

Informe Semanal de Vocero. Hasta el 63% de los usuarios de internet con “alta sensibilidad” para realizar compras en el comercio electrónico

El desarrollo y uso de la tecnología se ha convertido en un pilar para el crecimiento del sistema financiero.



Hasta el 63% de los usuarios de internet con “alta sensibilidad” para realizar compras en el comercio electrónico

Autor
Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Fecha de publicación
28 de octubre de 2018

Categoría
Comunicado

En México se ha logrado una buena recepción a las soluciones y al uso de dispositivos para hacer negocios, compras en sitios web y operaciones bancarias, en un contexto en el que **hasta el 76% de las personas se sienten muy atraídas por el internet**, revela un estudio elaborado por Nacional Financiera (Nafin).

El documento considera que **la sensibilidad al comercio electrónico (e-commerce) resultó muy alta para el 63% de las personas que participaron en el sondeo**, mientras que en los dos últimos años la mayoría considera que incrementó sus compras por internet en diversos segmentos comerciales y de servicios, destacando los jóvenes de 18 a 24 años.

Las compras en el mercado digital y el uso de la tecnología para traspasos y pagos bancarios crecieron en forma acelerada en los últimos años. En contrapartida, conforme al análisis de Nafin, **únicamente el 4.2% considera que “no es tan importante”** y podría vivir su vida utilizando **“bastante menos”** el internet, en tanto que el 12.9% considera “baja” su sensibilidad hacia el uso de la tecnología.

La encuesta se hizo sobre una muestra de 5,600 personas, de las cuales **el 54% respondió que aumentó su interés por realizar compras por internet** y el 36% comentó que se ha mantenido igual que antes, y sólo el 6.3% mencionó que bajó su interés para realizar compras por medio del comercio electrónico.

Entre las personas **más sensibles al comercio electrónico se encuentra los jóvenes de entre 18 y 24 años**, así como un segmento cercano en crecimiento integrado por consumidores de entre 25 y 34 años.

En las ciudades existe mayor grado de sensibilidad para las compras en el comercio electrónico, mientras que en el comparativo de hombres y mujeres, las proporciones son casi las mismas, tanto en las preferencias como en el interés hacia las adquisiciones de bienes y servicios por canales digitales.

Documentos

vocero_43_2018

