

Modaes

Entorno

El ecommerce se enfrenta a la venta directa: el sector duplicará sus ventas en México hasta 2021

Mientras las ventas en la Red aumentarán considerablemente, la facturación del modelo de negocio puerta a puerta ascenderá solamente un 14,6%.

Modaes
19 jun 2017 - 00:00

El ecommerce se enfrenta a la venta directa: el sector duplicará sus ventas en México h

El ecommerce se posicionará como el rey de las ventas en México. De acuerdo con el estudio *Venta directa y comunidades en la era de Internet* de *Euromonitor*, el comercio electrónico crecerá un 159% en el país azteca hasta 2021.

El crecimiento se verá fortalecido debido a la disminución de las ventas directas en el país. Dicho segmento crecerá sólo un 14,6%. El ritmo de evolución de la facturación del negocio en México, es incluso mayor a las previsiones de toda la región latinoamericana, donde *Euromonitor* proyecta que el ecommerce crezca un 82,4%.

Por otro lado, las ventas directas sufrirán los estragos del posicionamiento de la Red. De acuerdo con el estudio, el canal en el que se apoyan compañías como **Natura** o **Avon** crecerá un 14,6% en los próximos cinco años ya, que los consumidores se decantaran por la facilidad y la seguridad que ofrecen, actualmente, las plataformas digitales.

Modaes

En el último año, las ventas por Internet alcanzaron los catorce millones de dólares en México

Las ventas directas fortalecerán su presencia aquellas zonas donde el ecommerce aún no tiene tanto peso en la facturación. De acuerdo al estudio, las ventas directas crecerán un 7% en Oriente Medio y África, en la región de Asia Pacífico el incremento será del 3%, mientras que en Latinoamérica alcanzará el 2,5%.

En el último año, la moda fue la categoría más vendida en México a través de plataformas digitales, con un total del 42% de participación de mercado. Le siguieron los artículos deportivos y la electrónica. Por su parte, la joyería y relojería representó un 18% del total del mercado.

Según datos de la Asociación Mexicana de Venta Online (Amvo) y de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), en el último año, las ventas online representaron un 20% de los ingresos de los principales retailers del país.

En el último año, el ecommerce representó en México un negocio de 260.000 millones de pesos mexicanos (catorce millones de dólares). Sin embargo, muchos compradores apuestan también por comprar en plataformas extranjeras por una mayor oferta y menores costos.