



VIDEO ACADEMIA

La pandemia aceleró el proceso

# Aumenta en México el comercio en línea

Los consumidores que más compran en Internet y tiendas físicas tienen entre 35 y 44 años

Leticia Olvera — Mar 16, 2021

Compartir



En 2019 el comercio en línea en México reportó un incremento de 37 por ciento y se calcula que esta cifra aumentará este año debido principalmente a las restricciones que ha impuesto la pandemia tanto para los consumidores como para las empresas o negocios, afirmó Eufemia Basilio Morales, investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas.

Antes de que se establecieran las limitaciones de movilidad para evitar contagios, había cierta desconfianza por parte de las personas para hacer operaciones de compra en línea; sin embargo, el confinamiento y cierre de negocios “llevó a un considerable número de gente a adquirir ciertos productos por medio de aplicaciones y páginas de Internet confiando en que sus operaciones serían seguras”, mencionó.

Asimismo, los empresarios se vieron en la necesidad de generar estrategias para que los clientes pudieran hacer sus compras de manera fácil y dándoles información sobre el estado de su adquisición y la entrega de sus productos, indicó la especialista.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online los consumidores mexicanos que más compran a través de Internet y tiendas físicas, en conjunto, tienen entre 35 y 44 años, seguidos del grupo de 25 a 34 años.

De éstos, 51 por ciento son hombres y el porcentaje restante, mujeres. Los medios que más utilizan para adquirir en línea son: *smartphones*, *laptops*, computadoras de escritorio y *tablets*.

Ciudad de México concentra 31 por ciento de los compradores, seguida de la región Oeste/Centro con 19 por ciento y en tercer lugar la región Norte con 16 por ciento.

## Para evitar el cierre

Basilio Morales comentó que esta modalidad de ventas otorgó a muchas compañías la oportunidad de no detener sus actividades durante la pandemia, sino que aumentaron sus ventas y evitaron el cierre; aunque, no todos los negocios tuvieron la misma suerte, pues

los pequeños y medianos sin la capacidad tecnológica o los recursos para ofrecer sus productos, cerraron.

Los establecimientos con más complicaciones para adaptarse a la venta en línea y entrega a domicilio fueron los dedicados a alimentos; en cambio, hubo otros como los de ropa, aparatos eléctricos y telefonía que se vieron muy beneficiados.

Otro aspecto que también se ha modificado con este procedimiento es la manera de ofrecer los productos y servicios, ya que antes tenían que exhibirse en aparadores o a través de anuncios comerciales para llamar la atención del consumidor. Hoy, para atraer compradores potenciales se requiere contar con una página electrónica o una buena aplicación que muestre las mercancías de manera atractiva y bien detallada para que las personas puedan tomar la decisión de hacerse de lo que se les vende, señaló.

Dado que muchos negocios ya cuentan con las condiciones indispensables para efectuar el comercio en línea, es muy probable que la gente siga con esta práctica de adquirir productos y servicios por este medio aun cuando la actividad comercial ya pueda realizarse de manera presencial, concluyó.