



AMIPCI

Asociación Mexicana de Internet

Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico en México 2006

D.R.© ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET, 2006 (AMIPCI). PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL SIN AUTORIZACIÓN PREVIA, EXPRESA Y POR ESCRITO DE SU TITULAR.

El Segundo Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico en México 2006, fue realizado a través de un cuestionario propuesto por la AMIPCI, el cual Select distribuyó de manera electrónica a los participantes del estudio.

22 empresas participaron, proporcionando información relevante, misma que fue sujeta a un proceso de análisis y consolidación para presentar los datos más relevantes en este Estudio.

Las cifras generales de Comercio Electrónico para el 2005 son resultado del análisis de ésta información y sus tendencias.

Empresas participantes en la muestra

- Aeroméxico
- Cinemex
- Cinepolis
- Click_Hoteles
- Decompras
- Despegar
- El Sotano
- Elektra
- Esmas
- Gandhi
- Hotels
- Interjet
- Marke
- Mercado_libre
- Mexicana
- PalaciodeHierro
- Posadas
- Sony
- Ticketmaster
- United_Airlines
- Viajamos
- Volaris

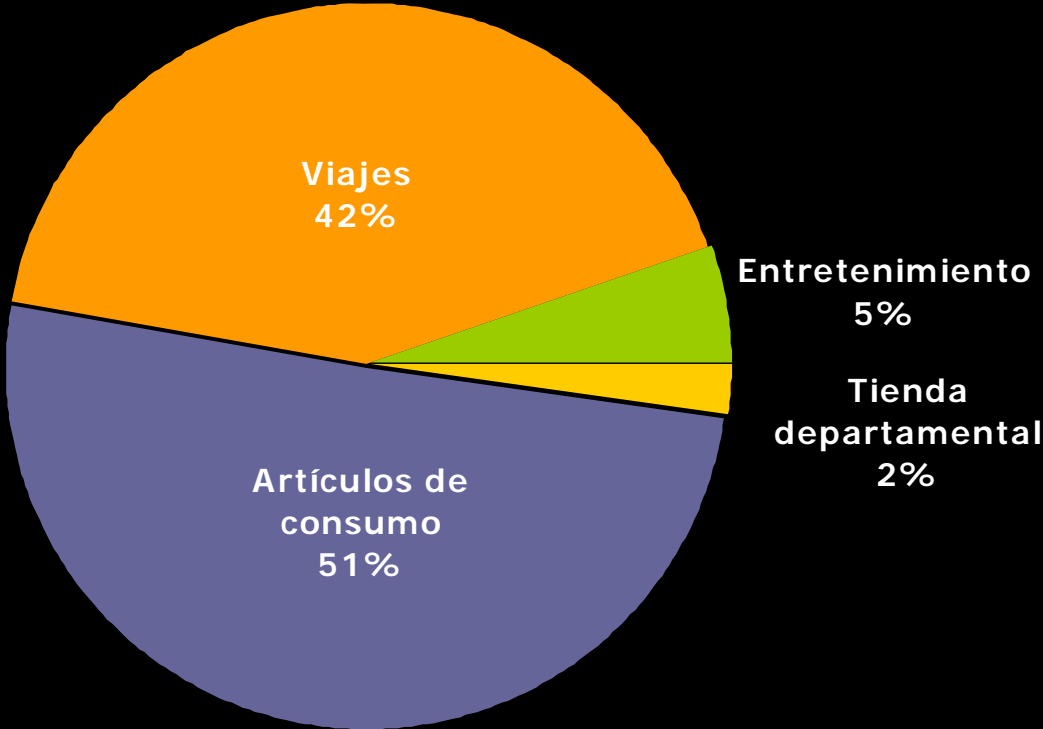
**Importe de ventas de comercio electrónico 2005:
\$3,792 millones de Pesos**

Crecimiento anual: 59%

50% de las ventas se generan en la categoría de artículos de consumo



Ventas vía internet por segmento



Total de ventas B2C, 2005 = \$3,792 millones de pesos

Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"



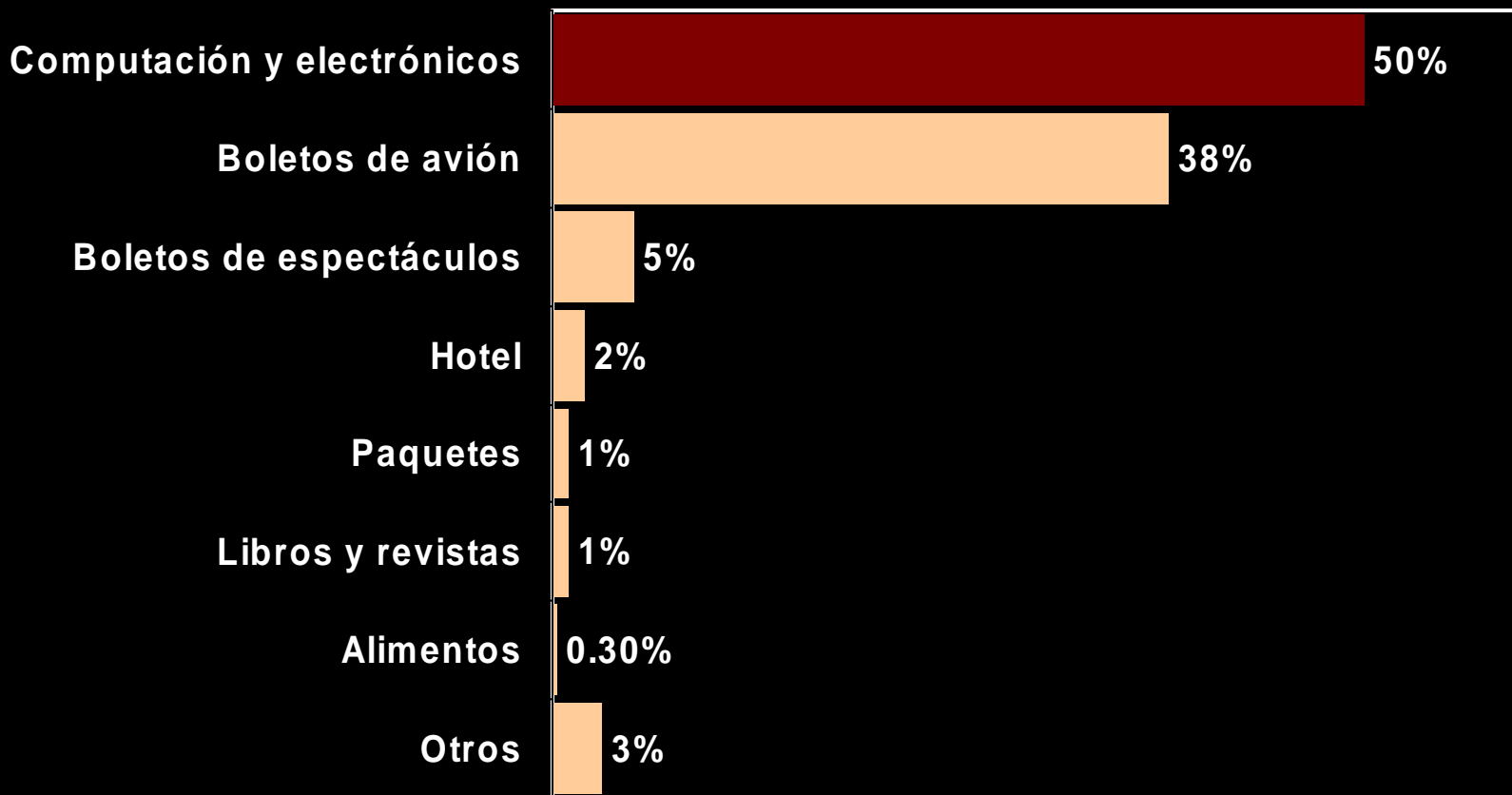
Las ventas en la categoría de artículos de consumo fueron de \$1,912 millones de pesos



Computación y electrónicos es la categoría más vendida

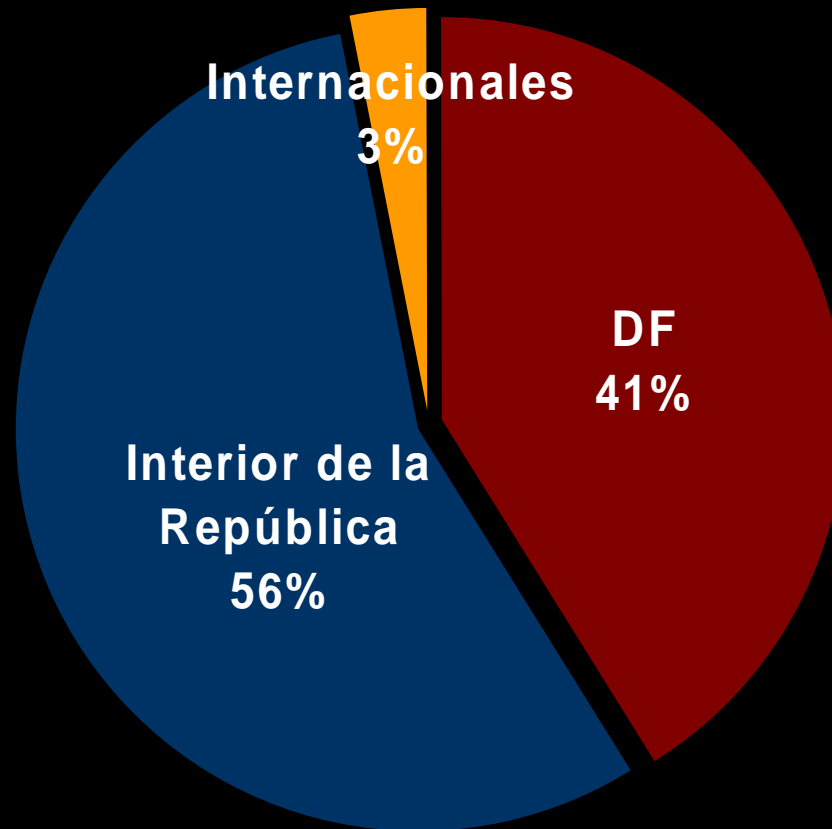


Ventas por segmento (monto en miles de pesos)



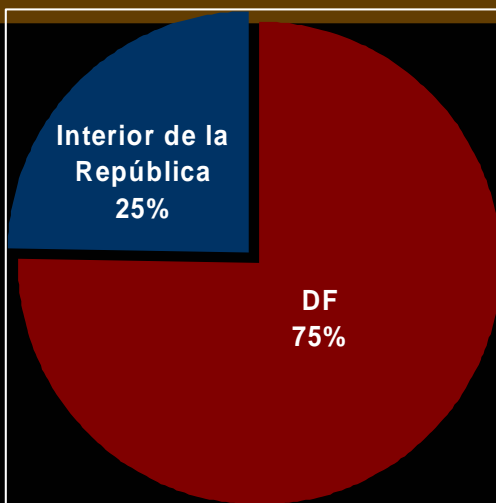
56% de las ventas se dan en el Interior de la República

Distribución geográfica de las ventas en internet

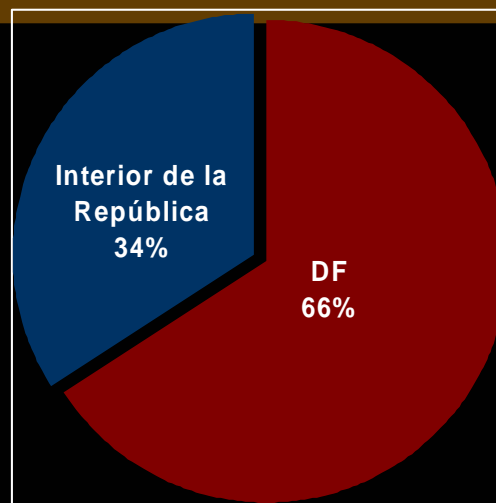


Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"

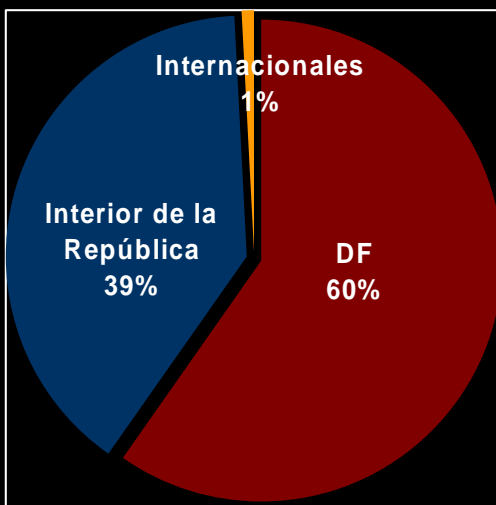
5% de las ventas de viajes se realizan fuera del país



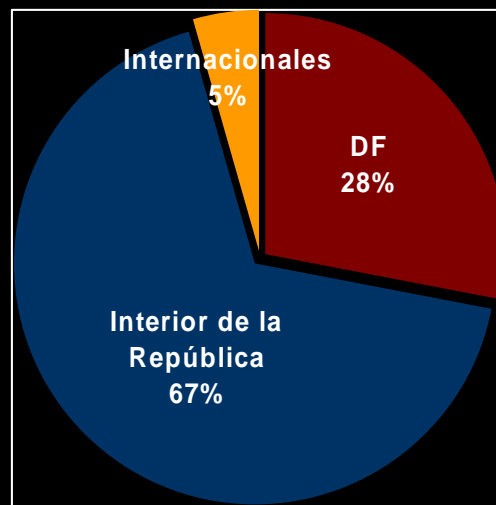
Entretimiento



Tienda departamental

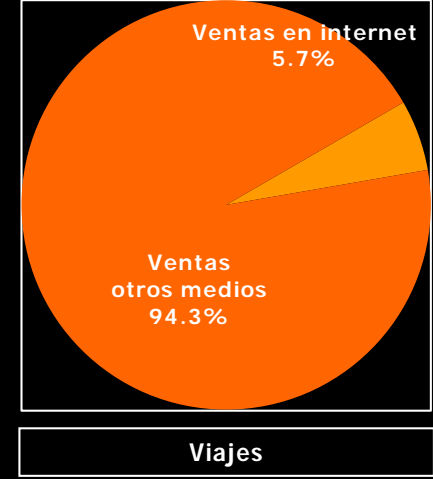
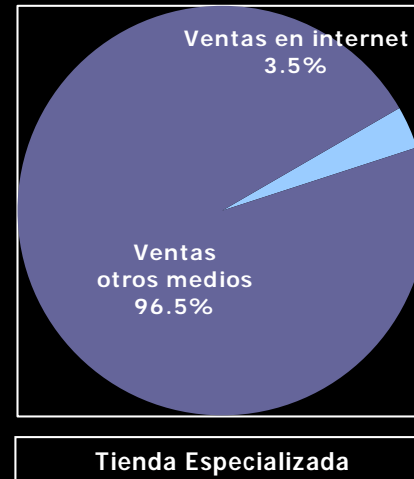
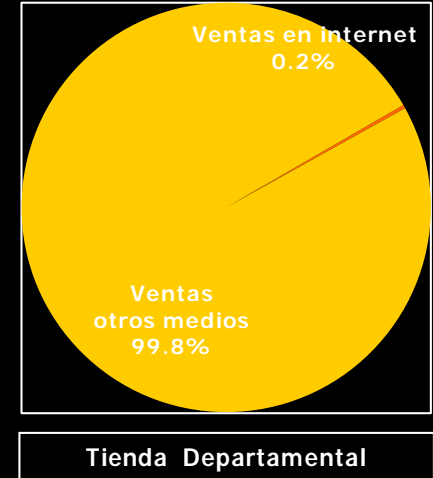
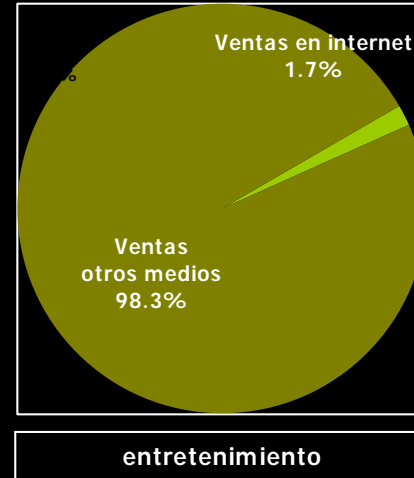
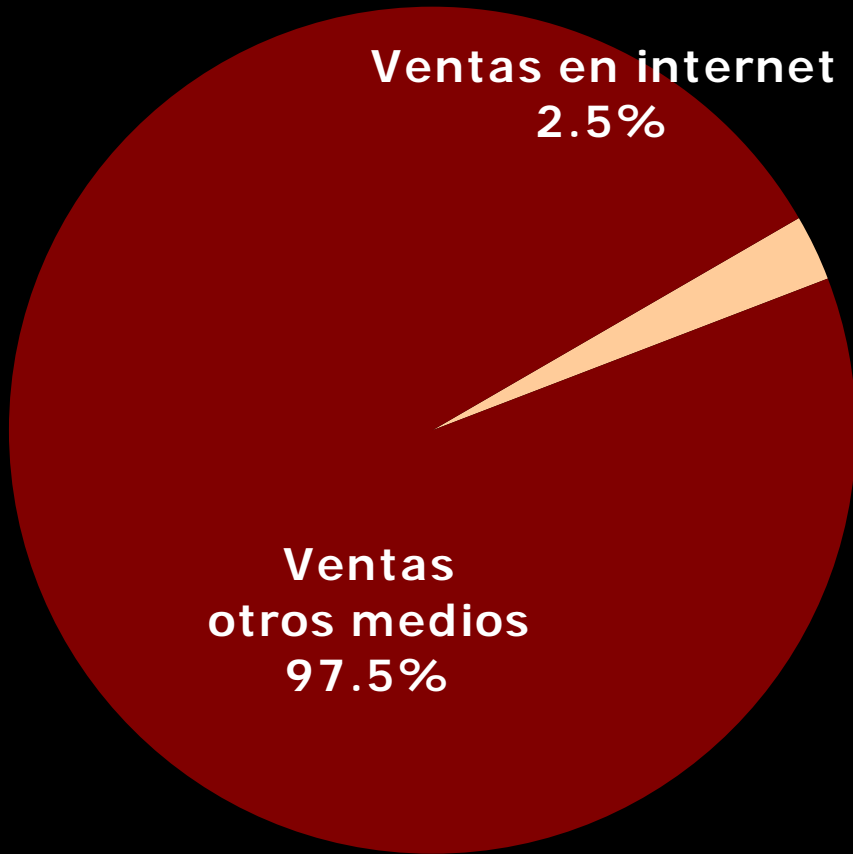


Tienda especializada



Viajes

2.5% de las ventas de las empresas se realizan vía internet

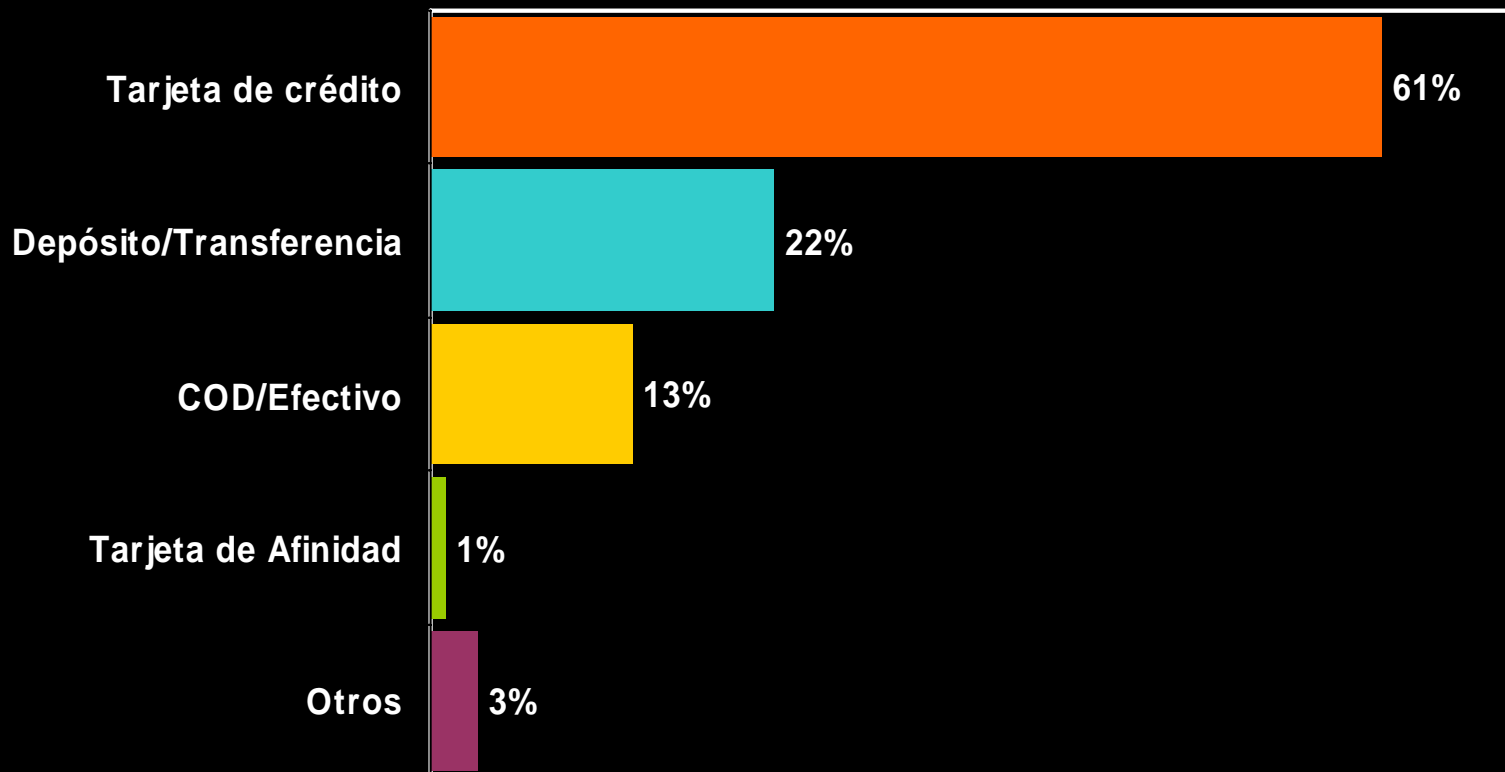


El % de ventas en internet (general y para cada segmento) es un promedio ponderado

Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"

61% de las transacciones se realizan con tarjeta de crédito

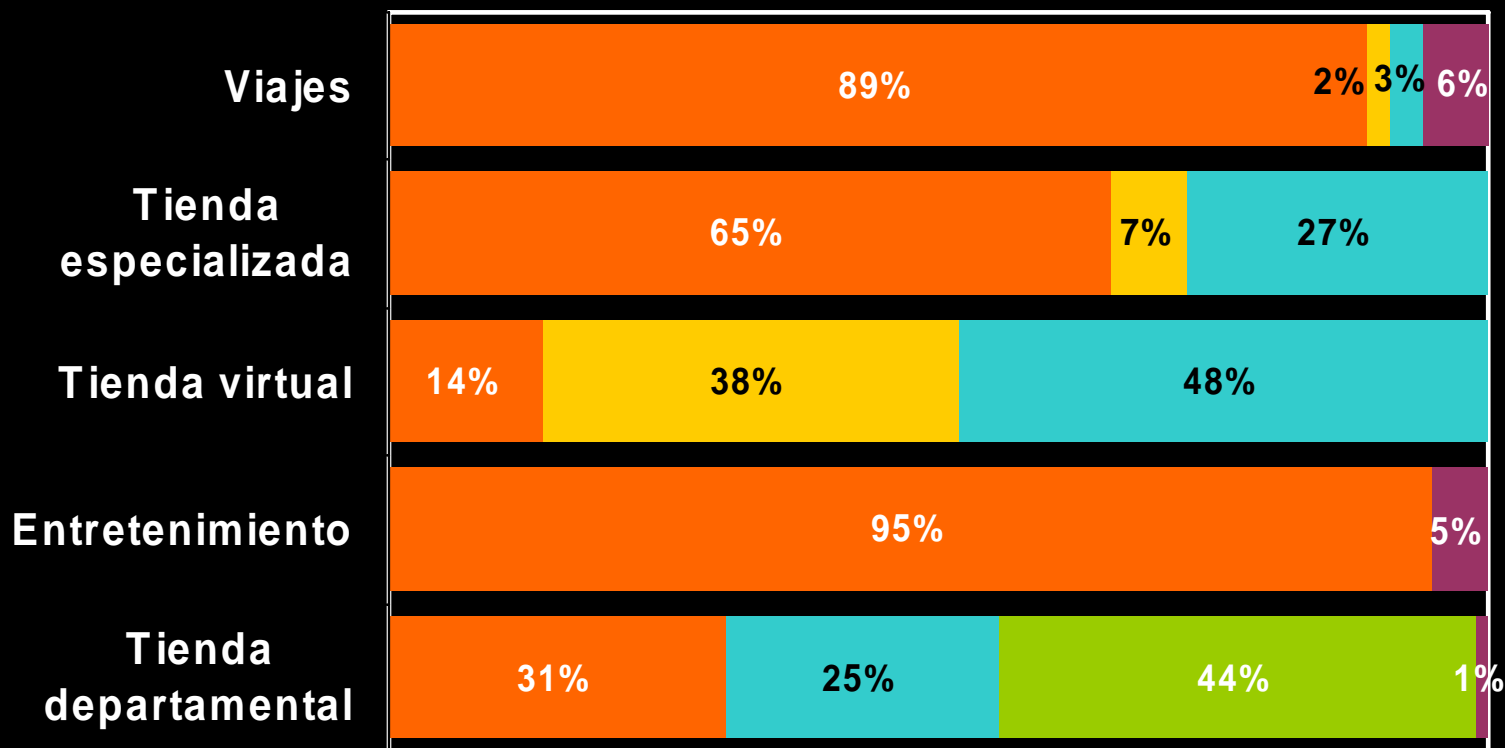
Participación de los medios de pago



89% de las compras de viajes se realizan con tarjeta de crédito



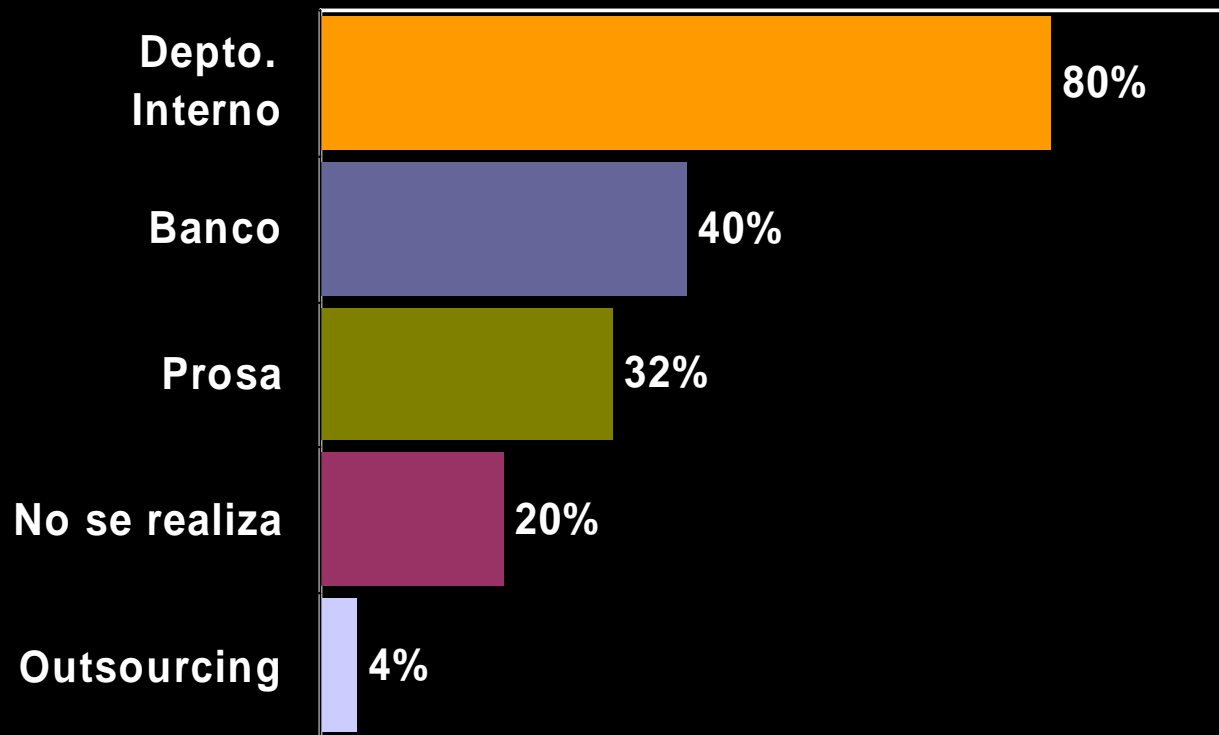
Medios de pago por segmento



■ Tarjeta de crédito/débito ■ COD/Efectivo ■ Depósito/transferencia ■ Tarjeta de Afinidad ■ Otros

Los deptos. Internos de las empresas; principales responsables de verificar la información del cliente

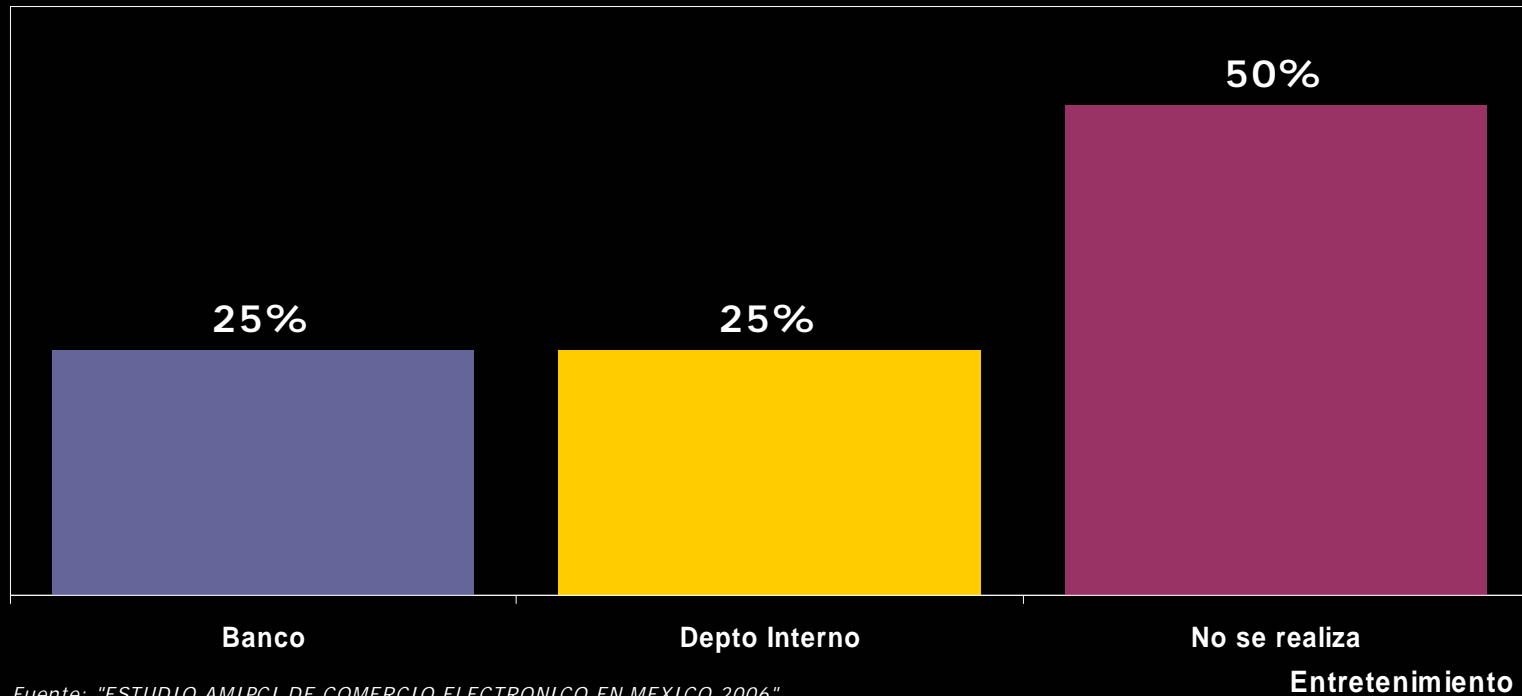
Área responsable de verificar la información del cliente



En el 50% de los casos, no se verifica la información del cliente en el segmento de entretenimiento

Entretenimiento

Área responsable de verificar la información proporcionada por el cliente

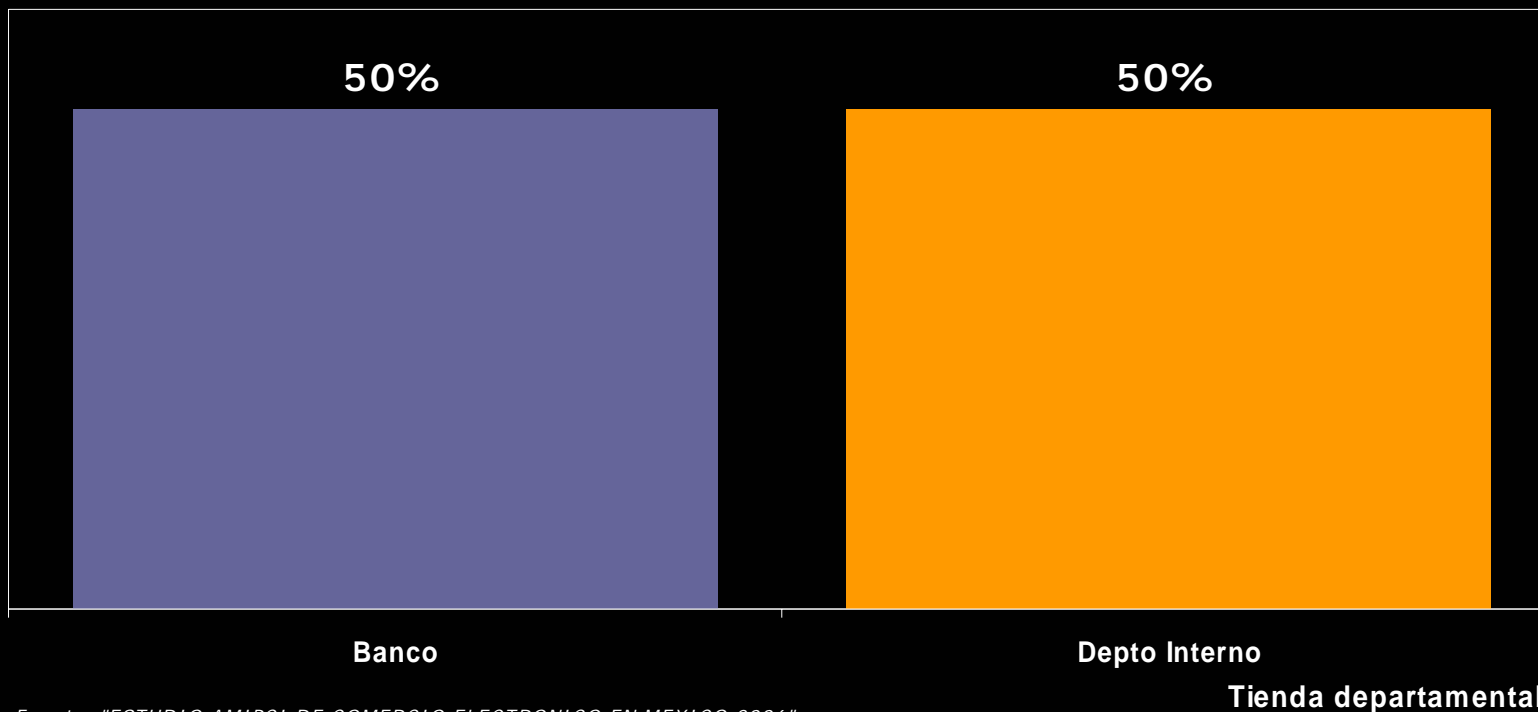


Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"

Sólo 2 áreas verifican la información en el segmento de tienda departamental

Tienda departamental

Área responsable de verificar la información proporcionada por el cliente

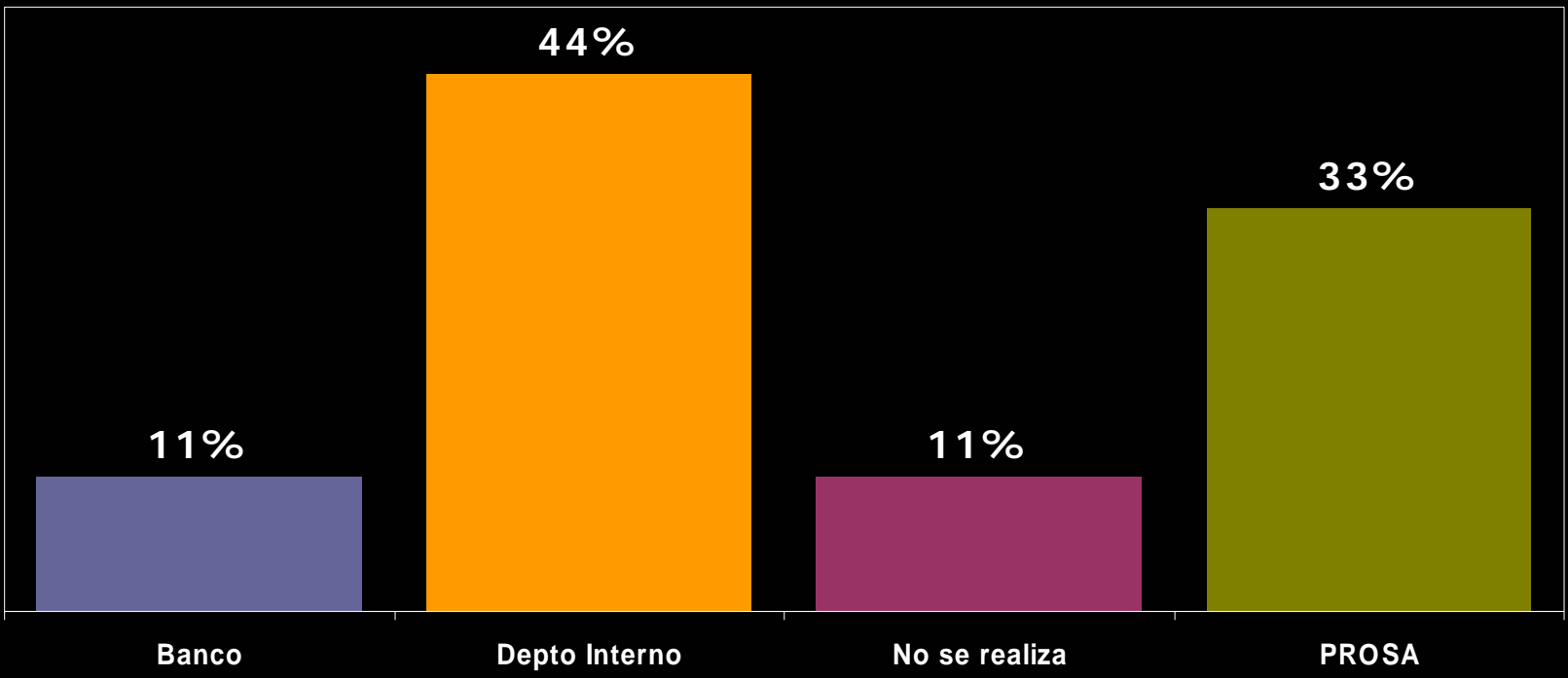


Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"

El departamento interno y PROSA verifican la información en el segmento de tienda especializada



Tienda especializada
Área responsable de verificar la información proporcionada por el cliente



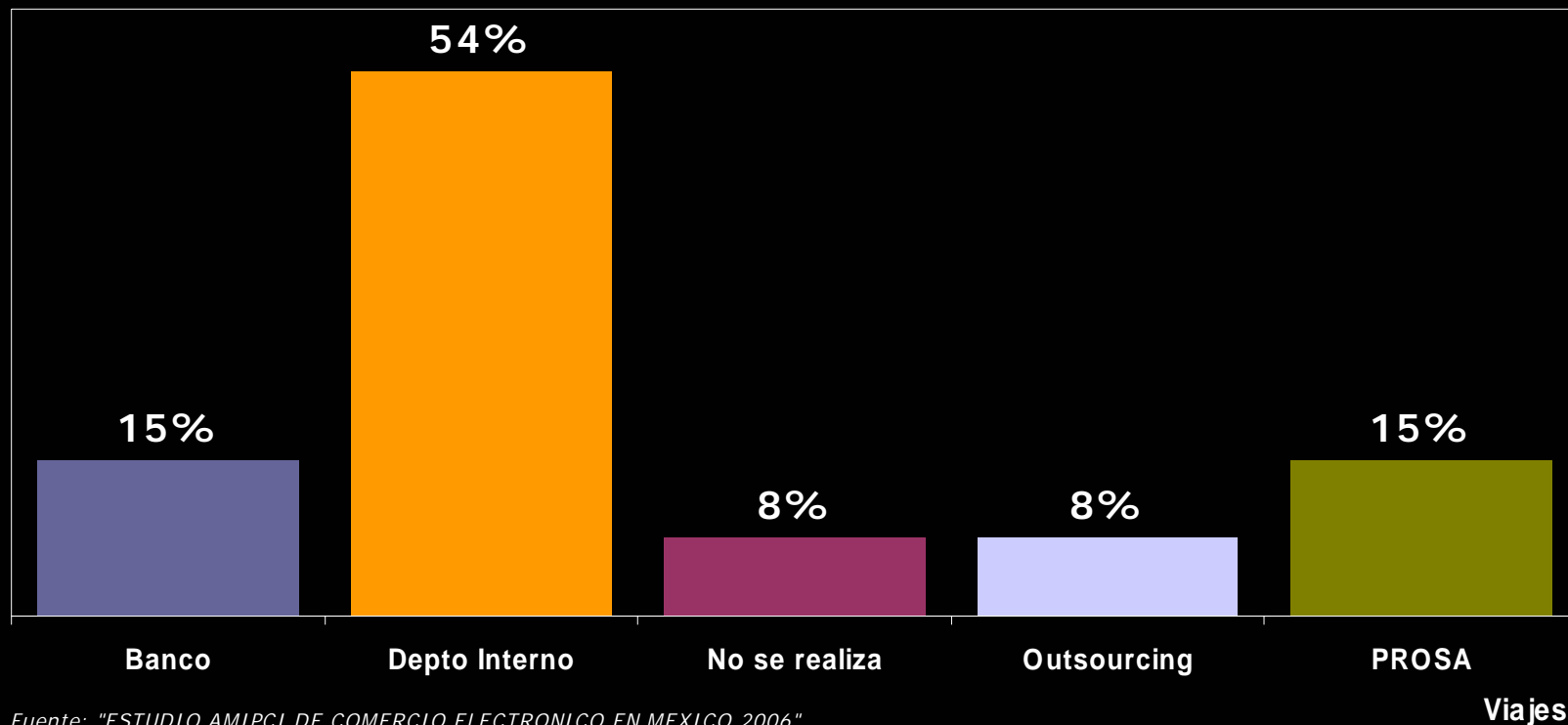
Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"



El departamento interno verifica la información del cliente en el segmento de viajes

Viajes

Área responsable de verificar la información proporcionada por el cliente



Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"

Viajes: el segmento con mayor rentabilidad por unidad vendida y por usuario único



Fuente: "ESTUDIO AMIPCI DE COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO 2006"



VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, AMIPCI 2006

D.R. © ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET, 2006 (AMIPCI). PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL SIN AUTORIZACIÓN PREVIA, EXPRESA Y POR ESCRITO DE SU TITULAR.

Mayores Informes:
www.amipci.org.mx
info@amipci.org.mx
5559-8322

***Las marcas que aparecen son propiedad de sus respectivos titulares**