

Hábitos y Tendencias que Observar en E Commerce Durante **2025**

Una Colaboración Especial con:

EL PUBLICIST 
La revista mexicana de la industria de la persuasión

De los Editores...



Este documento ofrece un análisis exhaustivo de las tendencias clave y los hábitos de los usuarios que están moldeando el comercio electrónico en México de cara a 2025. A medida que el país experimenta un crecimiento sostenido en la conectividad y el uso de tecnologías digitales, las empresas deben adaptarse a las nuevas expectativas y comportamientos de los consumidores. En este informe, encontrará un panorama detallado sobre:

Principales Tendencias en el Comercio Electrónico: A través de 10 puntos clave, exploramos cómo la digitalización ha acelerado el crecimiento del comercio electrónico, las plataformas más relevantes, y las regulaciones que afectan al sector.

Hábitos de los Compradores en Línea: Recogemos los 10 comportamientos predominantes de los usuarios, desde la preferencia por los dispositivos móviles hasta la creciente adopción de métodos de pago digitales y el auge del comercio en redes sociales desde una perspectiva empresarial.

Oportunidades para las Empresas: Identificamos las oportunidades clave para las marcas que buscan captar la atención de un público cada vez más digital, haciendo énfasis en la importancia de la personalización, la seguridad y la optimización de la experiencia del usuario.

Sin más Bienvenido a esta colaboración de Noviembre.

CARLOS LÓPEZ JONES

ANTONIO DELIUS



UNA COLABORACIÓN ESPECIAL DE:

Tendencias

Económicas y Financieras

EL PUBLICIST 

La revista mexicana de la industria de la persuasión



CONCEPTO CREATIVO:
LUIS ENRIQUE CARDOSO
EDITORIAL Y CONTENIDOS:
ROBERTO HIDALGO

Tendencias
Económicas y Financieras

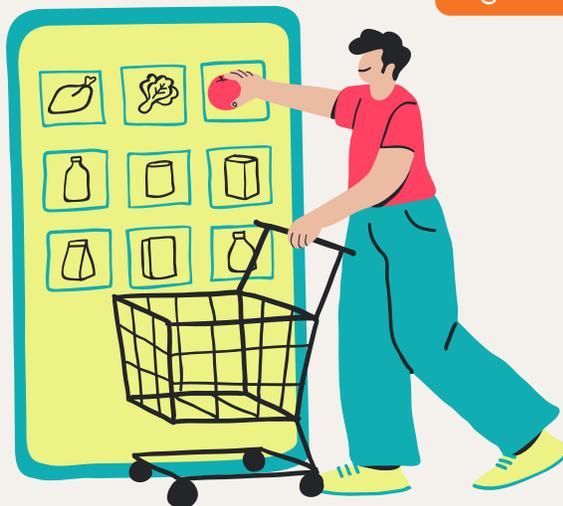


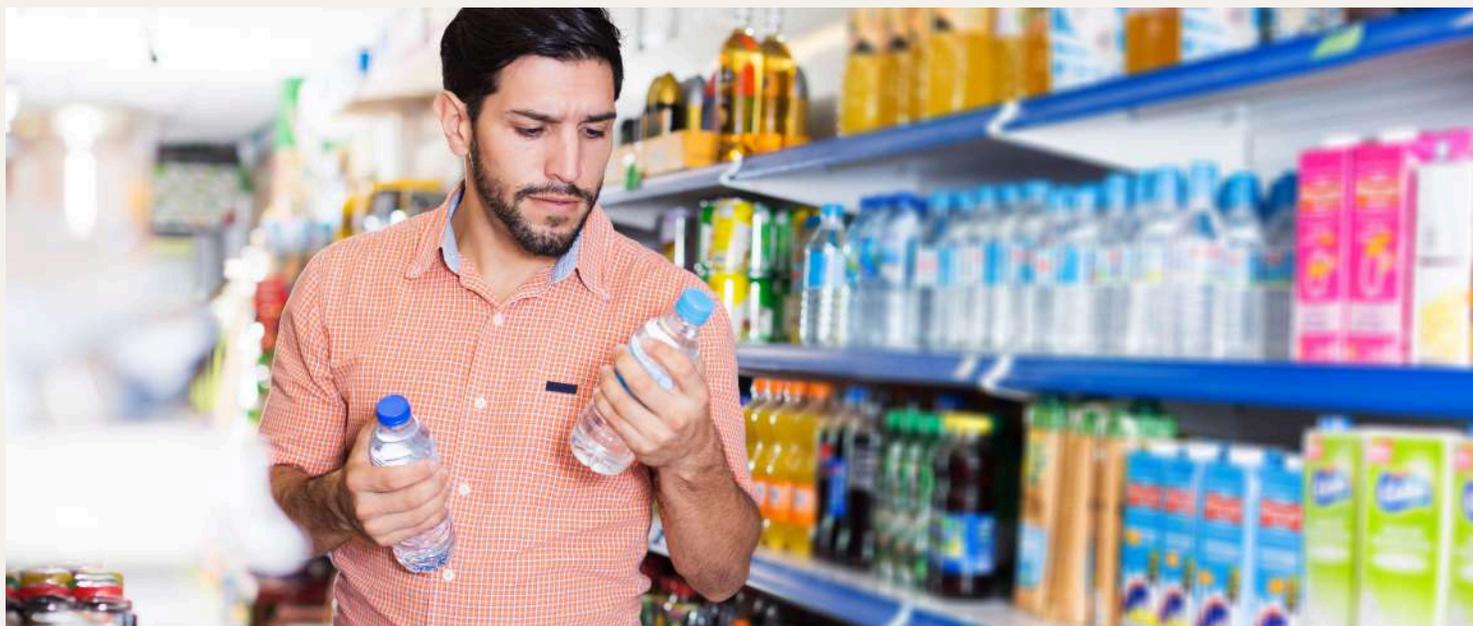
01

Crecimiento sostenido del comercio electrónico:

El comercio electrónico en México ha mostrado un crecimiento exponencial durante los últimos años, consolidándose como una de las principales vías de consumo. Esta tendencia ha sido impulsada, en gran parte, por la acelerada digitalización de los negocios tras la pandemia de COVID-19, que obligó a empresas y consumidores a adaptarse rápidamente a un entorno cada vez más digital. Desde entonces, sectores como el retail, la moda, la electrónica y, más recientemente, los bienes de consumo diario, han experimentado un aumento en las ventas online. En 2024, el comercio electrónico se ha mantenido como una opción preferida para muchos consumidores, y se espera que siga creciendo en 2025, conforme más empresas optimicen sus plataformas digitales y mejoren su oferta de servicios.

En 2024, el comercio electrónico se ha mantenido como una opción preferida para muchos consumidores, y se espera que siga creciendo en 2025, conforme más empresas optimicen sus plataformas digitales y mejoren su oferta de servicios.



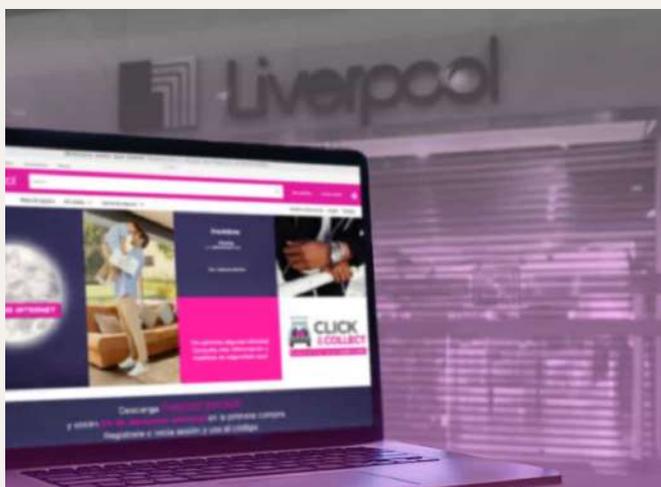


02 Cambios en el comportamiento del consumidor



A medida que los consumidores mexicanos se sienten cada vez más cómodos con la compra en línea, sus expectativas han evolucionado. Ya no se trata solo de buscar productos al mejor precio; los consumidores ahora buscan una experiencia de compra conveniente, rápida y segura. Este cambio de comportamiento ha impulsado categorías de productos como alimentos, productos para el hogar y cuidado personal, que antes eran menos populares en el ámbito online. Los consumidores ahora valoran la posibilidad de recibir sus compras en el mismo día o al día siguiente, y están dispuestos a pagar un poco más por servicios de entrega rápida o premium. Este cambio de paradigma obliga a las empresas a ser más ágiles y a enfocarse en la satisfacción del cliente para mantenerse competitivas en un mercado que está en constante evolución.

Aunque gigantes internacionales como Amazon y Mercado Libre continúan dominando el mercado mexicano, las plataformas locales de comercio electrónico están encontrando su propio nicho al ofrecer soluciones personalizadas para el consumidor mexicano. Estas plataformas han desarrollado estrategias que responden mejor a las necesidades y preferencias culturales locales, como métodos de pago alternativos y opciones de entrega flexibles. Empresas como Claro Shop y Coppel han ampliado significativamente su participación en el mercado, ofreciendo experiencias de compra que se alinean más con la realidad económica y social de México. Este auge de plataformas locales no solo aumenta la competencia, sino que también impulsa la innovación en el sector, al obligar a las empresas a mejorar constantemente sus servicios.



03

Auge de las plataformas de comercio electrónico locales



ACELERA EL CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO CON FINANCIAMIENTO



Conviértete en nuestro cliente
y alcanza un nuevo nivel de éxito



-Financiamiento inmediato a tu medida



-Transparencia y confiabilidad

Contáctanos



Escríbenos



(55) 9149 - 0903



portafoliodenegocios.com.mx

*Sujeto a que se cumplan con los requisitos para el otorgamiento del Crédito y que se cuente con la autorización y aprobación por parte del Comité de Crédito de Portafolio de Negocios S.A. de C.V. SOFOM ER. Plazos aplicables una vez recibida la documentación completa. Recibir la documentación solicitada no implica la autorización del Crédito. En caso de que sea necesario se podrá requerir mayor información para confirmar los datos presentados por el cliente para aprobar el Crédito. Cuida tu capacidad de pago, generalmente no debe de exceder el 35% de tus ingresos periódicos. Créditos en moneda nacional (MXN).

La logística ha emergido como un factor clave en el éxito del comercio electrónico. Para muchos consumidores, la rapidez y la eficiencia en la entrega son factores decisivos al elegir dónde comprar. Esto ha llevado a que empresas de comercio electrónico inviertan fuertemente en mejorar la logística, particularmente en lo que respecta a la entrega de última milla, es decir, el proceso de llevar el producto desde el almacén hasta la puerta del cliente. En México, donde las infraestructuras de transporte y distribución aún enfrentan desafíos, las empresas que han logrado optimizar estos procesos han ganado una ventaja competitiva significativa. Además, la implementación de tecnologías como drones y vehículos autónomos para entregas rápidas ya está en fase de prueba, prometiendo aún más avances en los próximos años.

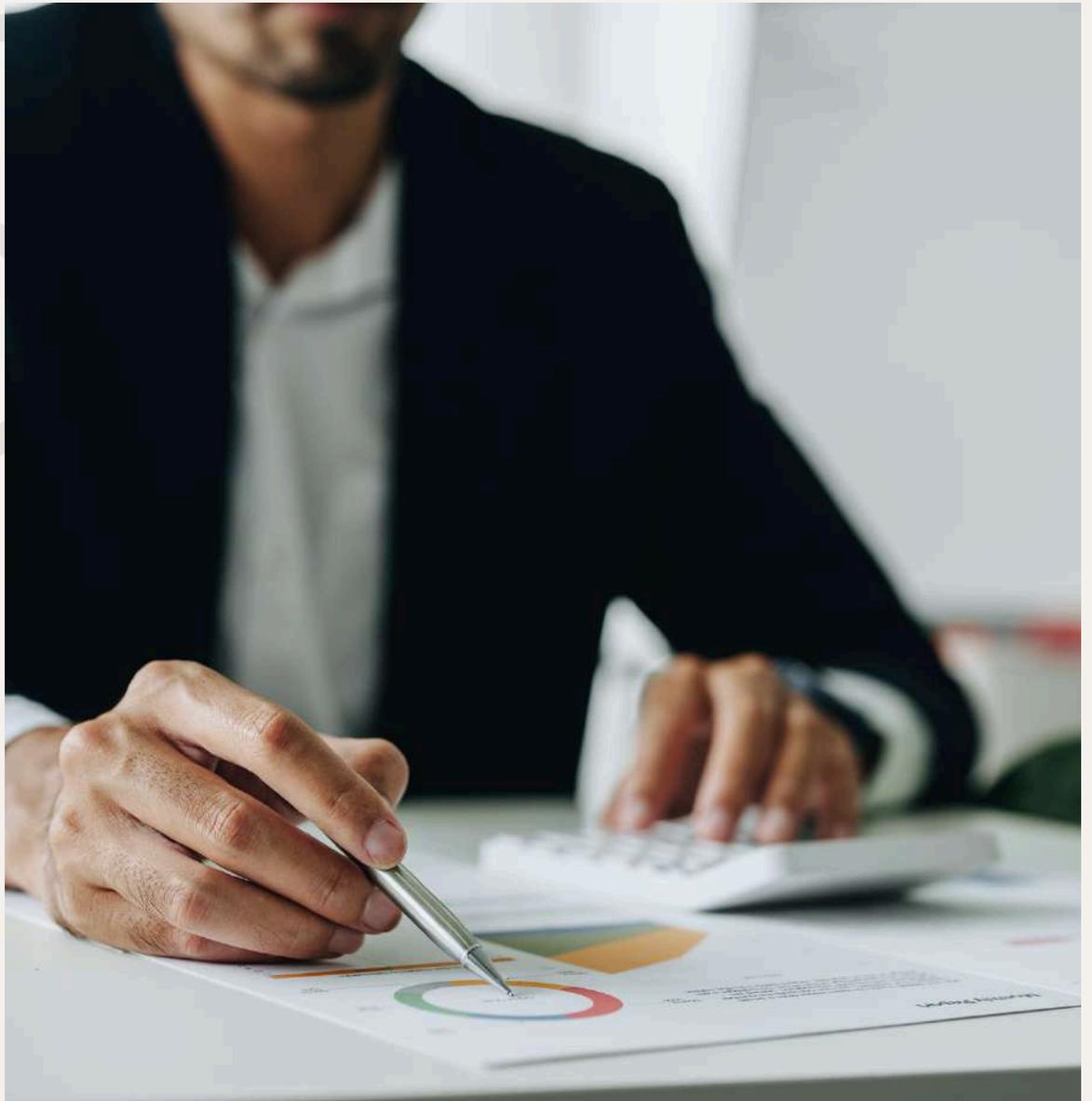
04

El papel crucial de la logística

05

Nuevas regulaciones fiscales y de comercio

El crecimiento del comercio electrónico en México ha ido acompañado de un incremento en la regulación fiscal. En 2024, nuevas normativas fiscales fueron implementadas para garantizar que las empresas en línea cumplan con sus obligaciones tributarias, lo que ha obligado a muchas a reevaluar sus modelos de negocio. Estas regulaciones buscan aumentar la recaudación fiscal en un sector que ha crecido exponencialmente, pero también han generado desafíos para las pequeñas y medianas empresas que ahora deben enfrentarse a costos adicionales y mayor burocracia. En este contexto, es esencial que las empresas de comercio electrónico se adapten rápidamente a los cambios regulatorios y se mantengan al día con las nuevas normativas para operar de manera eficiente y legal.



06

Aumento del uso de dispositivos móviles



El aumento del uso de dispositivos móviles para compras en línea ha sido una de las tendencias más destacadas de los últimos años, y 2024 no ha sido la excepción. En México, donde la penetración de smartphones ha alcanzado niveles muy altos, las compras a través de dispositivos móviles representan una porción cada vez mayor del comercio electrónico total.

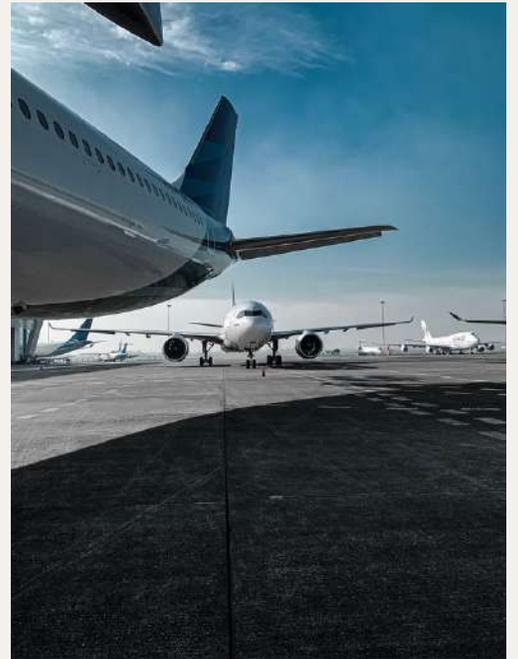
Esto ha llevado a las empresas a priorizar la optimización de sus plataformas para dispositivos móviles, mejorando la experiencia del usuario con interfaces más intuitivas y tiempos de carga más rápidos. A medida que más consumidores realizan compras desde sus teléfonos, se espera que esta tendencia continúe, impulsada por el crecimiento del acceso a internet móvil y la mejora de las tecnologías de pagos móviles.

07

Métodos de pago digitales

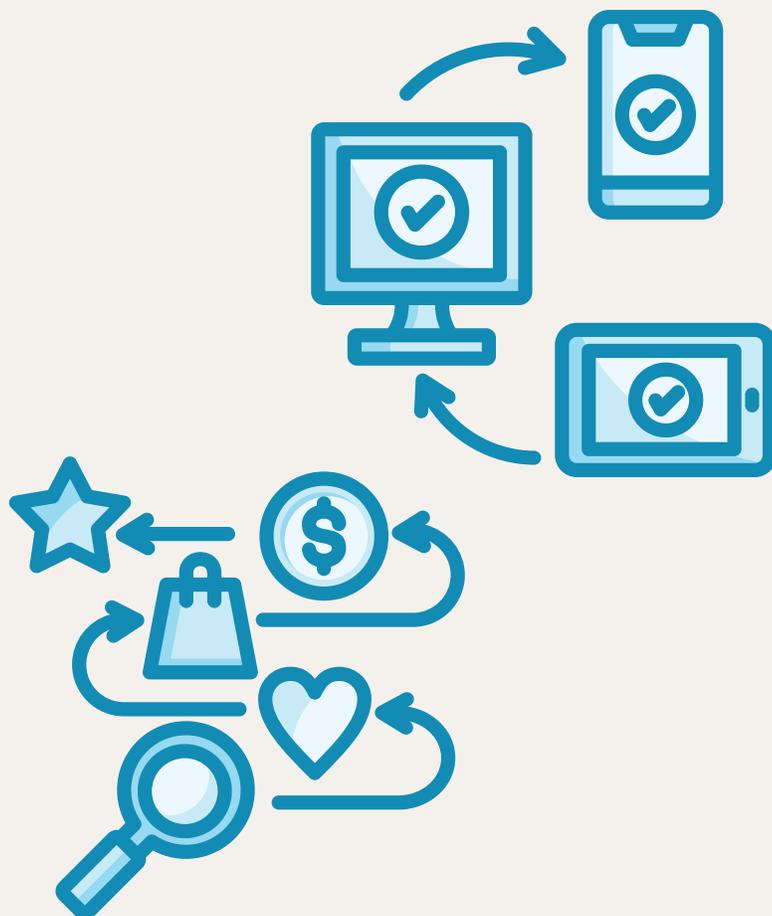


En línea con el aumento del uso de dispositivos móviles, también ha crecido la adopción de métodos de pago digitales, como wallets electrónicas y plataformas de pago instantáneo. En 2024, el uso de estas opciones se ha consolidado como una de las preferencias principales para los consumidores, gracias a su comodidad y seguridad. Los métodos de pago digitales permiten a los usuarios realizar compras sin necesidad de introducir los datos de su tarjeta en cada transacción, lo que no solo ahorra tiempo, sino que también reduce el riesgo de fraude. Esta tendencia ha obligado a las empresas a integrar soluciones de pago más diversificadas, lo que ha abierto nuevas oportunidades para las fintechs y otros proveedores de servicios financieros que buscan capitalizar el auge del comercio electrónico.



08 Omnicanalidad

La integración de canales de venta físicos y digitales, conocida como omnicanalidad, se ha convertido en una de las estrategias más efectivas para aumentar las ventas y mejorar la experiencia del cliente. En 2024, las empresas que han implementado una estrategia omnicanal han observado un aumento en la fidelización de los clientes, así como un incremento en sus ingresos. Esta estrategia permite a los consumidores alternar sin problemas entre los diferentes puntos de contacto de una marca, como su tienda física, su sitio web y su aplicación móvil, obteniendo una experiencia de compra consistente en todos los canales. La omnicanalidad también ha permitido a las empresas recolectar más datos sobre el comportamiento del consumidor, lo que les ha ayudado a personalizar sus ofertas y mejorar la experiencia del cliente.



09 Sostenibilidad y responsabilidad social

Los consumidores están cada vez más conscientes de la sostenibilidad y la responsabilidad social de las empresas con las que interactúan. En 2024, esta tendencia ha alcanzado el comercio electrónico, donde los consumidores exigen mayor transparencia sobre el origen de los productos, las condiciones laborales y el impacto ambiental de sus compras. Esta demanda ha llevado a muchas empresas a adoptar prácticas más sostenibles, como el uso de empaques reciclables y la compensación de las emisiones de carbono generadas por el envío de productos. Las empresas que han logrado integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio no solo han mejorado su reputación, sino que también han experimentado un aumento en la lealtad de sus clientes.

ECO
FRIENDLY



BRINDA LA MEJOR EXPERIENCIA A TU CLIENTE



CONTRATA TU Conmutador Virtual

DESDE \$319 MXN AL MES*

* APLICAN TÉRMINOS Y CONDICIONES, CONSULTE WEBSITE

HAZ Y RECIBE LLAMADAS DESDE TU OFICINA, HOME OFFICE Y CELULAR

RECEPCIONISTA VIRTUAL Y MÁS DE 40 FUNCIONES AVANZADAS

SIN INVERSIÓN EN EQUIPO NI GASTOS DE MANTENIMIENTO

PORTABILIDAD DE TUS NÚMEROS ACTUALES

DESDE 1 HASTA MILES DE EXTENSIONES

PLANES CON LLAMADAS ILIMITADAS

PARA MÁS INFORMACIÓN PULSE O ESCANEE



net2phone

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

55-5454-3531

VENTAS@ISSAMX.COM

Perspectivas para 2025

10

De cara a 2025, se espera que el comercio electrónico siga creciendo en México, impulsado por la expansión del acceso a internet, el aumento de la penetración de dispositivos móviles y la mejora en las plataformas de pago digital. Sin embargo, el éxito futuro de las empresas de comercio electrónico dependerá en gran medida de su capacidad para personalizar la experiencia de compra y ofrecer un servicio al cliente excepcional. Las empresas que adopten tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el big data, para mejorar la personalización y la eficiencia operativa, serán las que mejor posicionadas estarán para capitalizar el crecimiento del comercio electrónico en los próximos años.



Y finalmente,

Los 10 hábitos de los compradores y usuarios de internet en México que serán clave para tener éxito en comercio electrónico durante 2025

1. Conectividad constante y móvil:

La mayoría de los usuarios de internet en México se conecta diariamente durante 9 horas o más, con un alto porcentaje utilizando tanto WiFi como redes móviles (3G, 4G, y 5G). Este acceso constante permite a los consumidores realizar compras en cualquier momento y lugar, lo que obliga a las empresas de comercio electrónico a optimizar sus plataformas para dispositivos móviles y garantizar que estén siempre disponibles para las necesidades de los usuarios.

2. Aumento de la seguridad digital:

La seguridad en línea es una preocupación principal para los compradores en internet, con el 82% de los usuarios preocupados por el robo de datos personales y el 67% por el fraude. Las empresas de comercio electrónico deberán implementar y comunicar de manera efectiva medidas de seguridad robustas para proteger los datos personales y financieros de los usuarios y fomentar la confianza en las transacciones en línea.

3. Preferencia por las aplicaciones de mensajería instantánea:

En 2024, el 88% de los usuarios mexicanos utilizan aplicaciones de mensajería instantánea como principal actividad en línea. Integrar servicios de atención al cliente a través de estas aplicaciones (como WhatsApp o Facebook Messenger) será crucial para las empresas de comercio electrónico, ya que les permitirá estar en contacto directo y rápido con sus clientes, mejorando la experiencia de usuario y aumentando la satisfacción.

4. Mayor adopción de métodos de pago digitales:

Los métodos de pago digitales, como wallets y plataformas de pago instantáneo, han ganado popularidad. Para 2025, las empresas de comercio electrónico deberán seguir facilitando la adopción de estas opciones, ofreciendo soluciones de pago rápidas, seguras y accesibles, que eliminen fricciones en el proceso de compra.

5. Compras en redes sociales: El uso de redes sociales para comprar productos ha incrementado, con un 37% de los usuarios realizando compras a través de estas plataformas. Para capitalizar este hábito, las empresas deben fortalecer su presencia en redes sociales con estrategias de social commerce, donde los productos estén disponibles directamente para la compra en estas plataformas.



En 2023, el valor de mercado de las ventas online retail en México alcanzó 683.58 mil millones de pesos.

*Estimación AMVO a través de fuentes directas y secundarias.

6. Preferencia por el contacto social y el entretenimiento en línea:

Aunque los usuarios buscan entretenimiento y contacto social en plataformas digitales, también recurren a ellas para acceder a información y realizar compras. Las empresas deberán integrar contenidos de entretenimiento y sociales dentro de sus estrategias de marketing para captar la atención de los usuarios en su entorno digital preferido.

7. Auge de la personalización y experiencia del usuario:

Los usuarios valoran experiencias de compra personalizadas y sin fricciones. Para 2025, las empresas que ofrezcan interfaces adaptativas, recomendaciones personalizadas basadas en hábitos de compra y atención al cliente proactiva tendrán una ventaja competitiva significativa en el mercado.

8. Interés en publicidad relevante:

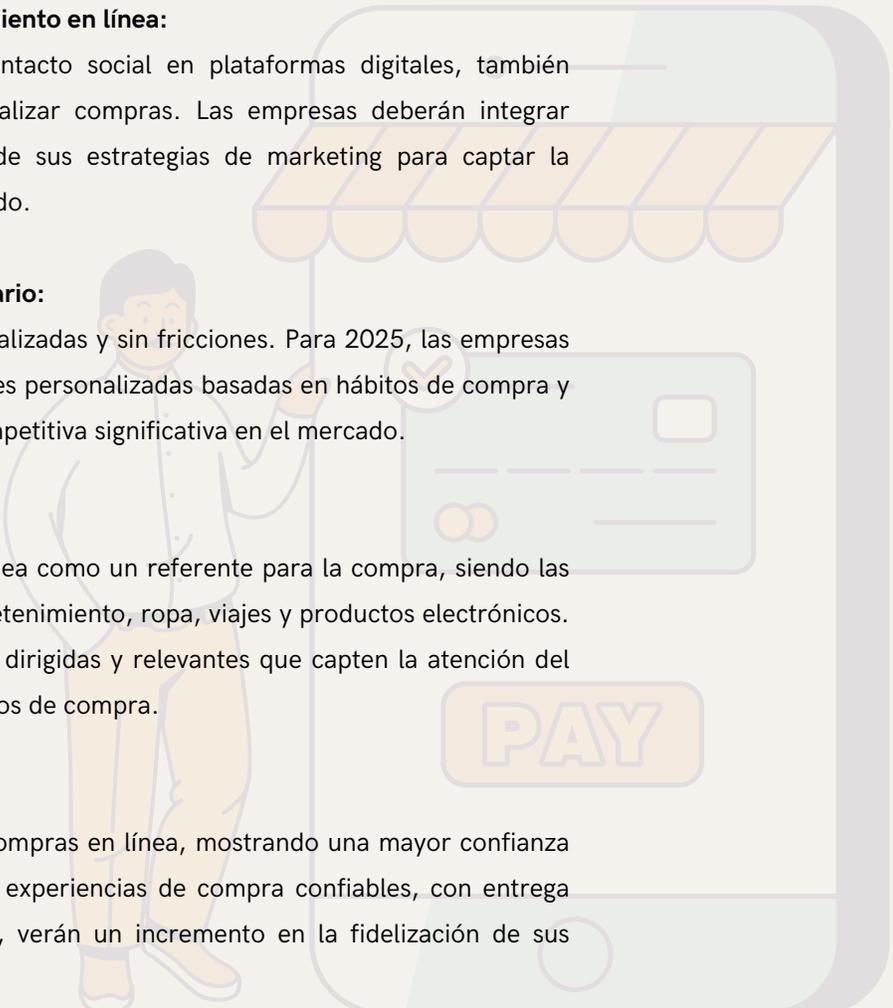
El 64% de los usuarios confía en la publicidad en línea como un referente para la compra, siendo las categorías más influyentes las relacionadas con entretenimiento, ropa, viajes y productos electrónicos. Las empresas deben diseñar campañas publicitarias dirigidas y relevantes que capten la atención del usuario en función de sus intereses y comportamientos de compra.

9. Creciente confianza en el comercio electrónico:

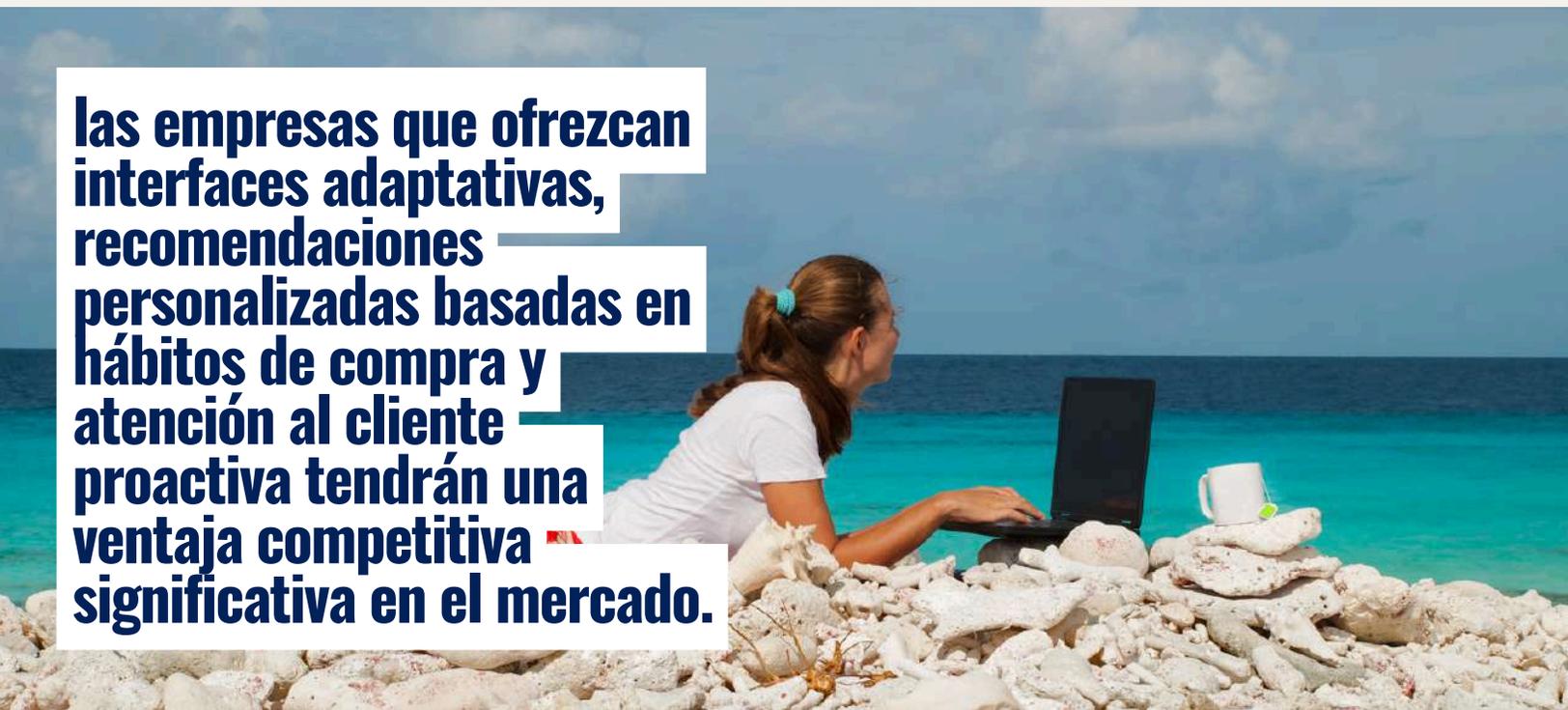
El 94% de los usuarios encuestados han realizado compras en línea, mostrando una mayor confianza en este medio. Las empresas que sigan ofreciendo experiencias de compra confiables, con entrega rápida y eficiente, y políticas de devolución claras, verán un incremento en la fidelización de sus clientes.

10. Adopción de la inteligencia artificial (IA):

Un 74% de los usuarios mexicanos considera que la inteligencia artificial puede mejorar la toma de decisiones y optimizar su experiencia de compra. Las empresas que incorporen IA para mejorar la personalización, automatización de procesos y análisis predictivos de comportamiento de compra, estarán mejor posicionadas para atraer y retener a los clientes en 2025.



las empresas que ofrezcan interfaces adaptativas, recomendaciones personalizadas basadas en hábitos de compra y atención al cliente proactiva tendrán una ventaja competitiva significativa en el mercado.





VILLASEÑOR & BAÑOS
EL MEJOR AVALÚO PARA TU PATRIMONIO

CONOZCA EL VALOR DE SU NEGOCIO

- Valuación de:
- Intangibles.
- Negocios en Marcha.
- Activos.

Contacte con
Nosotros Ahora

SCAN ME



NUESTRA PÁGINA

viba.com.mx



Gracias

Bibliografía:

1. Asociación de Internet MX, Knowsy AI, & CDETECH. (2024). *20° Estudio sobre los Hábitos de Usuarios de Internet en México 2024*. Asociación de Internet MX. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx>
2. GFKs. (2024). *Media Kit - Estudio de Venta Online 2024*. Disponible en GFK.com

**EL BOLETÍN
ESPECIALIZADO MÁS
LEÍDO EN MÉXICO SOBRE
ECONOMÍA**



Más de 35 años
ofreciendo pronósticos y
recomendaciones de las
principales variables
económicas y financieras:

**TIPO DE CAMBIO
EURO
PIB
INFLACIÓN
CETES
IPYC**



**¿En qué y
cómo invertir?**

**Las mejores señales,
cada semana**

Carlos López Jones
Editor en Jefe

**SOLICITE
UNA
MUESTRA
GRATIS**
DE NUESTRO BOLETÍN SIN COMPROMISO

 tendencias.com.mx

