

DATATON 2024

Comercio Electrónico en Tiendas Especializadas



Agenda

- 1. Introducción y Justificación del Segmento Especializado**
- 2. Diagnóstico General del Uso de Tecnología en México**
- 3. Análisis de Hábitos de Consumo en Línea**
- 4. Análisis de Comportamiento en Línea**
- 5. Correlación entre Categorías**
- 6. Análisis de Inclusión Financiera**
- 7. Recomendaciones y Conclusiones**

Segmento elegido: Tiendas Especializadas

Las tiendas especializadas satisfacen demandas específicas e inmediatas no cubiertas por autoservicios o departamentales.

El consumidor de hoy busca experiencias adaptadas a sus necesidades; las tiendas especializadas se adaptan a la tendencia de personalización.

Por otro lado:

Las tiendas departamentales están sufriendo por el auge del e-commerce

Las tiendas de autoservicio tienen márgenes muy bajos



Bloomberg

Live TV Markets ▾ Economics Industries Tech Politics Businessweek Opinion More ▾

Markets

What Retail Apocalypse? Ask Some Department Stores, But Not All

- Nordstrom has found ways to evolve in changing retail market
- J.C. Penney, meanwhile, lacks the creative ideas needed to win

Diagnóstico general del uso de la tecnología en México



75.6%

de la población utiliza internet



97%

de los usuarios se conectan
vía smartphone



**Declive de PC'S de
escritorio**

Brecha geográfica

Ciudad de México, Baja California,
Nuevo León: Más de 80% de
hogares con acceso a internet.



Chiapas, Oaxaca: menos de la
mitad de hogares conectados.

Economía digital representa el 5.9%
del PIB en 2022.

Incremento del 40% en participación
desde 2018 (del 4.2% al 5.9%).



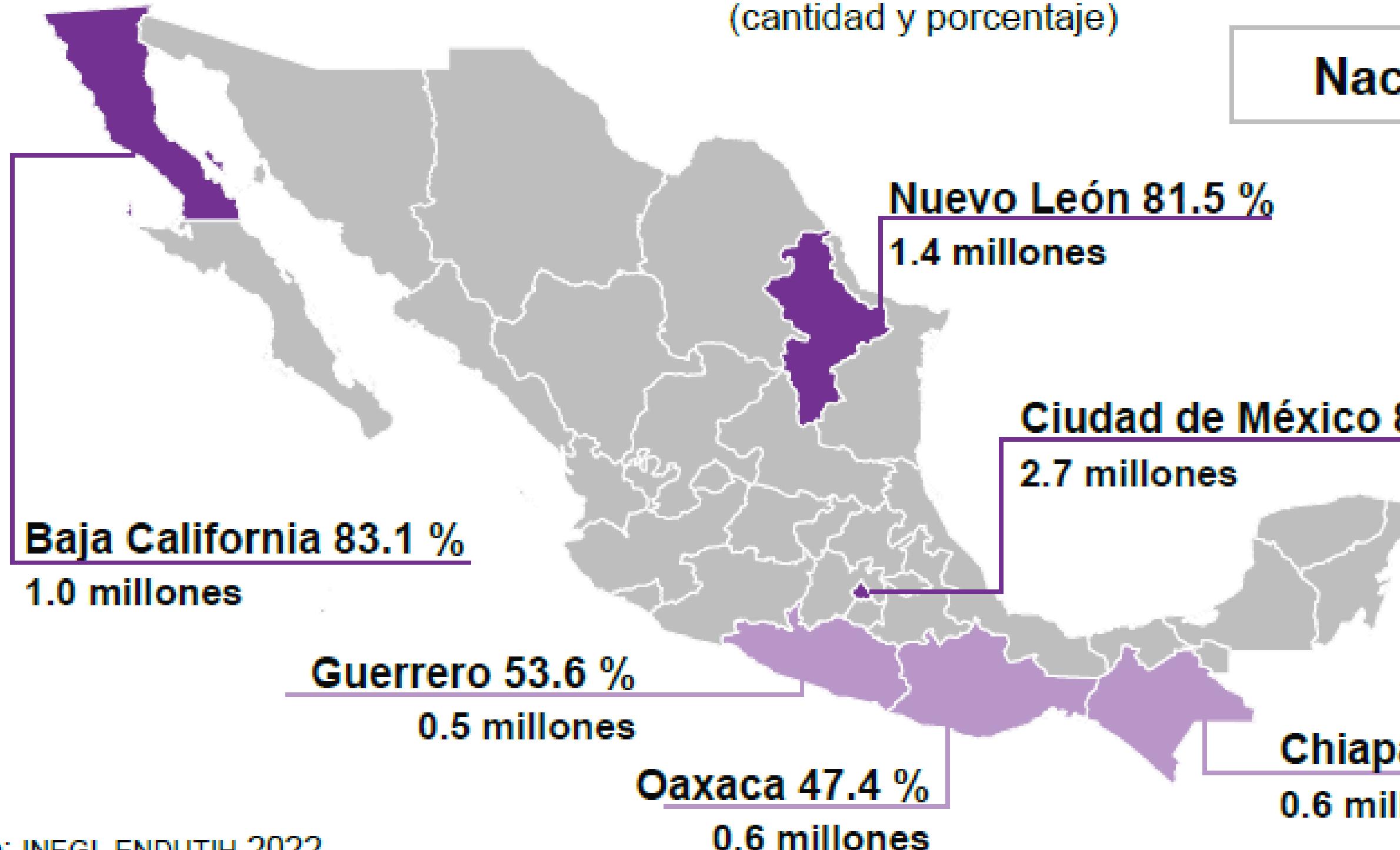
Ventas de laptops representan el 68%
del mercado de las computadoras

HOGARES CON INTERNET, POR ENTIDAD FEDERATIVA

2022

(cantidad y porcentaje)

Nacional 68.5 %



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2022.

Diagnóstico general del uso de la tecnología en México



El 52% de los usuarios de smartphone son mujeres



El rango de edad donde más se utilizan son de los 20 a los 39 años



La escolaridad más frecuente es primaria terminada



La mayoría de las personas se encuentra en un estrato socioeconómico medio - bajo



Los usos más populares son mensajería instantánea y redes sociales

Caso de estudio: Amazon

52 mil millones

De dólares de inversión desde 2015

Desafíos

Baja bancarización y preferencia por efectivo (30% de la población prefiere efectivo).

Soluciones

Pagos en efectivo en Oxxo y tiendas asociadas.

Expansión a 11 centros de envío y 27 estaciones de ent



Inclusión financiera

16,576

cuentas bancarias por cada

100,000

adultos

30%

de la población prefiere usar efectivo (McKinsey & Company)

37 -> 109

transacciones bancarias per cápita de 2018-2023

+50%

de los trabajadores están en el sector informal

Necesidad de opciones de pago flexibles.

PRODUCTOS PRINCIPALES COMPRADOS POR INTERNET, SEGÚN REPORTARON LAS PERSONAS USUARIAS

2022

(participación porcentual)

Artículos de uso e higiene personal¹



74.3

Artículos para el hogar



40.7

Alimentos y bebidas



37.0

Servicio de transporte por plataforma



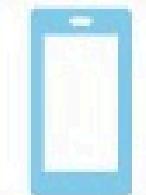
34.6

Reservaciones o boletos de viaje o entretenimiento²



30.6

Celulares o accesorios



29.3

Aparatos electrónicos



27.0

Artículos de salud



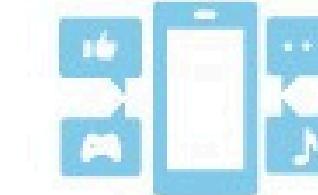
19.4

Libros



16.8

Programas y/o aplicaciones



16.5

¹ Incluye productos de higiene personal, belleza y cosméticos, y artículos de uso personal, ropa y accesorios.

² Incluye entradas o reservaciones de eventos de entretenimiento y/o productos de viaje.

Análisis de Comportamiento en Línea y Correlación entre Categorías

K-means clustering

Clúster 1

Categorías con demanda constante

Promociones continuas
Optimización SEO
Análisis de inventario

Clúster 2

Categorías con patrones únicos de búsqueda

Campañas estacionales
Anuncios dirigidos
Colaboraciones y anuncios de ofertas de regalos

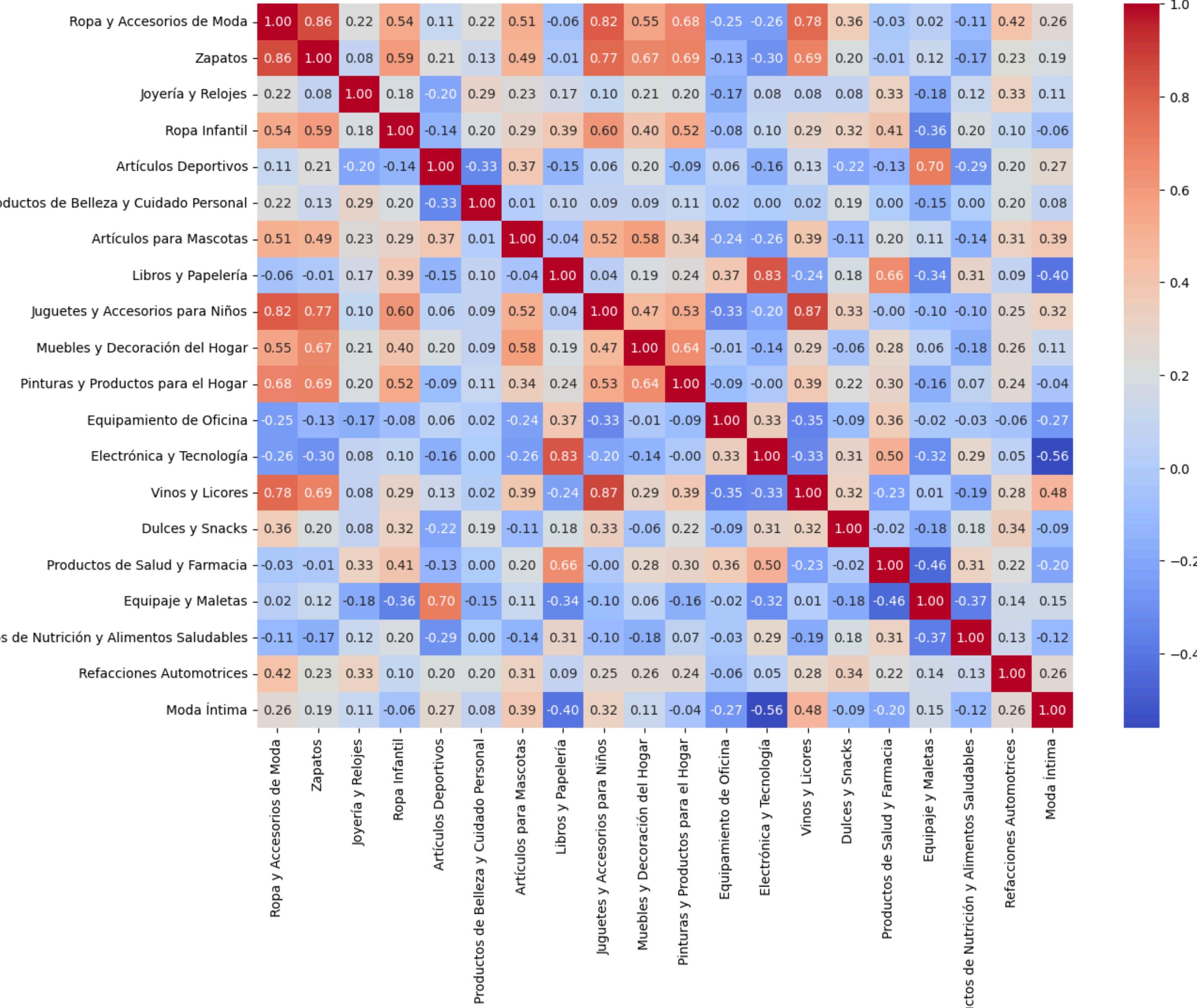
Clúster 3

Categorías influenciadas por salud y bienestar

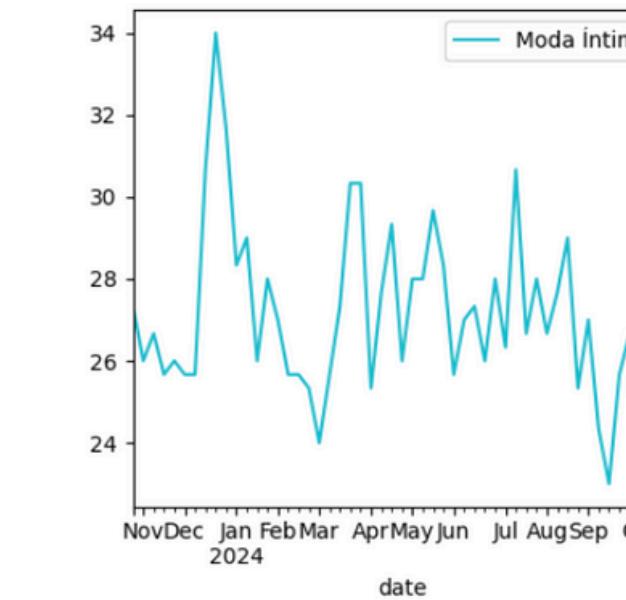
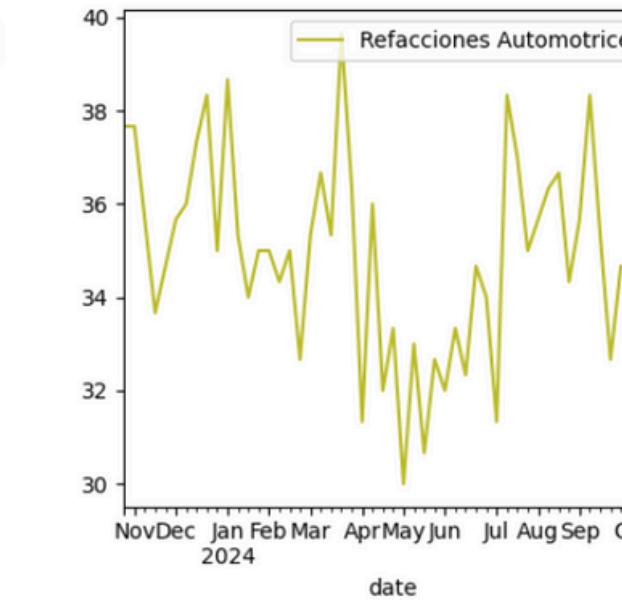
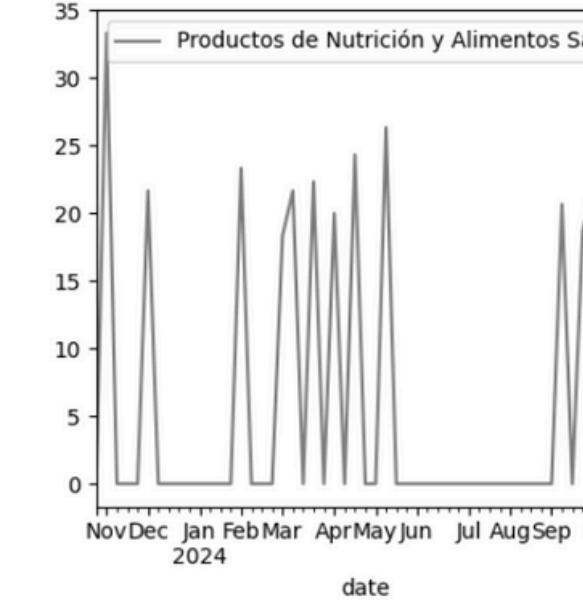
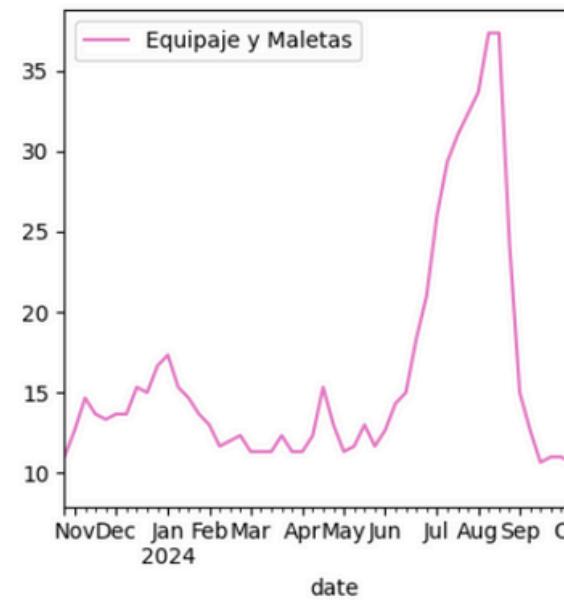
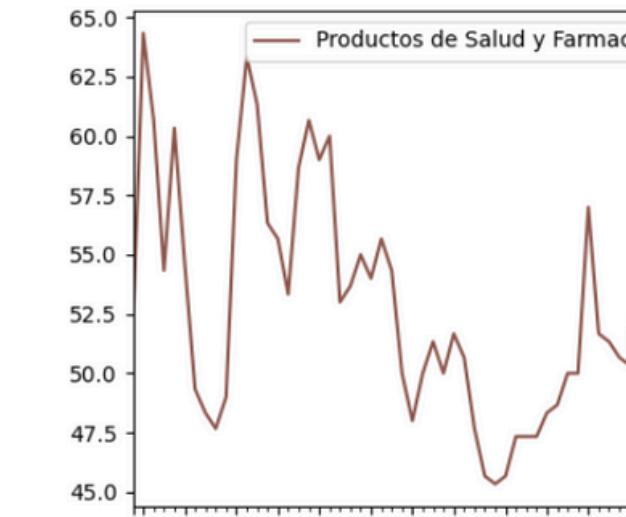
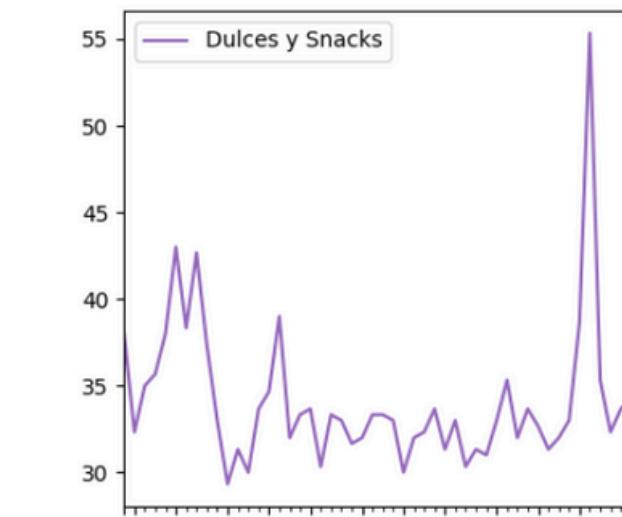
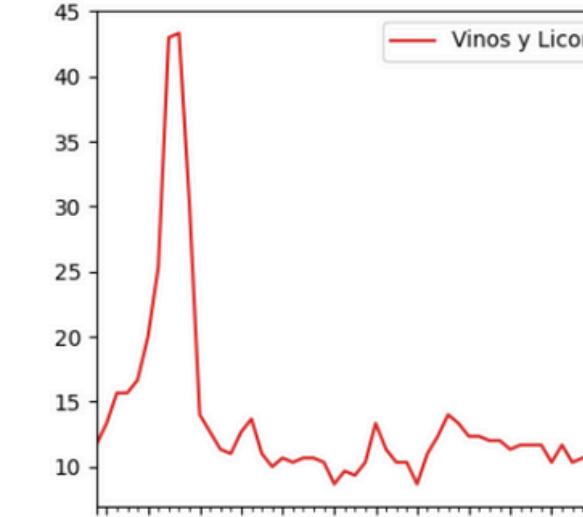
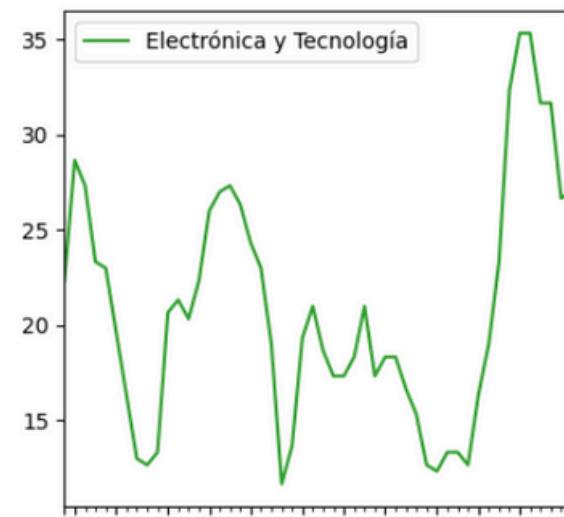
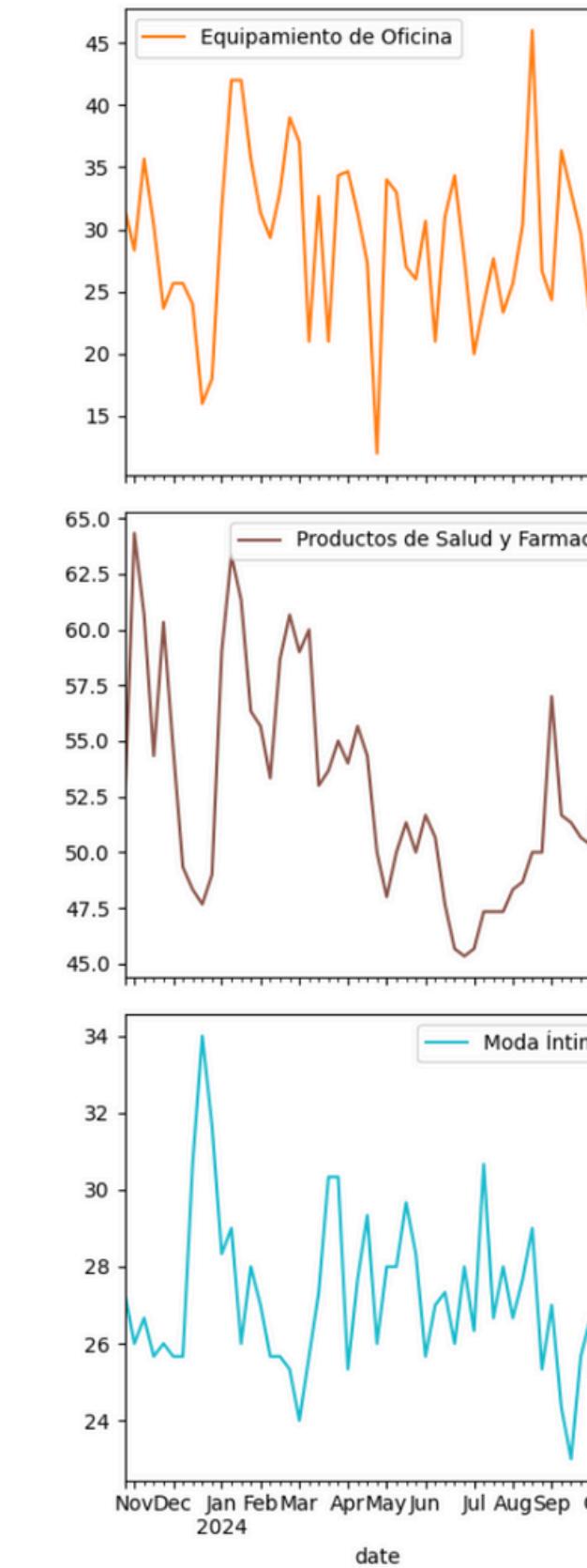
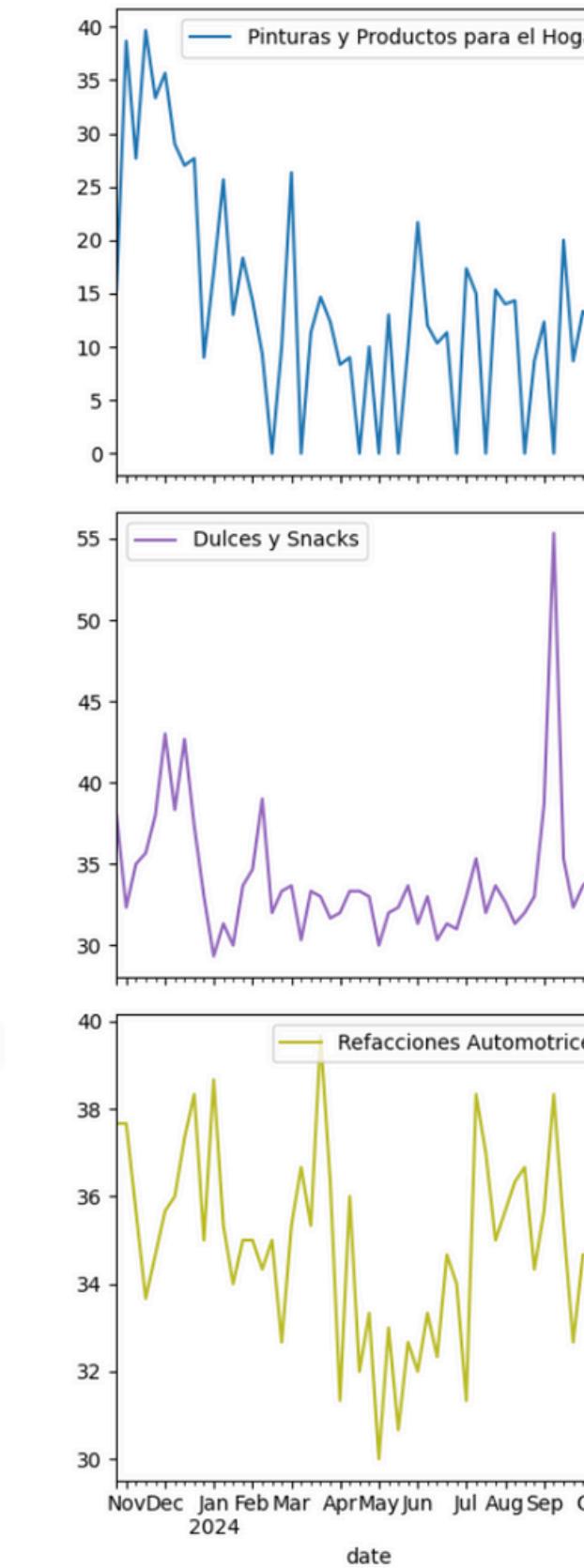
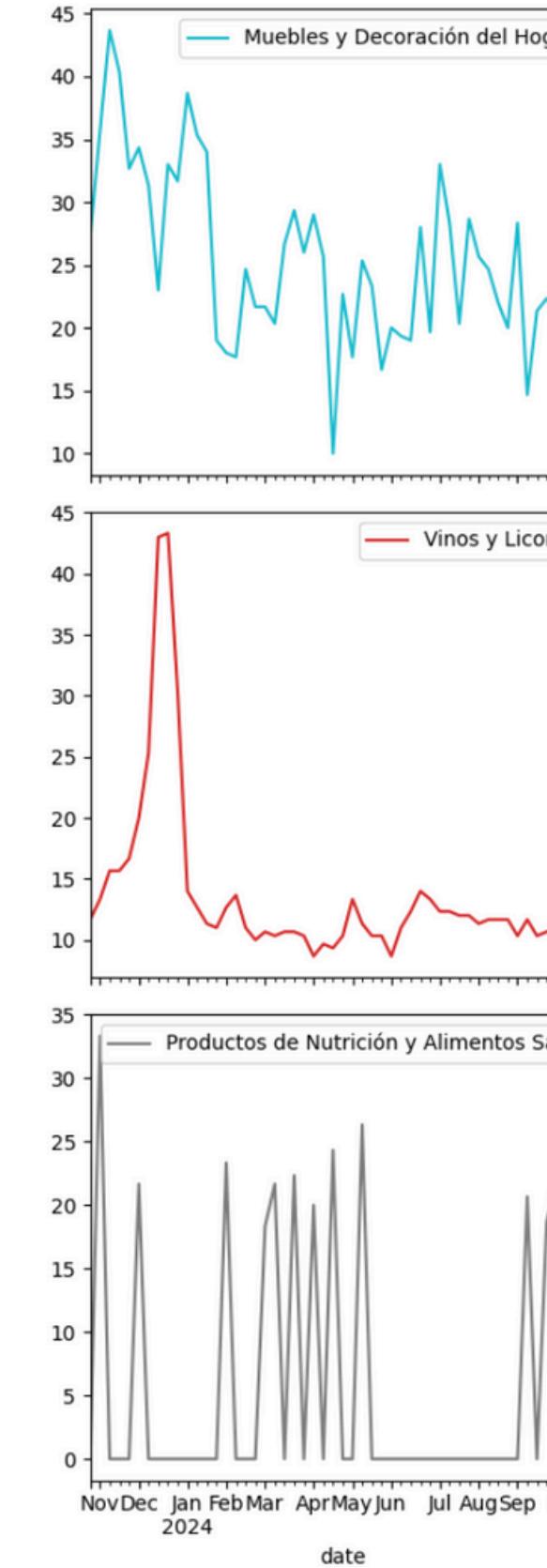
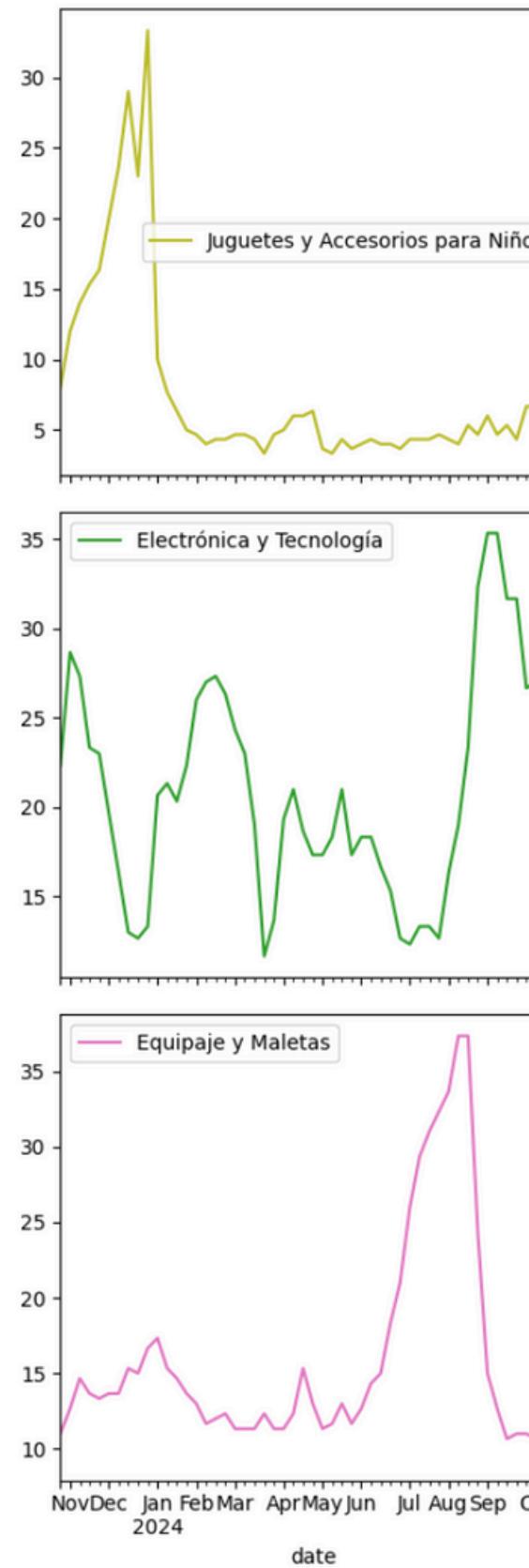
Campañas basadas en tendencias
Colaboraciones con influencers de bienestar
Contenido educativo

Estrategias de Marketing cruzado

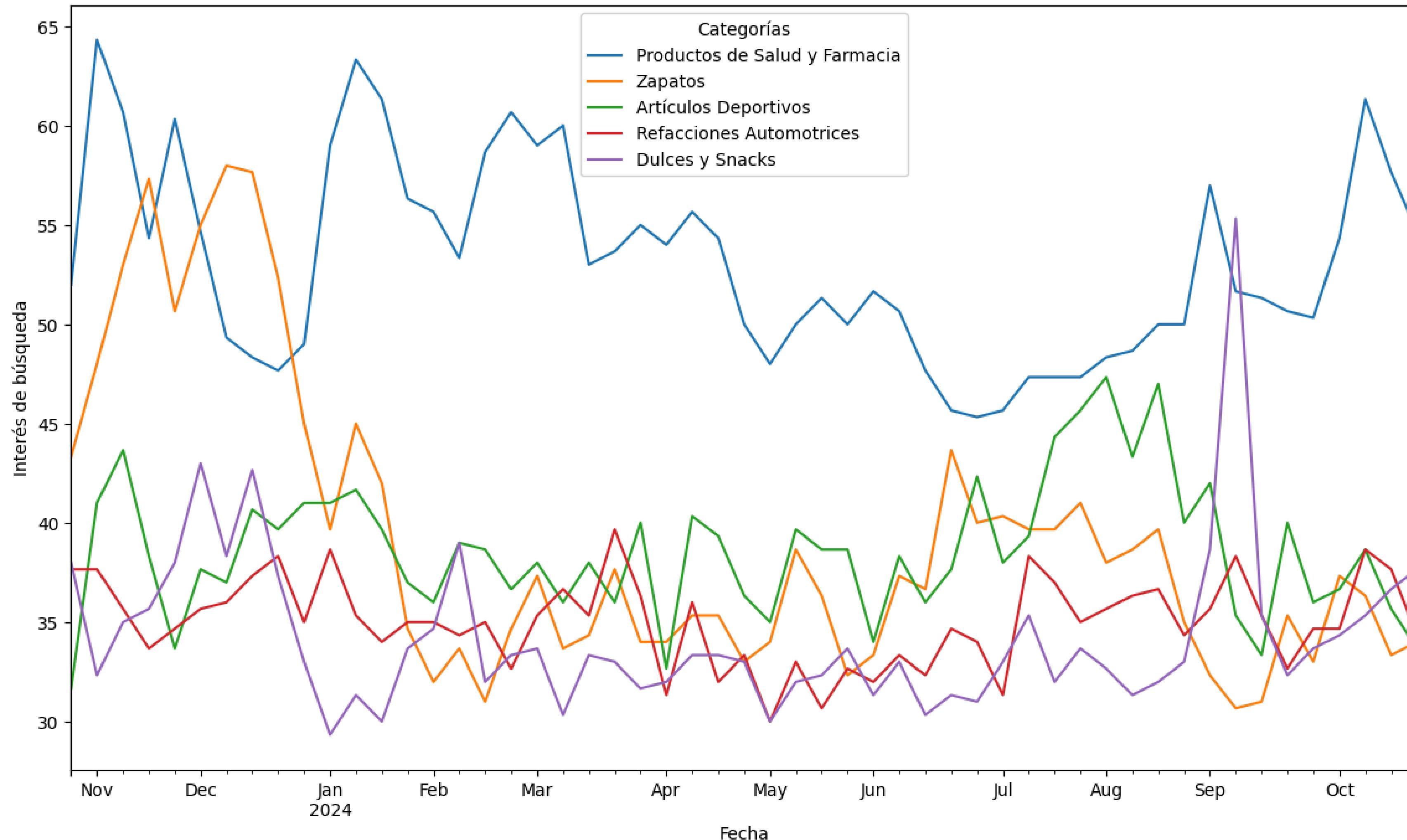
Matriz de correlación entre categorías de productos



Picos de popularidad



Tendencias de búsqueda en el tiempo para las categorías más populares



Preocupaciones de seguridad y confianza



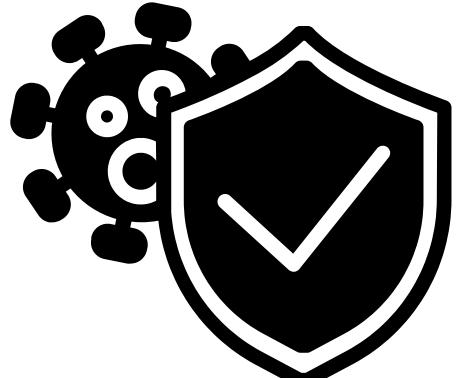
6.9%

no confía en la seguridad de los pagos en línea



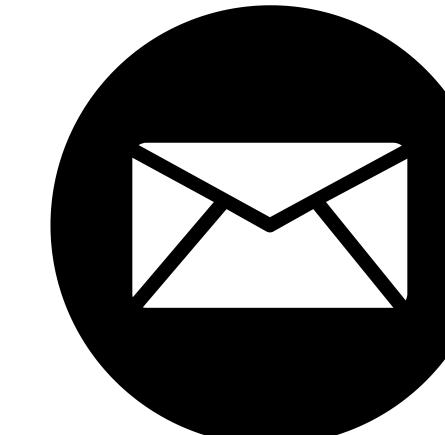
69%

reporta preocupaciones sobre la privacidad de sus datos en Internet.



51.7%

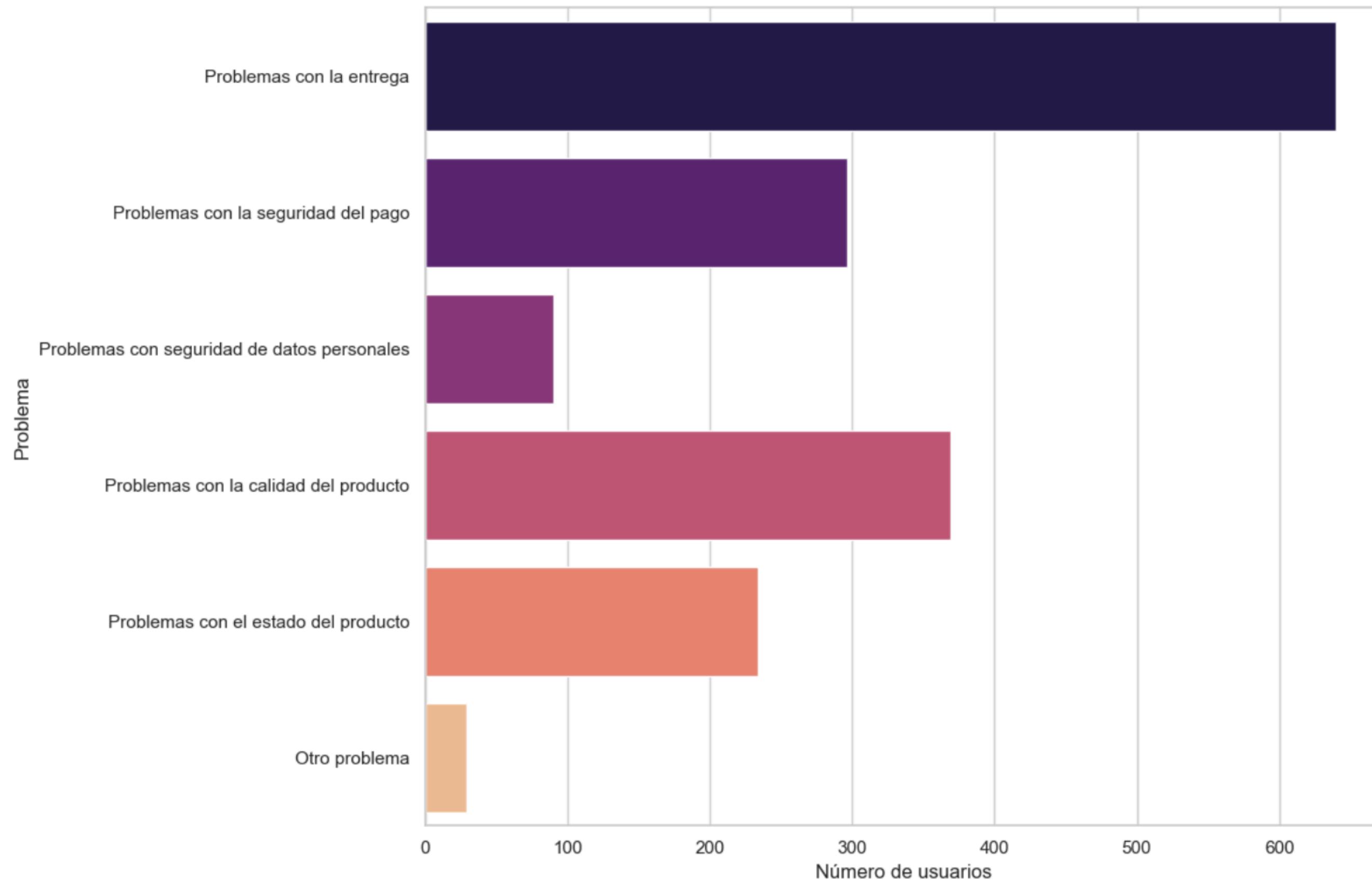
ha experimentado problemas de malware o virus en sus dispositivos.



34.5%

ha recibido mensajes no deseados que generan desconfianza en el entorno digital.

Problemas al realizar compras por internet



Fuente: ENDUTIH 2023

Logística de envíos

51%

Considera que el tiempo de entrega es un factor decisivo al comprar en línea

38%

Han abandonado sus carritos de compra debido a altos costos de envío o tiempos de entrega largos

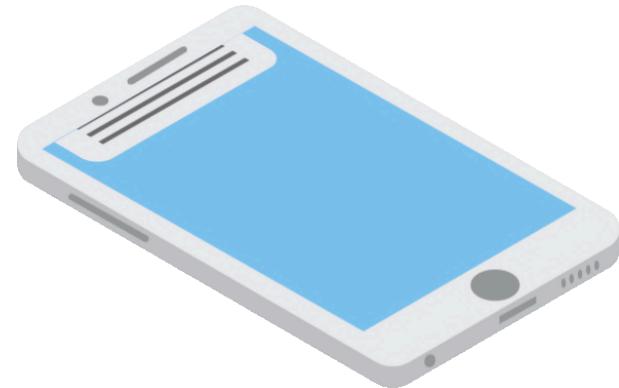
65%

Considera importante el poder rastrear su pedido en tiempo real



Fuente: AMVO

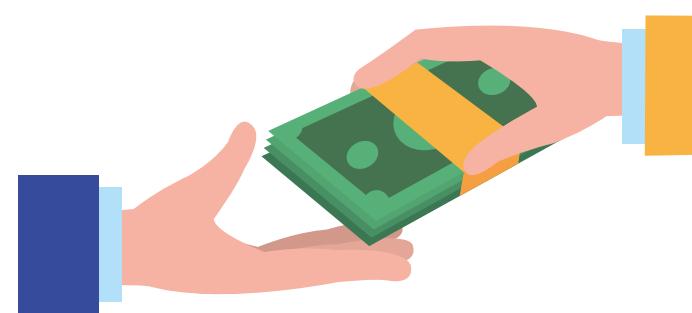
Recomendaciones principales



Accesibilidad y optimización móvil



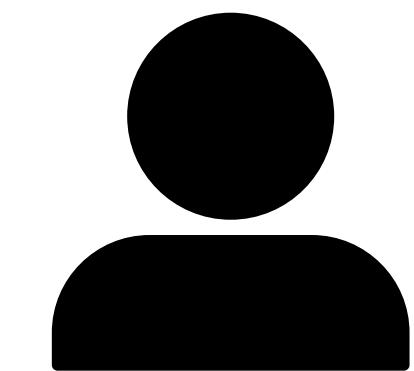
Marketing estratégico



Facilidad y diversidad de métodos de pago



Seguridad de los sitios y privacidad de información

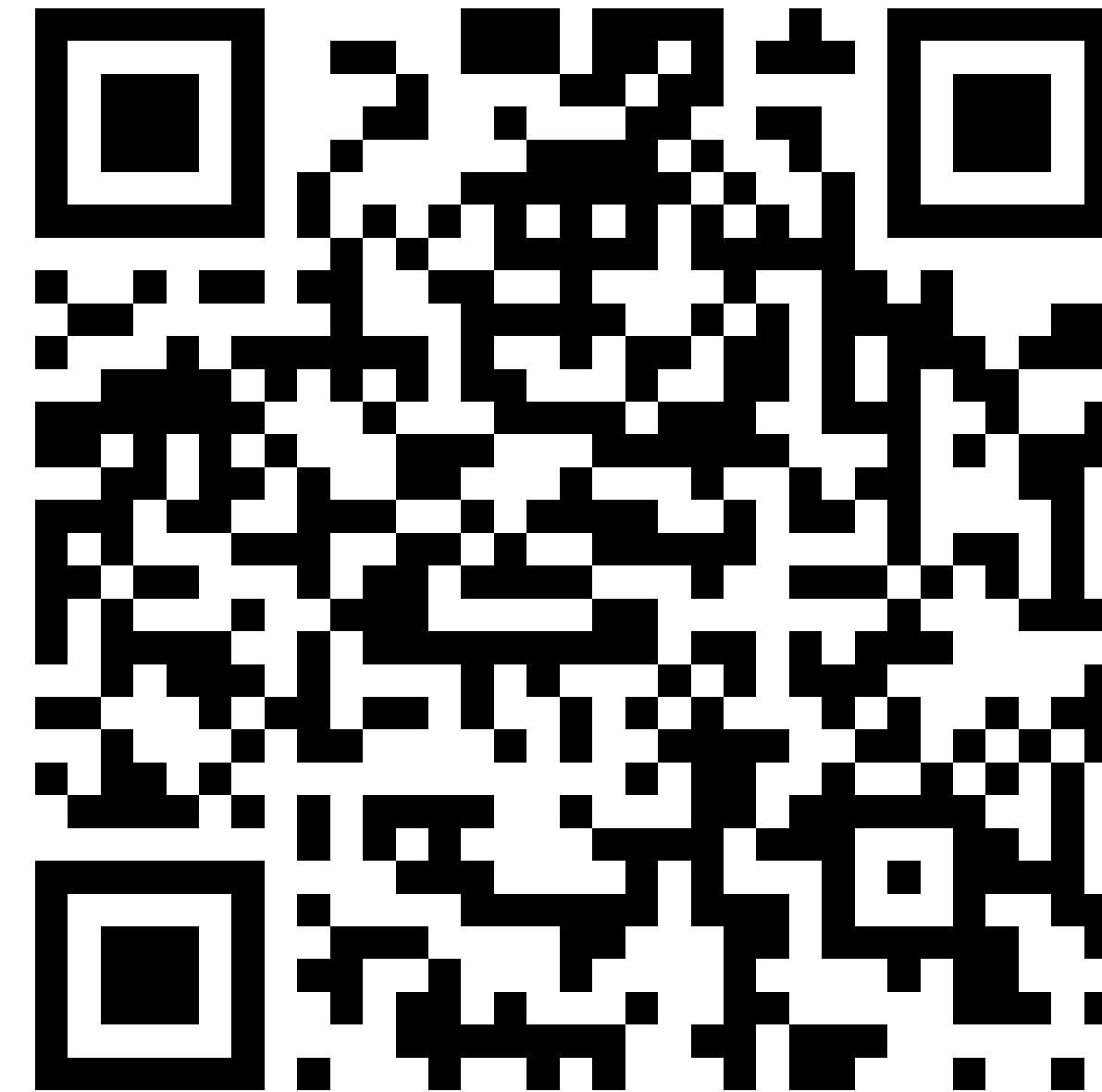


Sistemas de recomendación personalizados



Buena logística de envíos

Perfect e-commerce assistant



<https://chatgpt.com/g/g-PUiKLi6Xc-perfect-e-commerce-assistant>

Fuentes

Hernández, E. (2024, octubre 23). *8 años después, México es la estrella de los mercados emergentes de Amazon*. Forbes México. <https://forbes.com.mx/8-anos-despues-mexico-es-la-estrella-de-los-mercados-emergentes-de-amazon/>

Notimex. (2024, octubre). *Se agudiza el declive de las PCs de escritorio en México*. El Economista. <https://www.economista.com.mx/tecnologia/Se-agudiza-el-declive-de-las-PCs-de-escritorio-en-Mexico-20131215-0041.html>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024, mayo 15). *Estadísticas a propósito del Día Mundial del Internet (17 de mayo)*. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/internet2024_Nal.pdf

Panorama Anual de Inclusión Financiera 2024. Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). (2024). *Panorama anual de inclusión financiera 2024*. CNBV

Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021. Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) & Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). *Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2021*.

Cabrera, F., Mizrahi, N., Moreno, J., & Zabaleta, P. (2024, May 7). *The rapid evolution of payments in Latin America*. McKinsey & Company.

Asociación Mexicana de Venta Online. (n.d.). *E-commerce*. AMVO. Retrieved October 30, 2024, from <https://www.amvo.org.mx/tematica/e-commerce/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2023*. INEGI.

Repositorio en Github:

<https://github.com/bughalda/DATATON-2024/tree/main/Final>