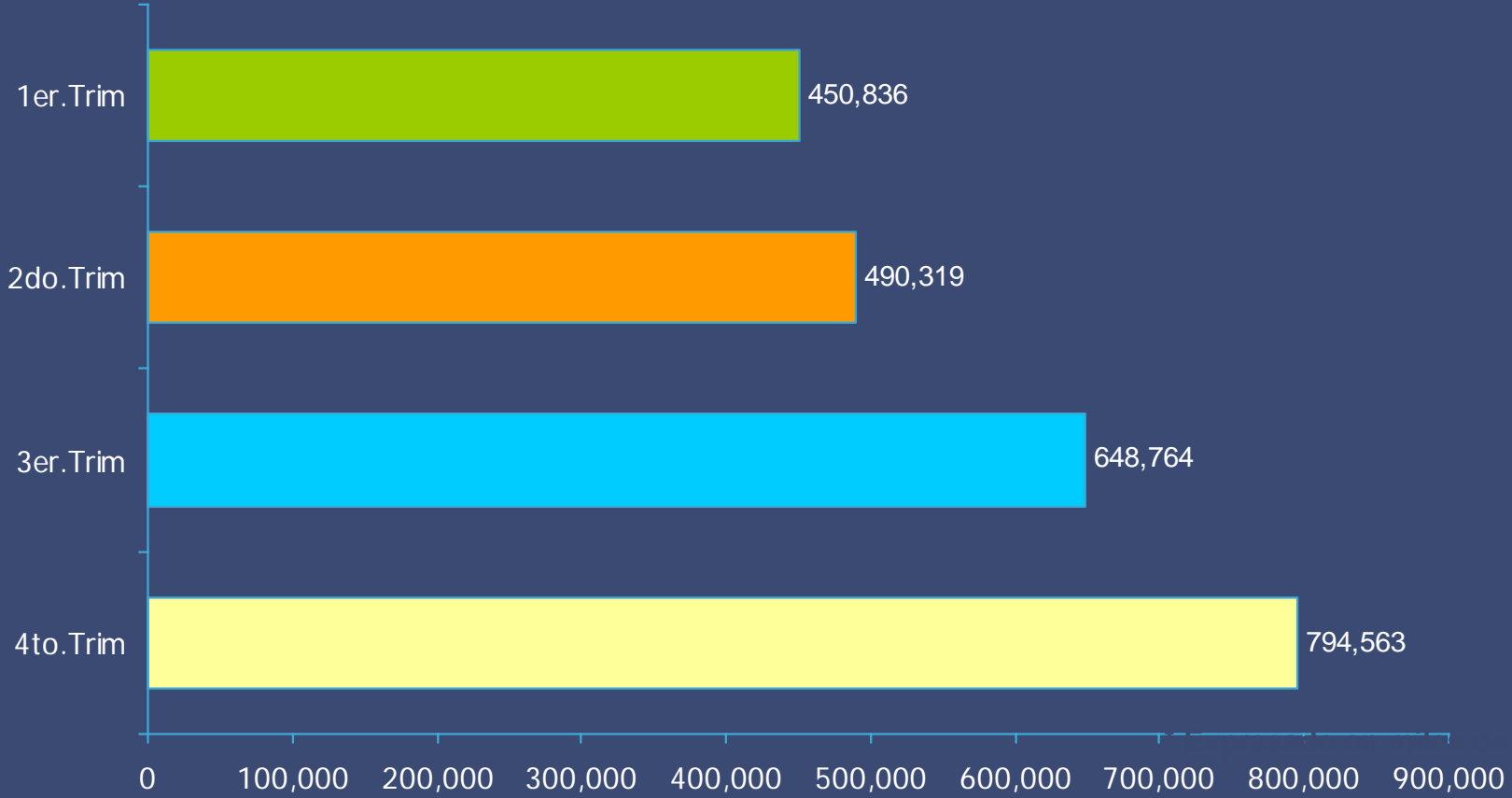
Ventas Totales por Internet en 2004

- Las ventas totales del Comercio Electrónico al Consumidor ha alcanzado la cifra de 2,384 millones 687 mil pesos en el año 2004.
- En el primer trimestre de 2004 se registraron 450 millones 836 mil pesos, mientras que para el mismo período de 2005, la cifra asciende a 806 millones 150 mil pesos.
- Esto demuestra una tendencia de crecimiento para dicho período de un 81%.

Resultados Generales

Ventas Totales* por Internet en 2004

Las ventas totales del Comercio Electrónico ascienden a cifra de 2,384 millones 687 mil pesos en el 2004.



* Expresado en millones de pesos

Resultados Generales por Sector

Ventas Totales por Internet en 2004

- En el 2004, el sector Viajes ha alcanzado el mayor monto de ventas por Internet en relación con los demás sectores, llegando a una cifra acumulada de 945 millones 348 mil pesos.
- El sector Tiendas Especializadas (Electrónica, Música, Libros y Computación) ocupa el segundo lugar con 664 millones 197 mil pesos.
- Mientras que el sector Tiendas Virtuales, alcanzó un monto de 649 millones 601 mil pesos.

Resultados Generales por Sector

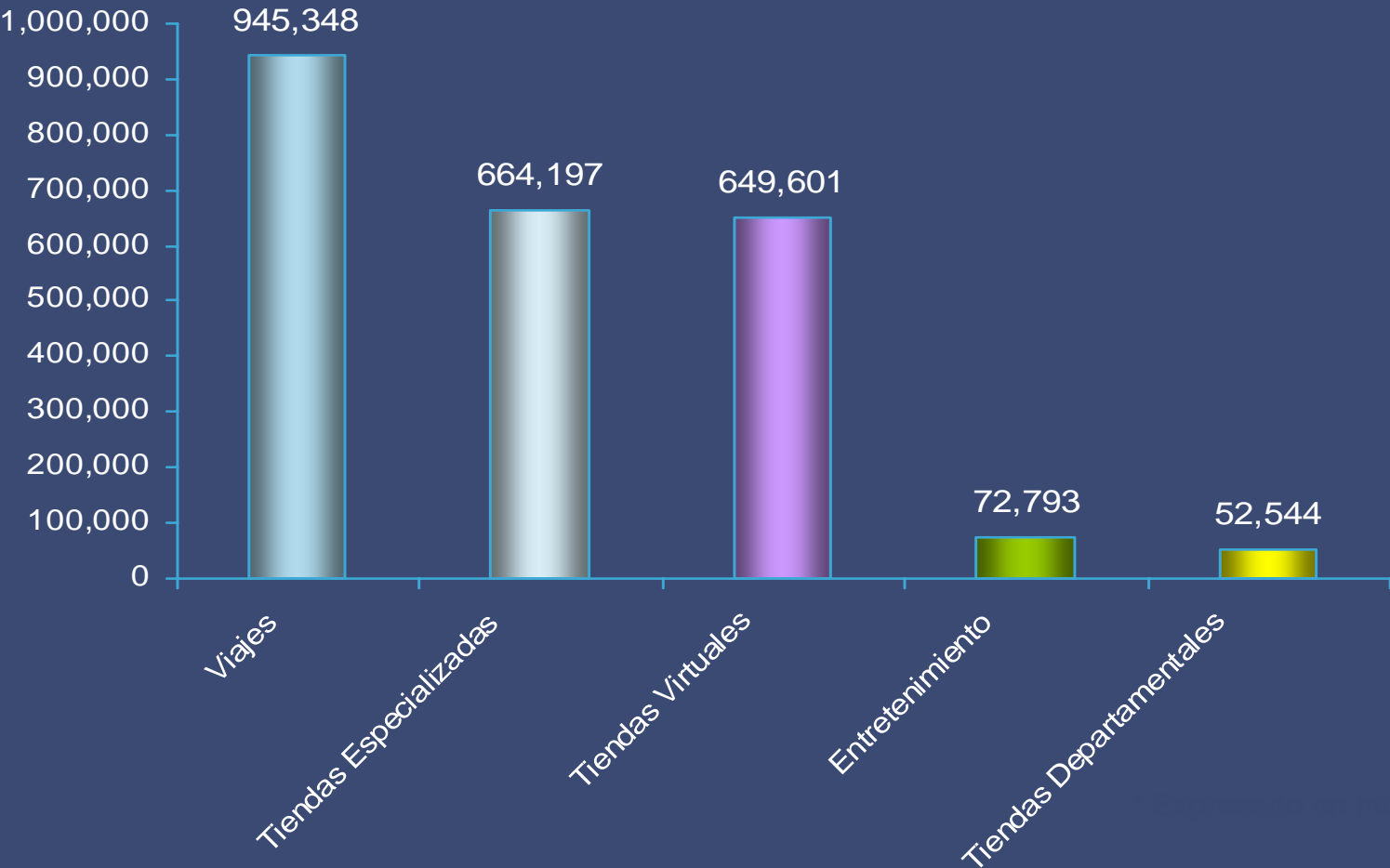
Cont...

Ventas Totales por Internet en 2004

- El sector Entretenimiento finalizó el período 2004, con un monto de ventas de 72 millones 793 mil pesos.
- El sector Tiendas Departamentales finalizó el período con 52 millones 544 mil pesos.

Resultados Generales por Sector

Ventas Totales por Internet en 2004



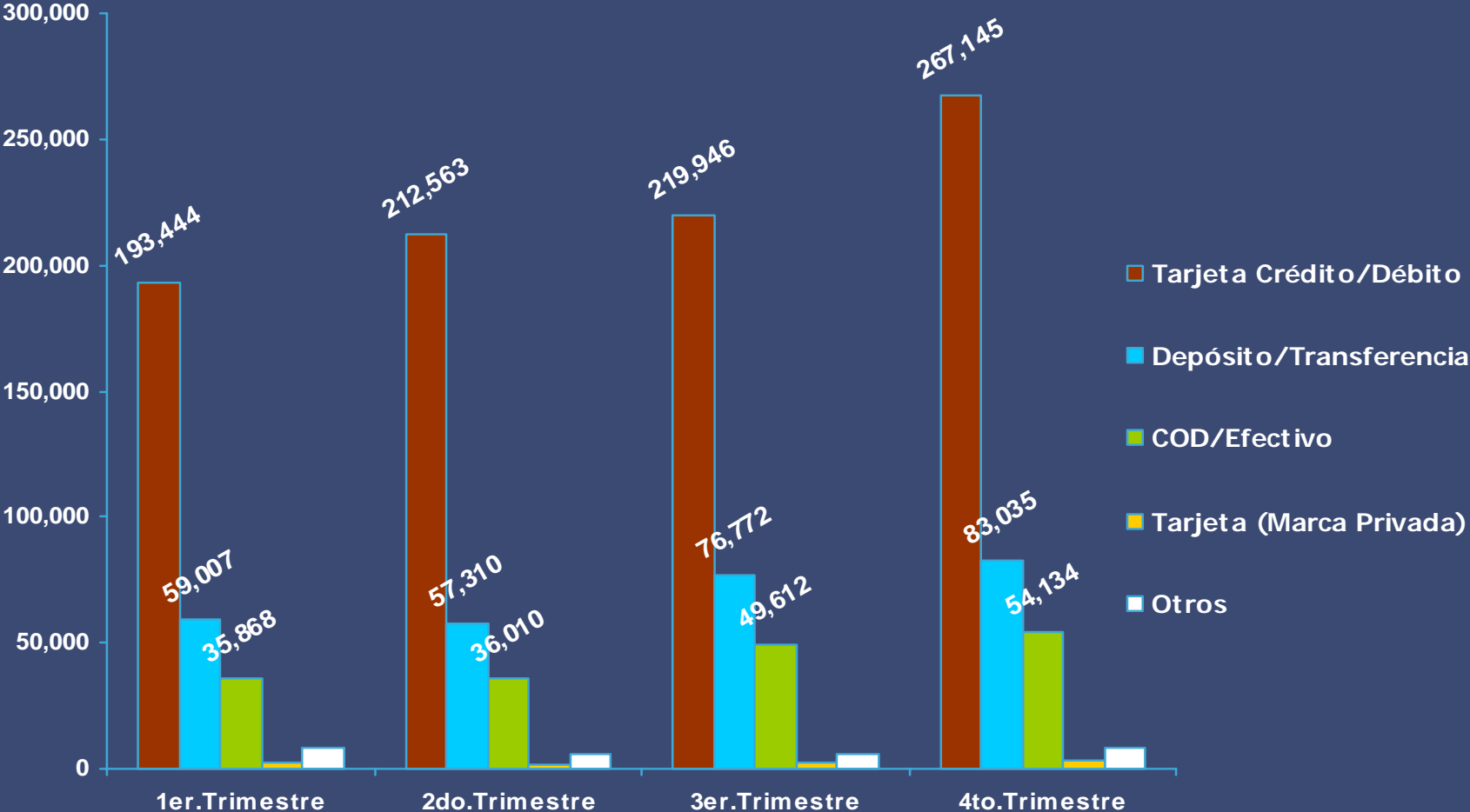
* Expresado en millones de pesos
AMIPCI,
Asociación Mexicana de Internet

Resultados por Medios de Pago en 2004

Participación de los diversos medios de pago sobre el total de las ventas en Internet:

- La Tarjeta de Crédito/Débito es el principal medio de pago utilizado. Su porcentaje asciende a 65% del total de las ventas por Internet.
- El medio de pago que ocupa el segundo lugar es el depósito/transferencia en línea con el 20% de uso.
- COD/Efectivo, Tarjetas de Marca Privada y otros, registraron el 13, 1 y 2%, respectivamente.

Resultados por Medios de Pago en 2004



* Expresado en millones de pesos
 AMIPCI,
 Asociación Mexicana de Internet

Resultados de Medios de Pago por Sector en 2004

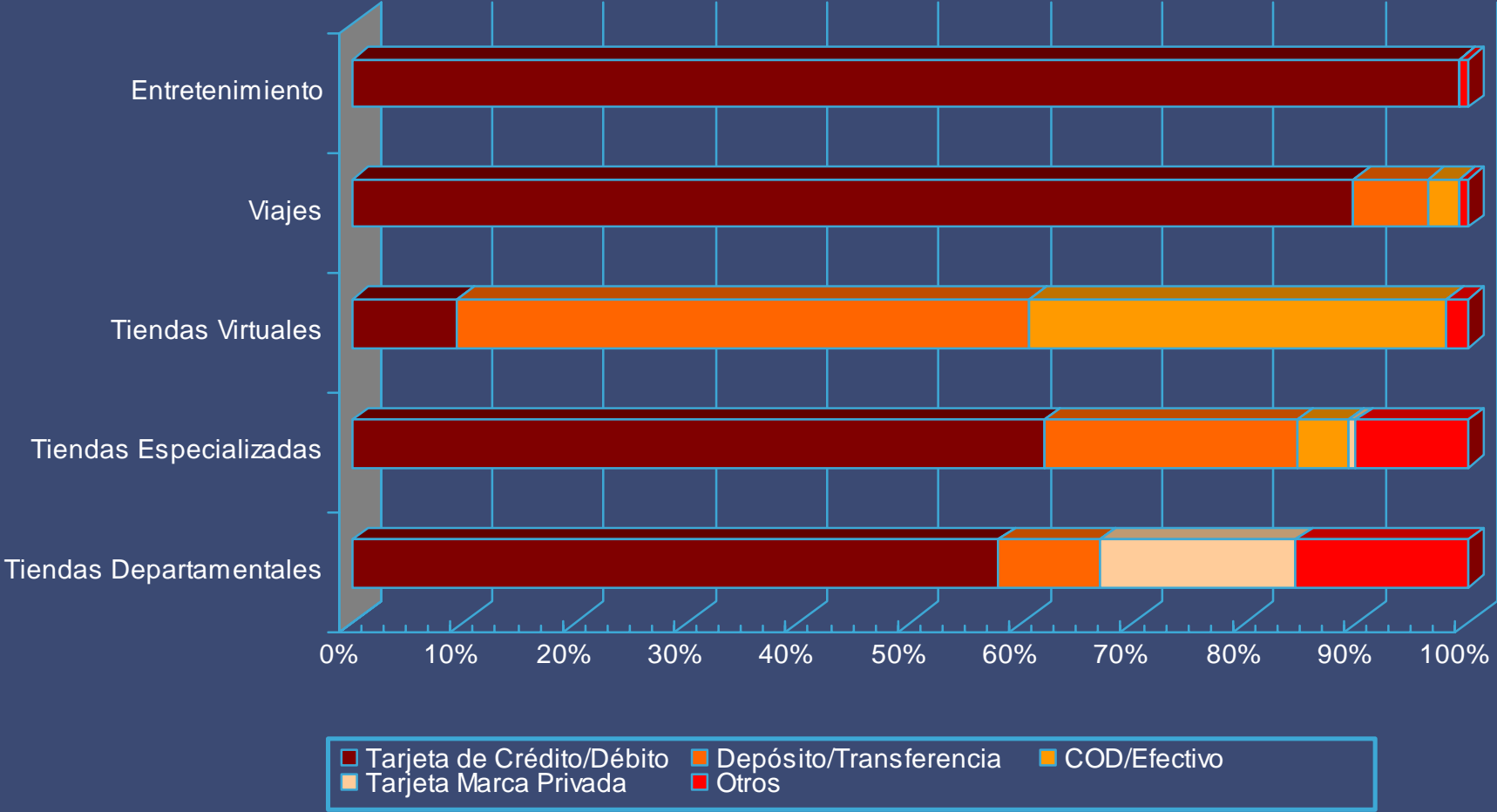
- **Entretenimiento** : El medio de pago más usado es la tarjeta de crédito/débito con 99%; otros medios representan el 1%.
- **Viajes**: La tarjeta de crédito/débito resultó en primer lugar con 90%; depósito/transferencia con 6%; efectivo con 2% y, finalmente, otros medios con 1%.
- **Tiendas virtuales**: El medio más usado es el depósito/transferencia con 51%; efectivo con 37%; tarjeta de crédito/débito con 9% y otros medios con 3%.

Resultados de Medios de Pago por Sector en 2004

Cont...

- **Tiendas especializadas:** El medio de pago más utilizado es la tarjeta de crédito/débito con 62%; depósito/transfencia con 23%, el 10% es para otros medios de pago, mientras que en los últimos lugares encontramos al efectivo con un 4% y la tarjeta de marca privada con 1%
- **Tiendas departamentales:** La tarjeta de crédito/débito obtuvo el primer lugar con un 58%; tarjeta de marca privada con 18%; otros medios de pago con 15% y, finalmente, depósito/transfencia con 9%

Resultados de Medios de Pago por Sector en 2004



Resultados de Participación de Internet vs Ventas Totales por Sector (*) en 2004

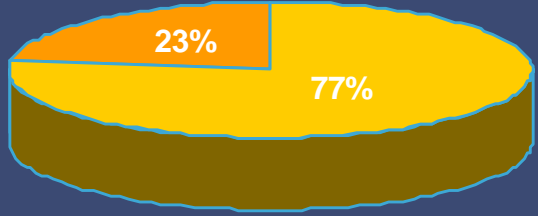
Las ventas por Internet registraron un porcentaje promedio del 1.4% para el año 2004, en relación con las ventas totales de las respectivas industrias consideradas en este estudio.

- **Viajes:** el porcentaje de las ventas por Internet representó el 23% del total de ventas.
- **Entretenimiento:** el porcentaje de ventas por Internet fue del 6% respecto al total de ventas.
- **Tiendas Departamentales:** las ventas por Internet no fueron significativas, respecto a las ventas totales; el porcentaje fue menor del 1%
- **Tiendas Especializadas:** las ventas por Internet representaron el 5% en relación con sus ventas totales.

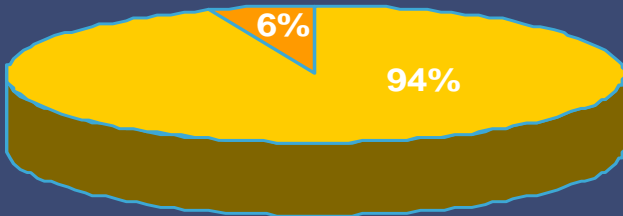
Resultados de Participación de Internet vs Ventas Totales por Sector en 2004.

Las ventas por Internet representaron un 1.4%, en relación con las ventas totales.

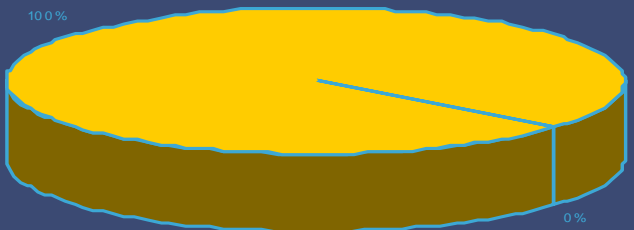
Viajes



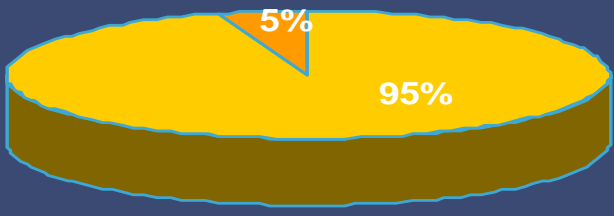
Entretenimiento



Tiendas Departamentales



Tiendas Especializadas (Electrónica, Música, Libros, Computación)



* No aplica para el sector Tiendas Virtuales.

Resultados de Categorías de Productos y Servicios.

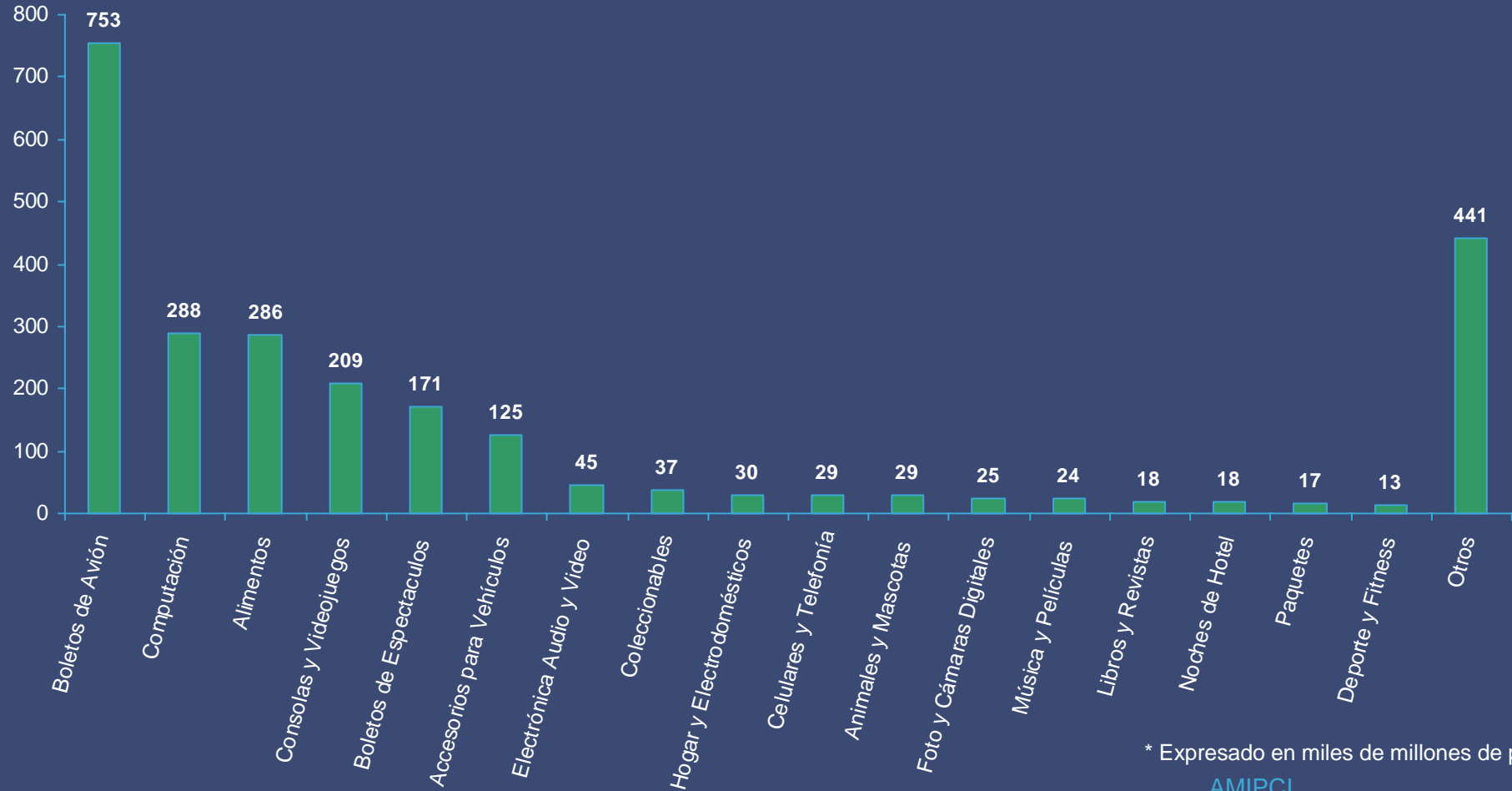
Categorías de mayor monto de ventas (incluyendo IVA) en 2004

Las categorías de mayor ventas por Internet en 2004, en relación con los productos y servicios adquiridos, fueron las siguientes:

- El producto más vendido fue boletos de avión con un 29%, le siguen artículos de computación y alimentos con un 11% respectivamente, video juegos con un 8% y los boletos de espectáculos que alcanzaron el 7%. La categoría de otros se ubicó en un 16%.
- Estas categorías son las más representativas en porcentajes, pero no son las únicas categorías con un porcentaje de ventas por Internet.

Resultados de Categorías de Productos y Servicios.

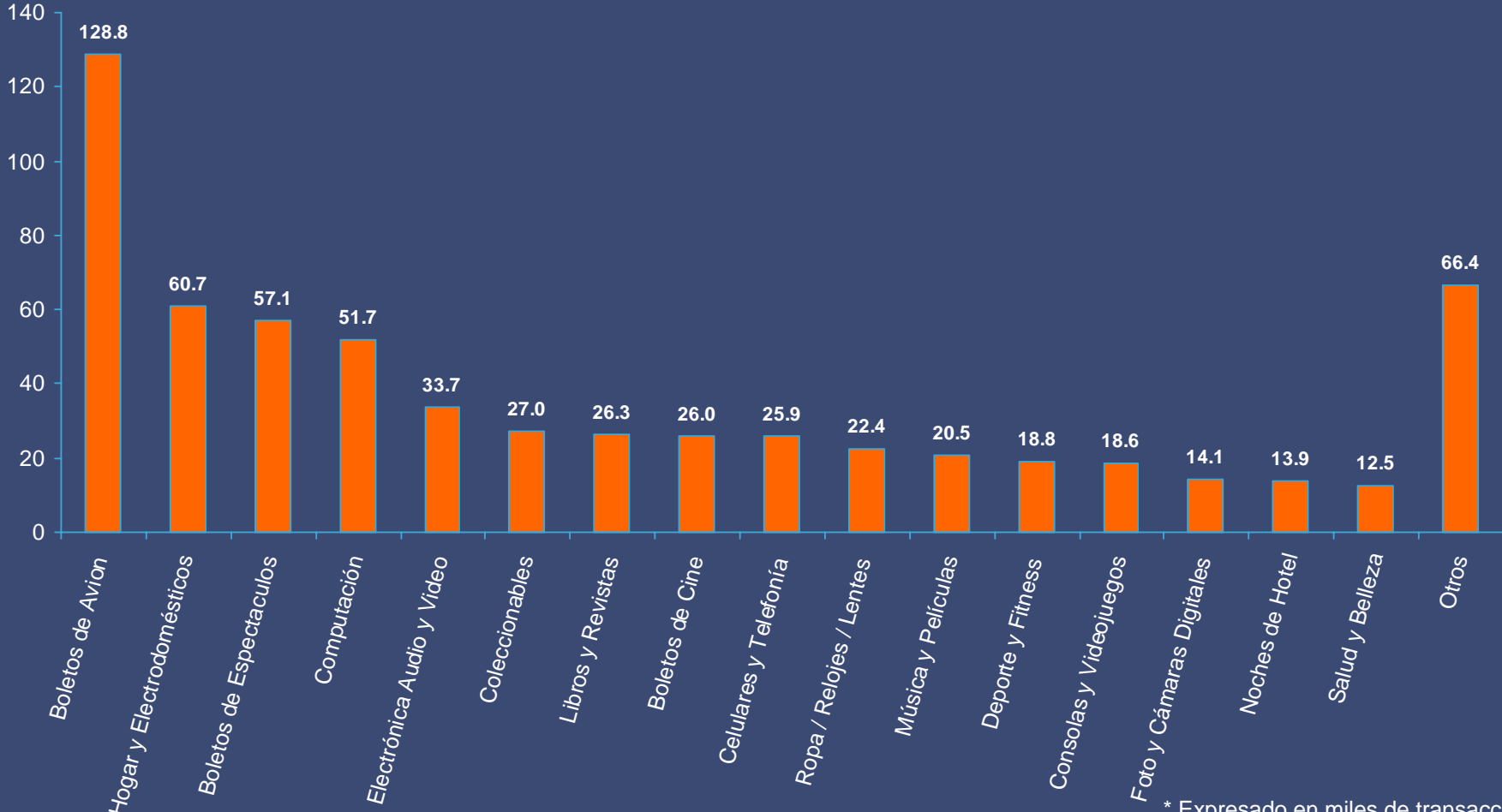
Categorías de Mayor Venta por Internet en 2004 (Volumen Ventas)



* Expresado en miles de millones de pesos.

Resultados de Categorías de Productos y Servicios.

Categorías de Mayor Venta por Internet en 2004 (Cantidad Pedidos)



* Expresado en miles de transacciones.

Conclusiones

- Las ventas totales del Comercio Electrónico al consumidor alcanzó la cifra de 2,384 millones 687 mil pesos en 2004 (210 millones de dólares*).
- El primer trimestre de 2005 en comparación con el mismo período en 2004, registró una tendencia de crecimiento del 81%.
- El sector Viajes alcanzó el mayor monto de ventas por Internet en 2004 (39%) en relación con los demás sectores, llegando a una cifra acumulada de 945 millones 348 mil pesos (83 millones de dólares*)

*Tasa de cambio: www.banxico.gob.mx: 26 /08/2005 (11.34)

Conclusiones

Cont...

- La Tarjeta de Crédito/Débito es el principal medio de pago utilizado con un porcentaje que asciende a 65% del total de las ventas por Internet.
- Las ventas por Internet, registraron un porcentaje promedio del 1.4% en el 2004, respecto a las ventas totales de los sectores considerados en este estudio.
- Los resultados parciales del 2005 demuestran una tendencia al alza, presentando un panorama con un crecimiento continuo y estable en comparación al 2004.

Presentado por:



Para mayores informes sobre el estudio completo
o dudas relacionadas:

www.amipci.org.mx
info@amipci.org.mx
5559-8322 y 8329

Informe de Resultados del Primer Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico en México 2005

Agosto 2005

Presentado por:

