

# Dispositivos Móviles: Hábitos del consumidor Mexicano

Midiendo **Digital**



**Perspectivas sobre el Uso del Comercio Electrónico**  
**Móvil en México – EBW Octubre 2014**



 [www.facebook.com/comscoreinc](http://www.facebook.com/comscoreinc)

 [@comScoreLATAM](https://twitter.com/comScoreLATAM)

**Iván Marchant**  
**VP comScore**

**imarchant@comscore.com**  
**@imarchant**

# Temas para Hoy

- ❖ **Mercado Móvil en México**
- ❖ **Mexicanos: Omnívoros Digitales**
- ❖ **Experiencia de Compras en Dispositivos Móviles**
- ❖ **Oportunidades en el Mercado Digital**
- ❖ **Actitudes Relacionadas con la Compra móvil**
- ❖ **Banca Móvil**
- ❖ **Mobile ecommerce**
  - **Apps Empresariales**
  - **Perspectivas de Aplicaciones Móviles desde la Oferta**
- ❖ **Puntos Clave**
  - **Oportunidades**
  - **Desafíos**
  - **Áreas de Enfoque**



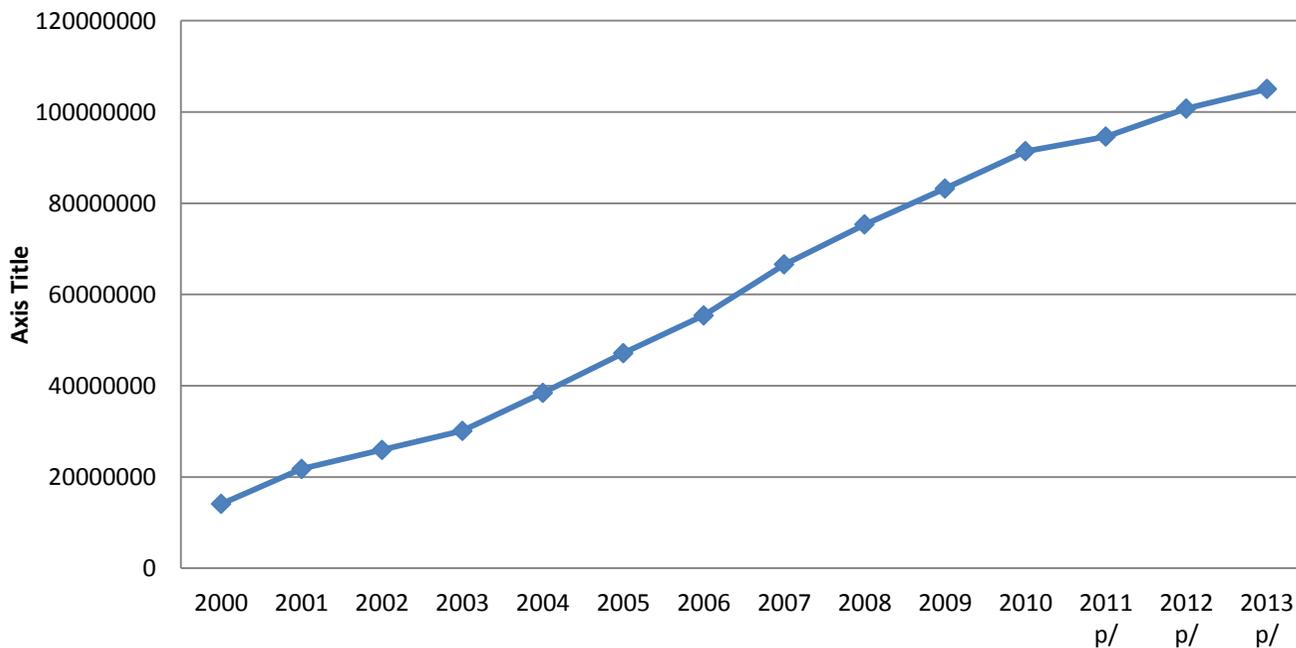
# Previo Mercado Móvil en México

# Estado de Mercado Móvil en México

1. El 2013 se superaron los 100 millones de líneas móviles en México

2. La penetración en México paso de 13.9% el año 2000 a 88.3% el 2013

## Numero de Lineas Móviles en México - Cofetel

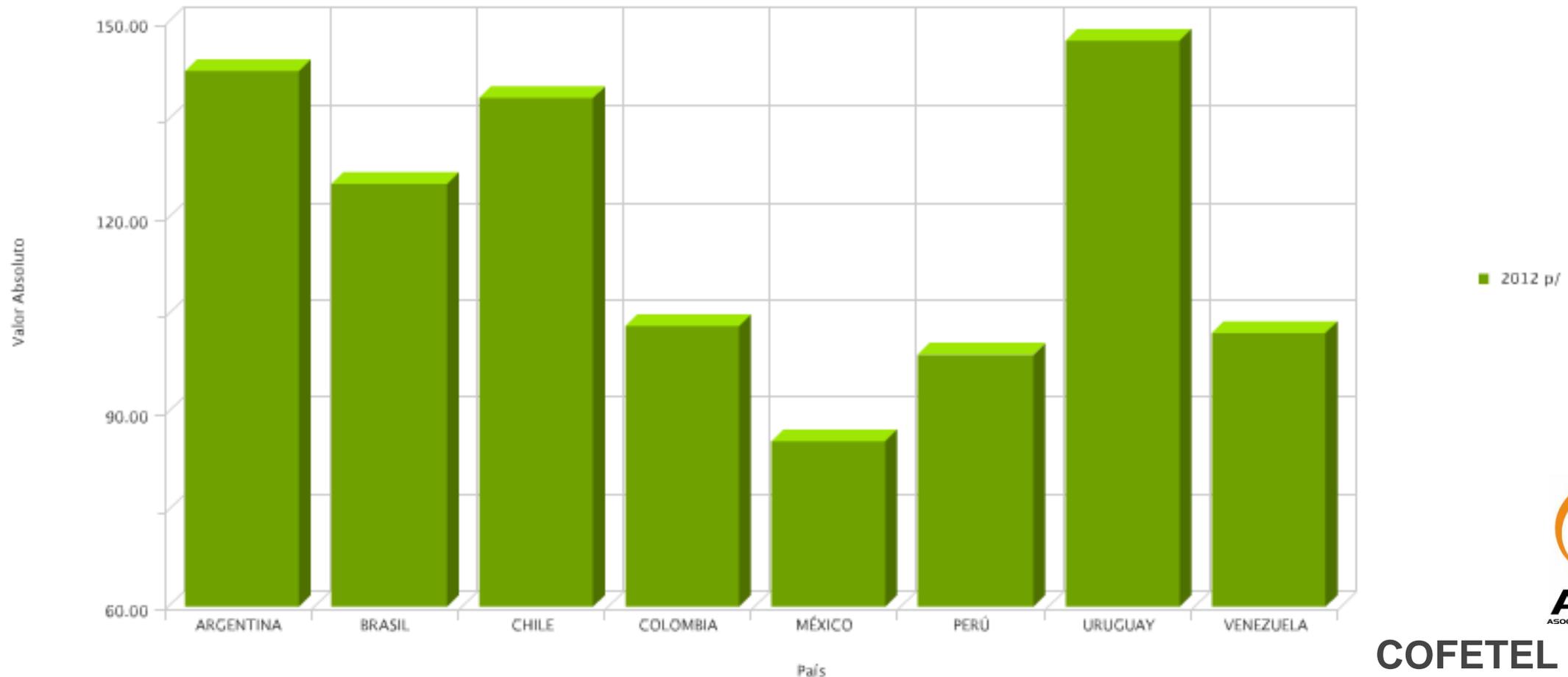


Año	Suscripciones por cada 100 Habitantes
2000	13.9
2001	21.2
2002	24.9
2003	28.6
2004	36.1
2005	43.7
2006	50.8
2007	60.2
2008	67.2
2009	73.3
2010	79.5
2011 p/	81.3
2012 p/	85.6
2013 p/	88.3

# Estado de Mercado Móvil en México

3. Los números anteriores son altos al parecer, pero comparándonos con el resto de la región estamos rezagados

4. Uruguay, Argentina, Chile y Brasil ya habían superado el 100% de penetración Móvil al año 2012. México posee una penetración del 85.2% ese año.



# Estado de Mercado Móvil en México

5. Gran parte de los usuarios móviles en México son de Prepago:

85% al Q1 2014 eran líneas de Prepago y 15% eran Postpago

6. En México los Smartphones a finales 2013 eran 20.48 millones de unidades (IDC 2013): 20% del total de móviles del país
7. IDC calcula que a finales de 2014 serán 37 Millones de Smartphones. 36% del total de móviles del país.
8. 4.3 Millones de Tablets en el 2013 y se esperan 6.27 Millones a fines del 2014 (IDC 2013)

Suscripciones de telefonía móvil por modalidad de contratación (Porcentajes)

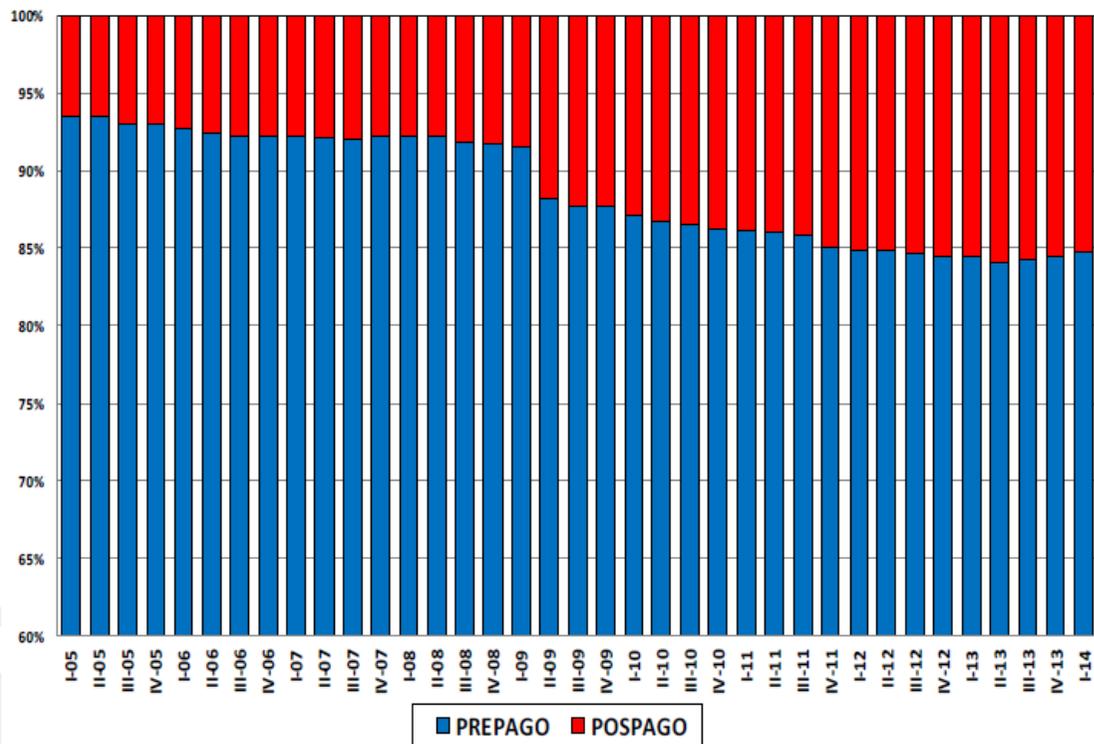
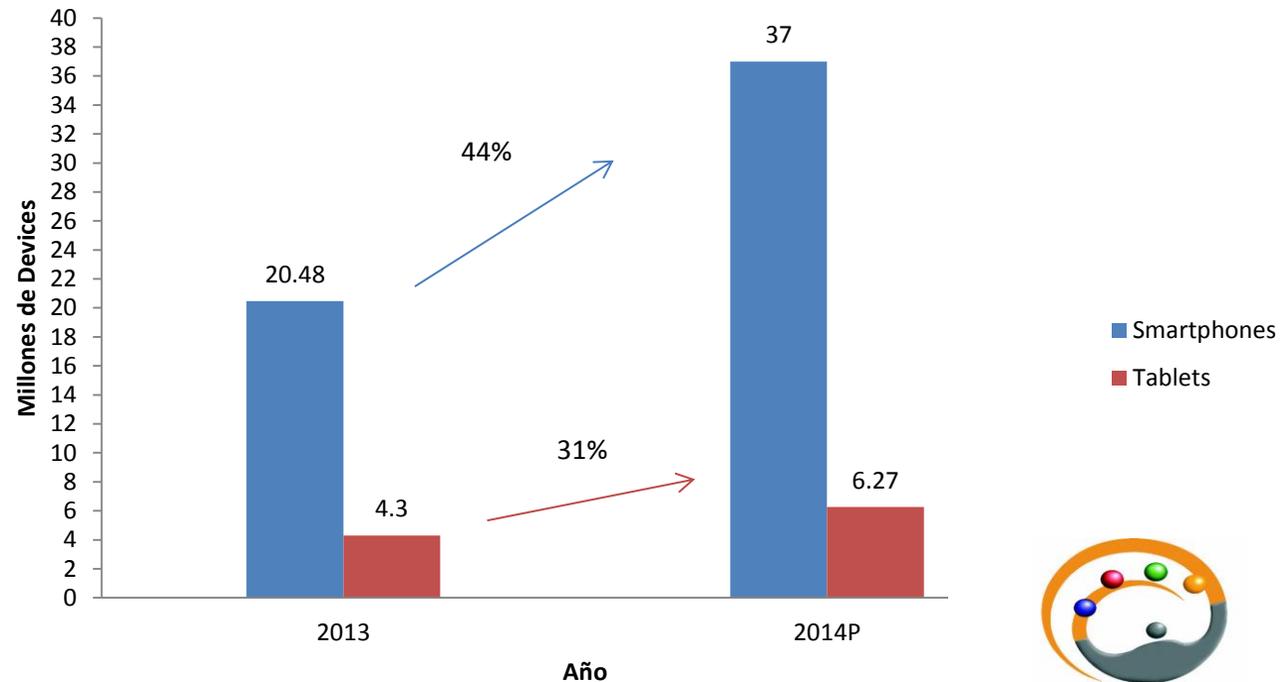


Figura 6. Fuente: IFT, con información de los operadores.

Smartphones y Tablets en México



# Proyecciones Crecimiento Móvil 2017

1. México pasará de 27.7 M de smartphones a 46.6 M en tan solo 3 años

2. Destaca el crecimiento del 68% de la penetración en México

## Leading Countries Worldwide, Ranked by Smartphone Shipments, 2014 & 2017

millions

China (mainland)



US



India



Brazil



Mexico



Russia



■ 2014

■ 2017

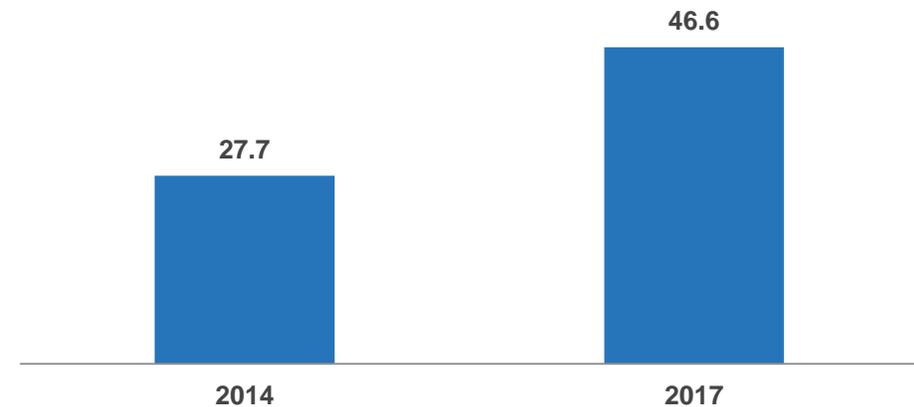
Note: rankings as of 2017  
Source: Canalys, June 6, 2014

175120

www.eMarketer.com

## Crecimiento en Smartphones

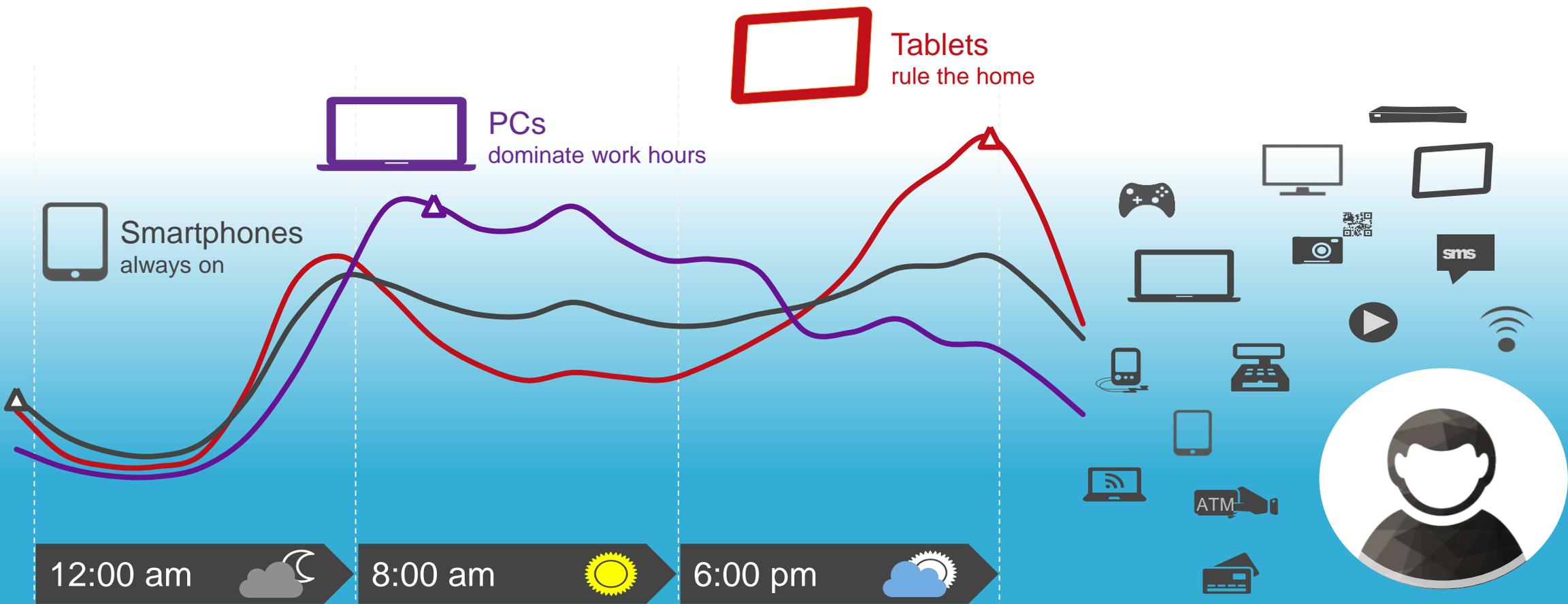
■ Millones de Smartphones



# Mexicanos: Omnívoros Digitales

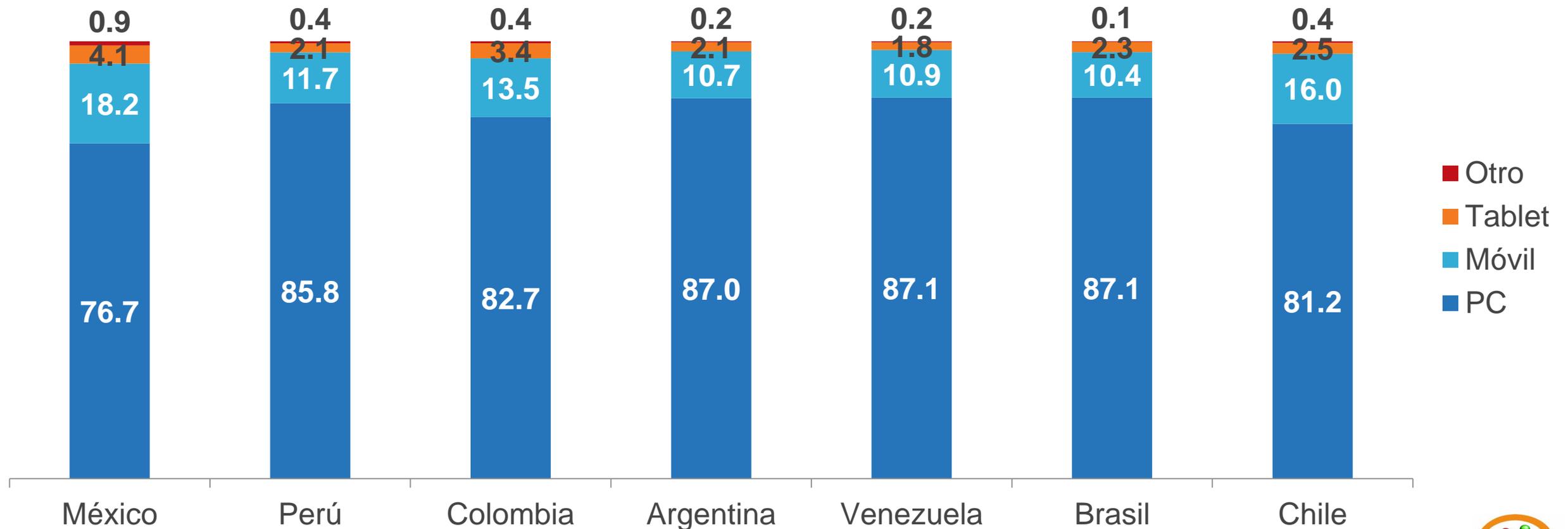
# Biorritmo digital

Mismos usuarios usan múltiples dispositivos durante el día



# México y Chile con Mayor Penetración de tráfico Móvil vs el Resto de los Países de América Latina

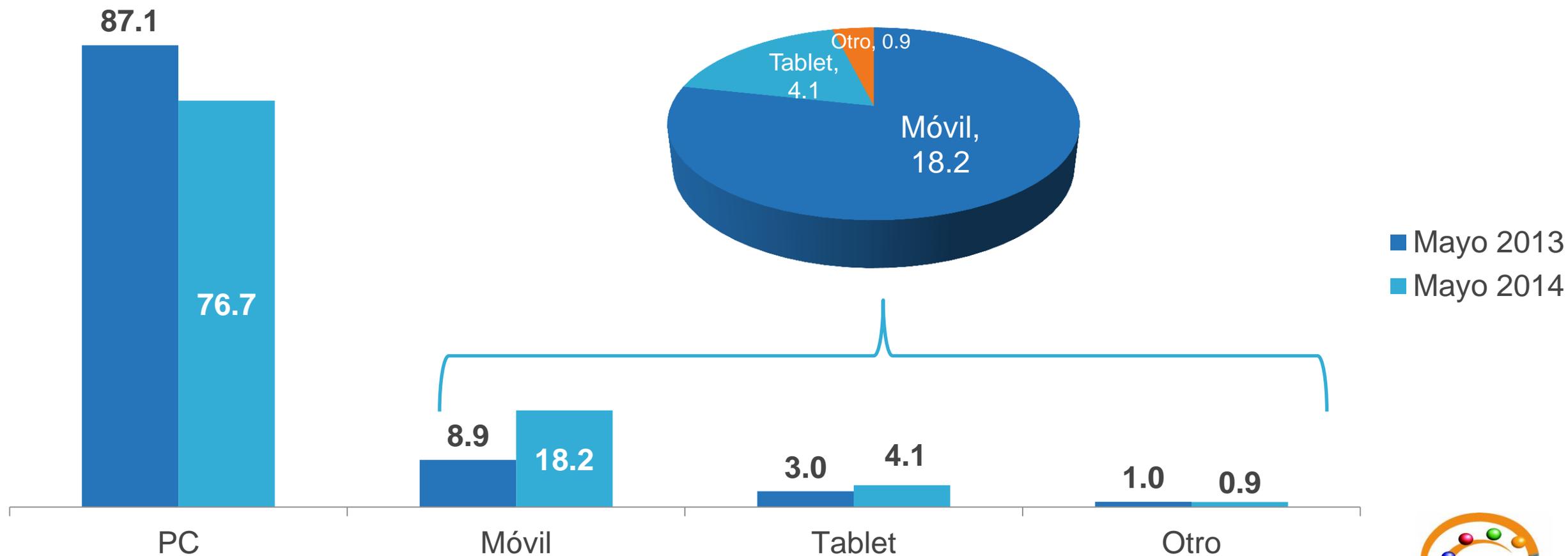
## Participación % de Páginas Vistas desde Diferentes Dispositivos



# Fuerte y Rápida Migración Hacia el Consumo Móvil

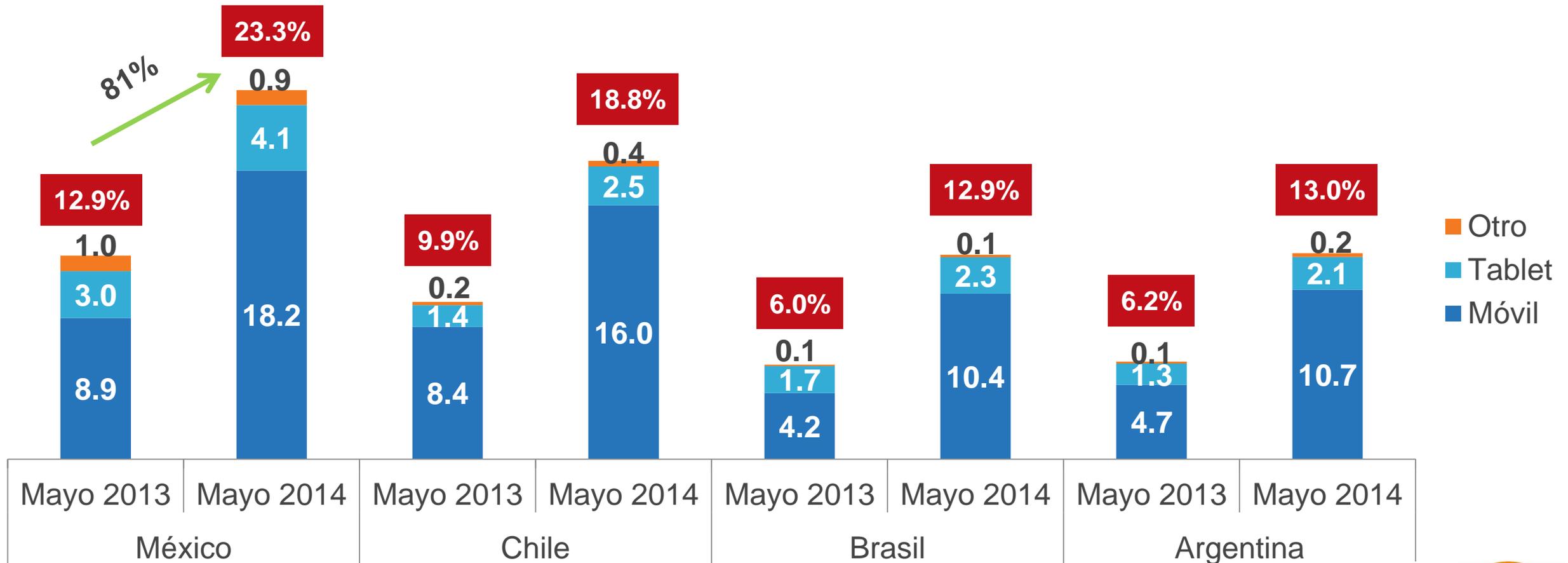
## En México El Consumo desde Dispositivos No PC es de 23.3%

Participación de Páginas Vistas (%) desde Diferentes Dispositivos



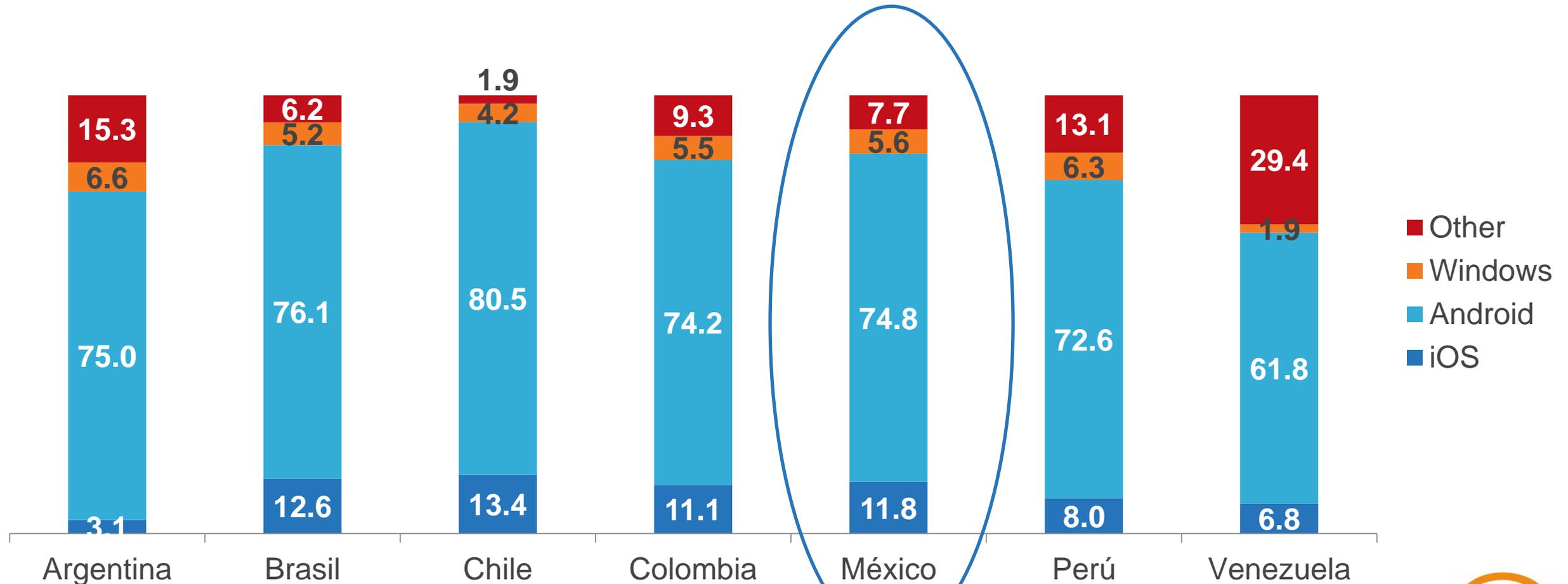
# El Crecimiento de la Participación de Páginas Vistas desde Dispositivos No PC en México Creció 81%

## Participación (%) de Páginas Vistas desde Diferentes Dispositivos

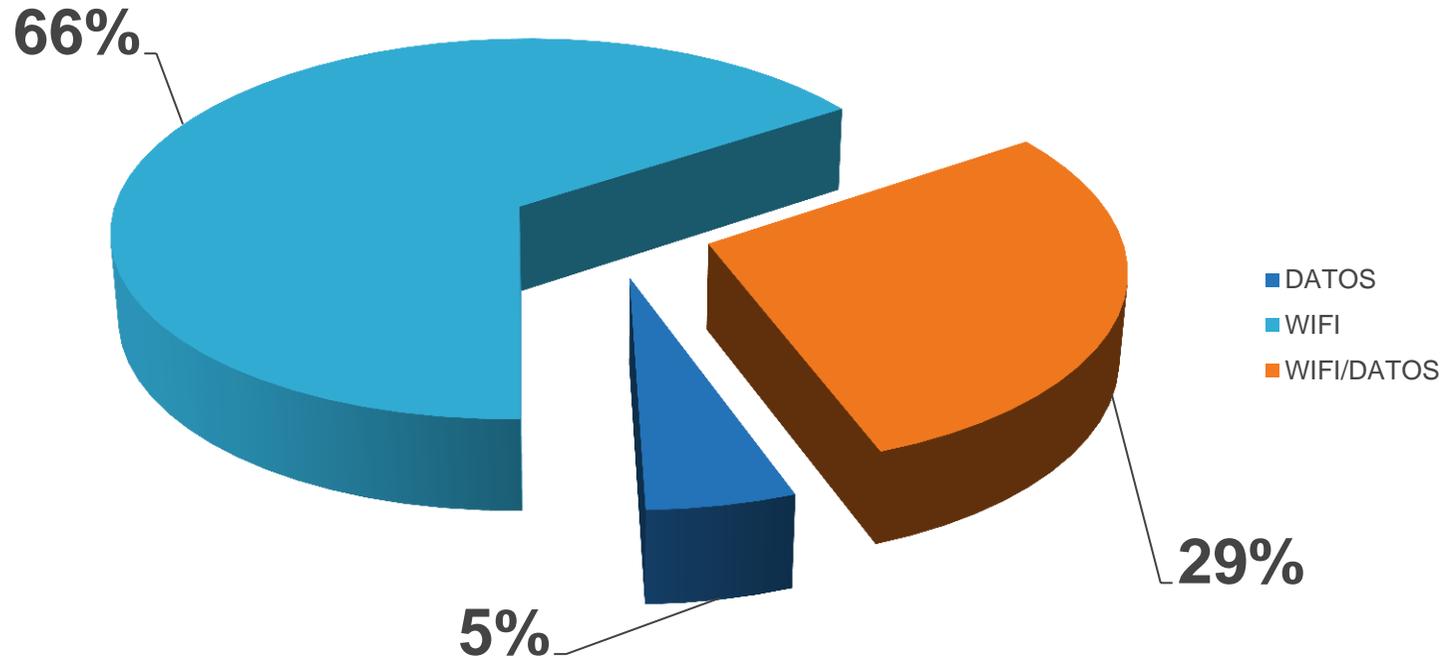


# El Sistema Operativo Dominante en Los Dispositivos Móviles en México es Android

Participación (%) de Tráfico desde Smartphones y Tablets



# Tráfico Smartphone. Durante Junio 2014 el 66% del tráfico en teléfonos móviles vino a través de conexión WIFI



# Tráfico Tablet: Durante Junio 2014 el 68% del tráfico en tablets vino a través de conexión WIFI

68%



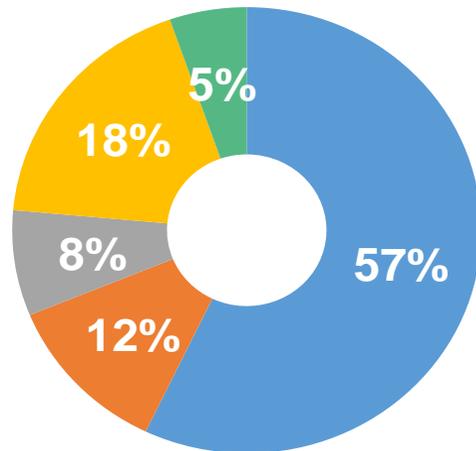
■ WIFI/Datos  
■ Datos  
■ WIFI

32%



# Los Dispositivos Móviles Tienen un Papel Clave en e-commerce

Forma Preferida de Acceso a Páginas de Minoristas  
(n=1,001)



- En línea a través de mi computadora/laptop
- A través de internet o aplicaciones desde mi teléfono inteligente
- A través de internet o aplicaciones desde mi tablet
- En la tienda
- A través de un catálogo (ordenando por teléfono o por correo)

77% posee un Celular y 46% una Tablet.



# Estudio Comercio Electrónico Móvil en México – Octubre 2014

*Entendiendo al comprador móvil de México - comScore*

# Métricas Clave – Estado del Comercio Electrónico Mexicano



¿Cuáles son las tendencias de uso y comercio electrónico móvil de México en general?



¿Qué dispositivos, aplicaciones y herramientas son los más utilizados por los encuestados en el Comercio Electrónico Móvil?



¿Qué sectores económico-sociales muestran mayor promesa de crecimiento/gasto en Comercio Electrónico?

# Estudio Detallado Objetivos y Metodología

El objetivo general de esta investigación es entender el crecimiento del uso de dispositivos móviles para el Comercio Electrónico en México. Esta investigación busca proporcionar conocimientos y analizar el futuro del Comercio Electrónico, incluyendo el estado actual del comercio electrónico móvil, así como desafíos y oportunidades potenciales para las empresas en la industria de venta al por menor en línea.

Específicamente, el estudio busca responder varias preguntas clave de investigación, que incluyen:

- *Identificar el crecimiento potencial del Comercio Electrónico a través de dispositivos móviles*
- *Identificar desafíos y oportunidades para el desarrollo de aplicaciones móviles*
- *Percepción general de dispositivos móviles para compras en línea*
- *Uso de dispositivos móviles para la navegación/compra en línea*
- *Uso de aplicaciones contra navegadores por consumidores*
- *Satisfacción con la experiencia de Comercio Electrónico móvil*
  - *Razones para usar el Comercio Electrónico móvil*
  - *Barreras del Comercio Electrónico móvil*
  - *Camino a la compra/Tipo de compra*
- *Gastos estimados del Comercio Electrónico móvil en Junio del 2014*

## Metodología del Estudio

Los encuestados fueron reclutados por medio de proveedores de muestras, especializados en seleccionar usuarios de Internet calificados en México.

En este estudio, 4,013 personas fueron encuestadas. Además, los encuestados tuvieron que cumplir con una serie de criterios de selección.

- Vivir en México
- Tener 18 años o más
- Haber comprado un artículo en línea en los últimos tres meses (Computadora Personal o dispositivo móvil)
- Tener un smartphone o una tablet

## Tiempo de Investigación

1ro de Julio – 22 de Julio, 2014

# La Experiencia de las Compras Móviles

*Dispositivos, aplicaciones y otras herramientas utilizadas para el Comercio Electrónico*

# El Comprador Multi-Plataforma: El consumidor que compra en su PC ya utiliza otras plataformas.

Los compradores móviles no se limitan a una sola pantalla...

en Junio, **72%** de los propietarios de dispositivos móviles dijeron haber comprado un producto en **más de una pantalla.**

Ventas en:	% de Ventas
Computadoras Personales, Smartphones y Tablets	21%
Computadoras Personales y Smartphones	34%
Computadoras Personales y Tablets	17%

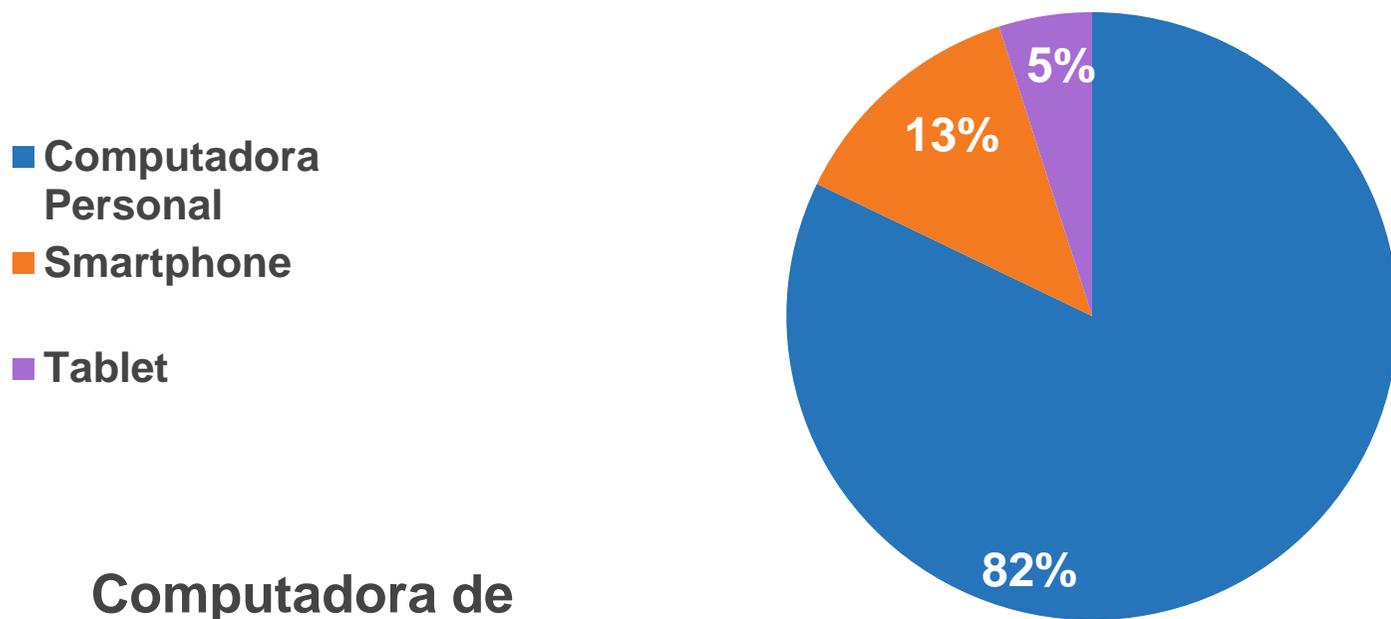


# Las compras móviles representaron el 18% del comercio digital discrecional de México en Junio – comparado con el 12% en Estados Unidos

Gastos Digitales Estimados en Junio del 2014: PC y Móvil (en Billones de Pesos MX\$)

**\$13.5\***

Proporción de Compra



Total Comercio Móvil  
**\$2.3 Billones de Pesos**

Computadora de Escritorio/Laptop

**\$11.1**

Smartphone

**\$1.7**

Tablet

**\$0.6**

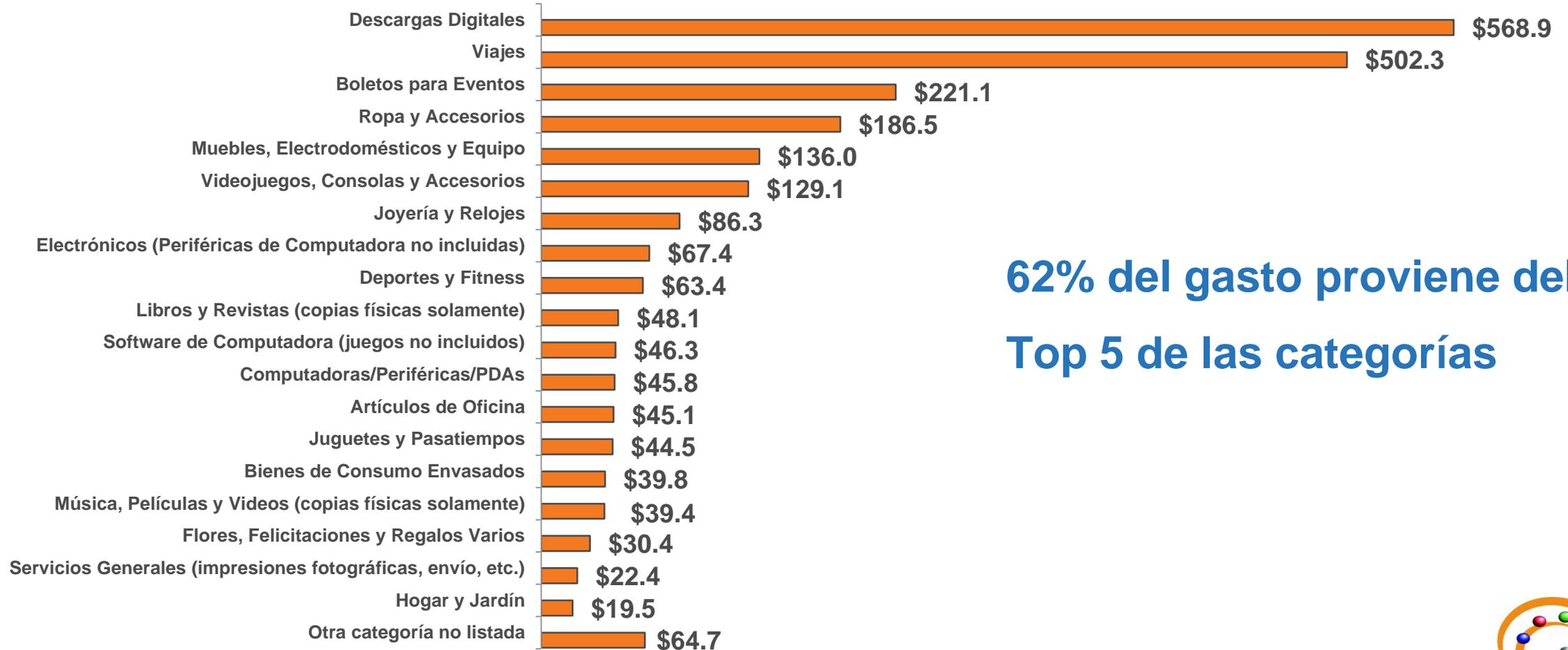
Fuente: Custom Research comScore – Julio 2014 y estimados de comercio electrónico estimados.

\* - por favor tenga en cuenta que los estimados del comercio electrónico en México están basados en una combinación de datos de investigación personalizados

# El contenido digital descargado por medio de dispositivos móviles fue la categoría más alta en gastos estimado, seguido por viajes y boletos de eventos

## Estimado del \$ Gastado en Dispositivos Móviles (en Millones) – Junio 2014

Fuente: Custom Research comScore – Julio 2014

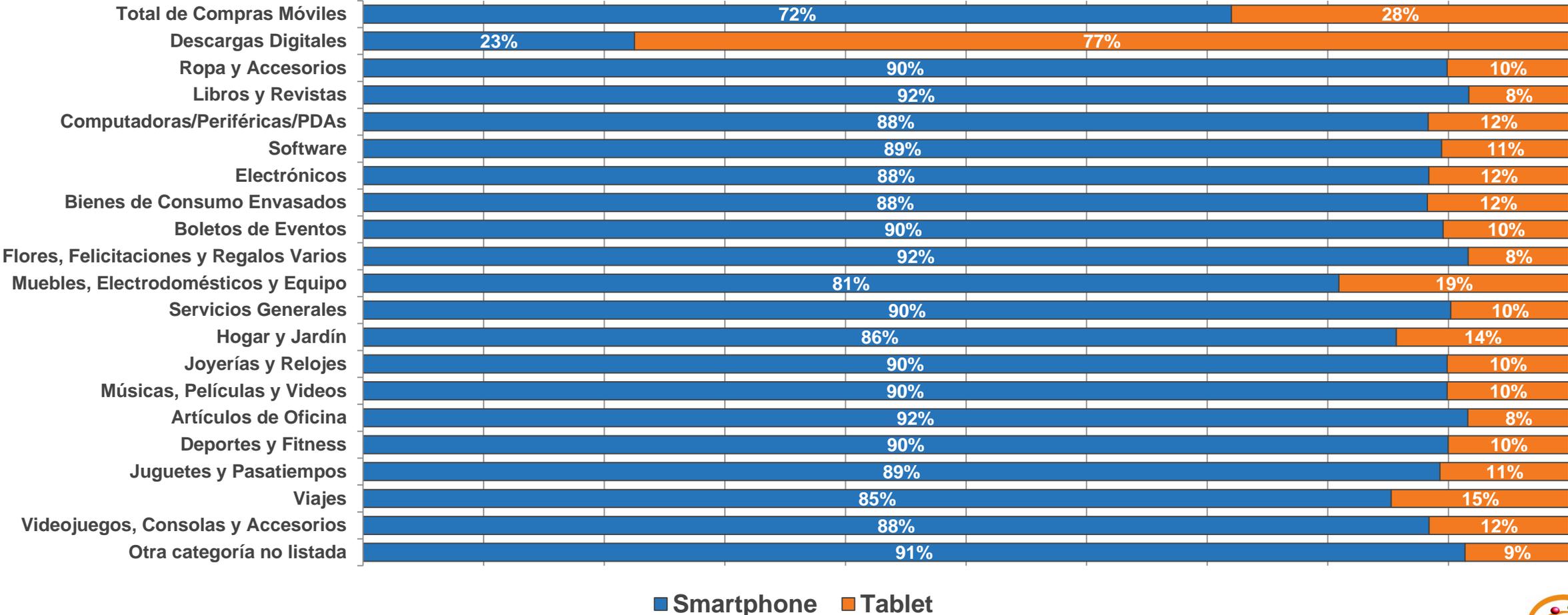


62% del gasto proviene del Top 5 de las categorías

# Alrededor de 3 de cada 4 pesos gastados en compras móviles fueron realizadas en un smartphone, aunque para las descargas digitales los consumidores prefirieron usar sus tablets

## Porcentaje gastado por Dispositivo Móvil por Categoría (Junio 2014)

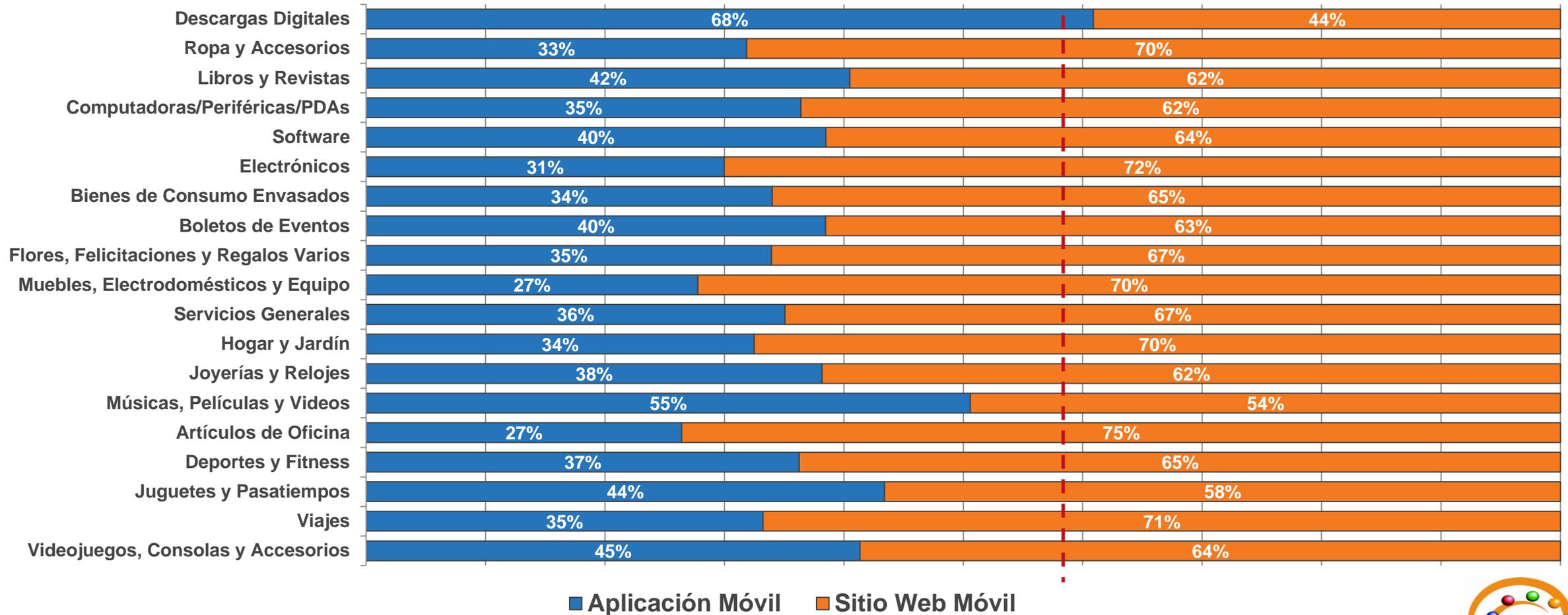
Fuente: Custom Research comScore – Julio 2014



# El gasto se ejecuta en mayor proporción en sitios web móviles que en aplicaciones

## Porcentaje Gastado por Plataforma (Junio 2014)

Fuente: Custom Research comScore – Julio 2014



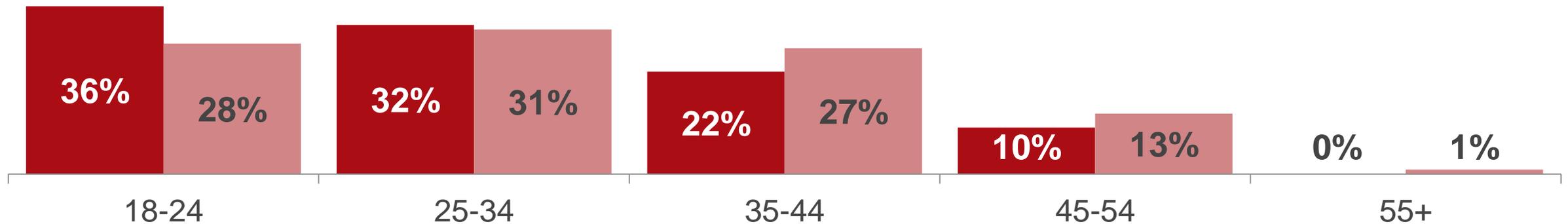
Base: Encuestados que compraron alguna categoría de productos en dispositivos móviles QMOBSPEND2. Por la compra que realizó en su dispositivo móvil en Junio, por favor indique si su compra fue realizada en un sitio web móvil, una aplicación móvil, o ambos.  
Observación: Los porcentajes suman más de 100%, los encuestados pueden hacer distintas compras en una aplicación o en un sitio móvil

# Compras móviles por Edad. La penetración de los compradores vía smartphones es más alta entre los consumidores más jóvenes

## Compras Móviles por Edad

Fuente: Custom Research comScore – Julio 2014

■ Smartphone    ■ Tablet



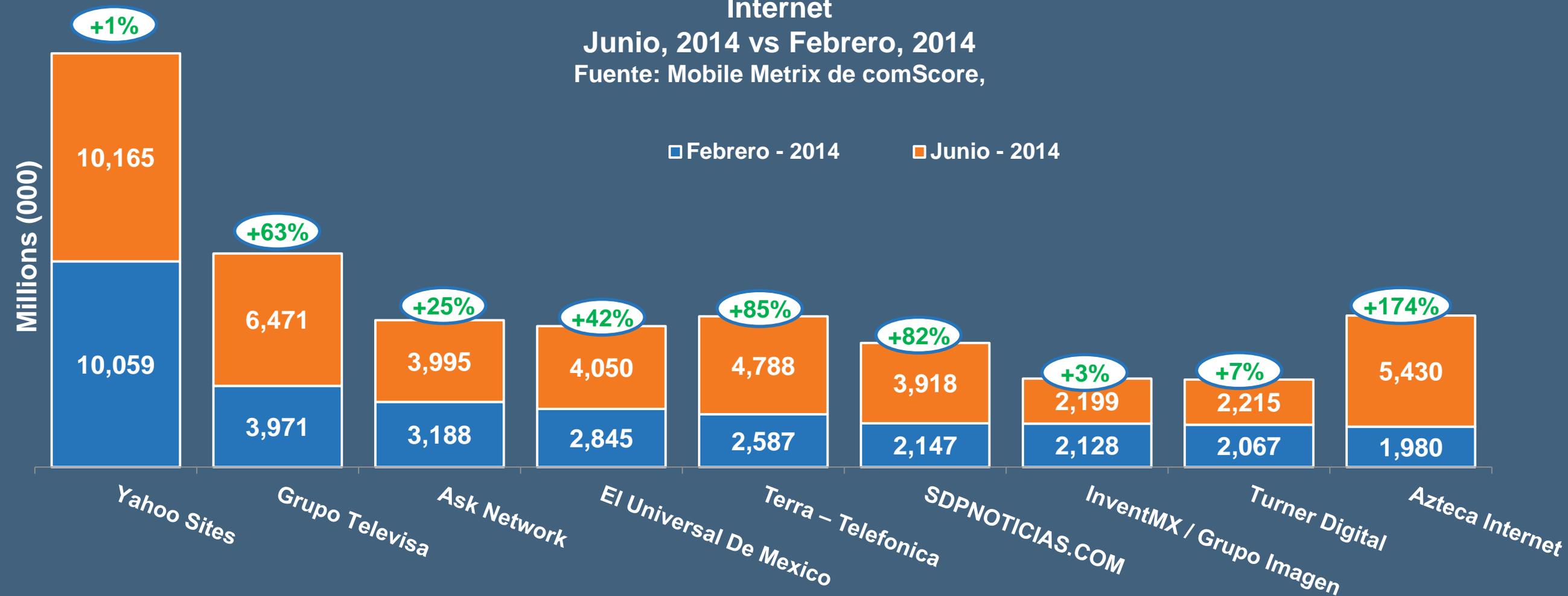
# Oportunidades en el Mercado Digital

# En sólo 5 meses de medición con Mobile Metrix se ve un crecimiento importante de los visitantes de Internet web móvil en México

## Visitantes Únicos por Dispositivos Móviles Dentro de las 9 Principales Propiedades de Internet

Junio, 2014 vs Febrero, 2014

Fuente: Mobile Metrix de comScore,



# Investigar detalles de productos es la actividad más común en los compradores móviles. Incluso alrededor del 50% ya ha comprado un artículo en línea

## Acciones Realizadas en Dispositivos Móviles

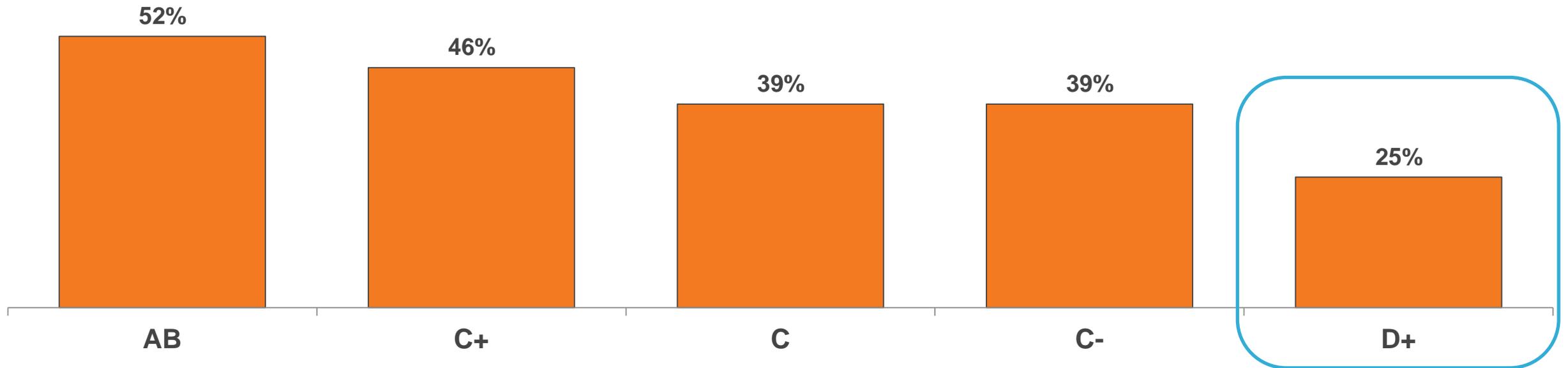
Fuente: Custom Research comScore– Julio 2014



# Se derriba el mito que solo los NSE altos compran en sus dispositivos móviles

**% de Personas que Han Comprado un Artículo en Dispositivos Móviles (por Nivel Socioeconómico)**

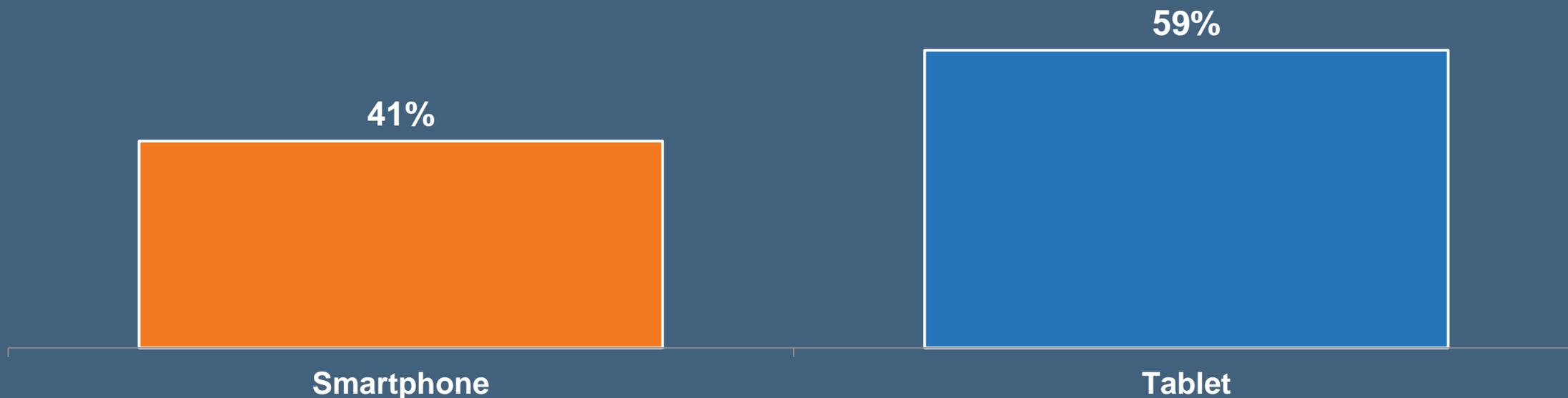
Fuente: Custom Research comScore– Julio 2014



# Actitudes Relacionadas con la Compra Móvil

# Los compradores se declaran más satisfechos con compras realizadas a través de Tablet vs Smartphone.

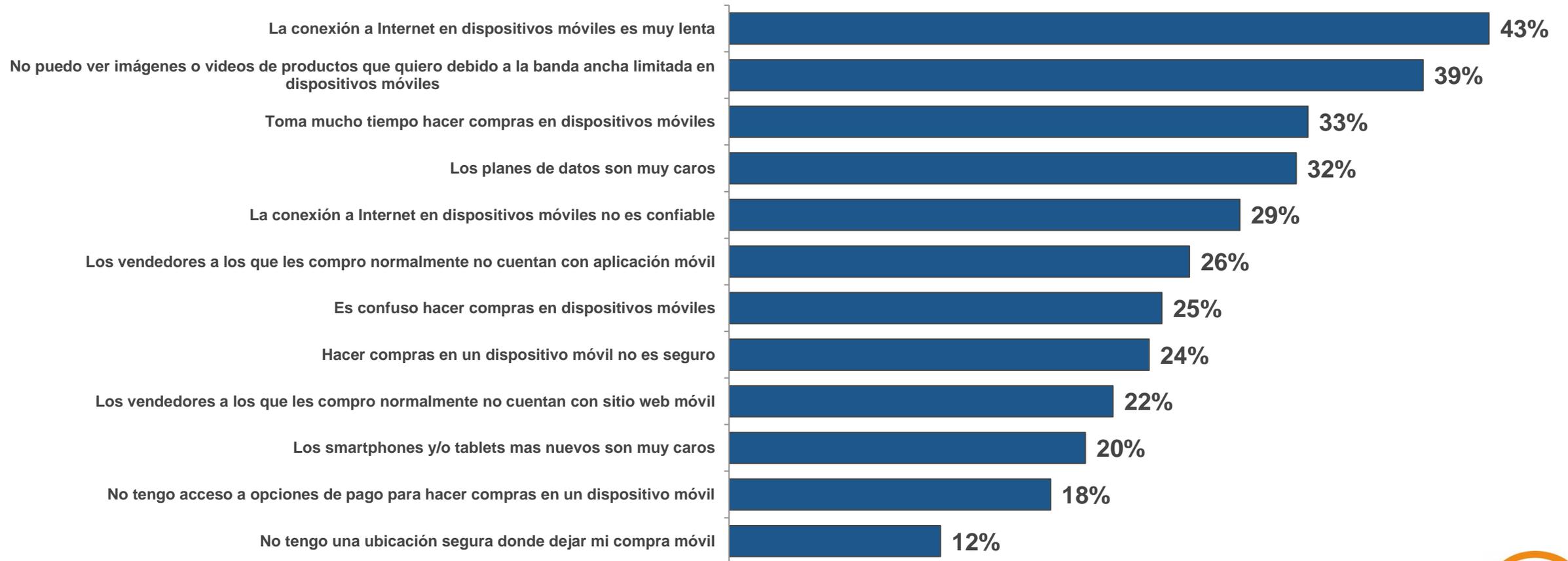
% Qué Estuvo Satisfecho con su Compra de un Dispositivo Móvil  
(Caja Superior 2 – Escala de 7 pt.)



# Los usuarios móviles sienten que su conexión a Internet es demasiado lenta, y el no poder ver imágenes/videos de productos son barreras de compra

## Dificultades para Usar Dispositivos Móviles para Realizar Compras

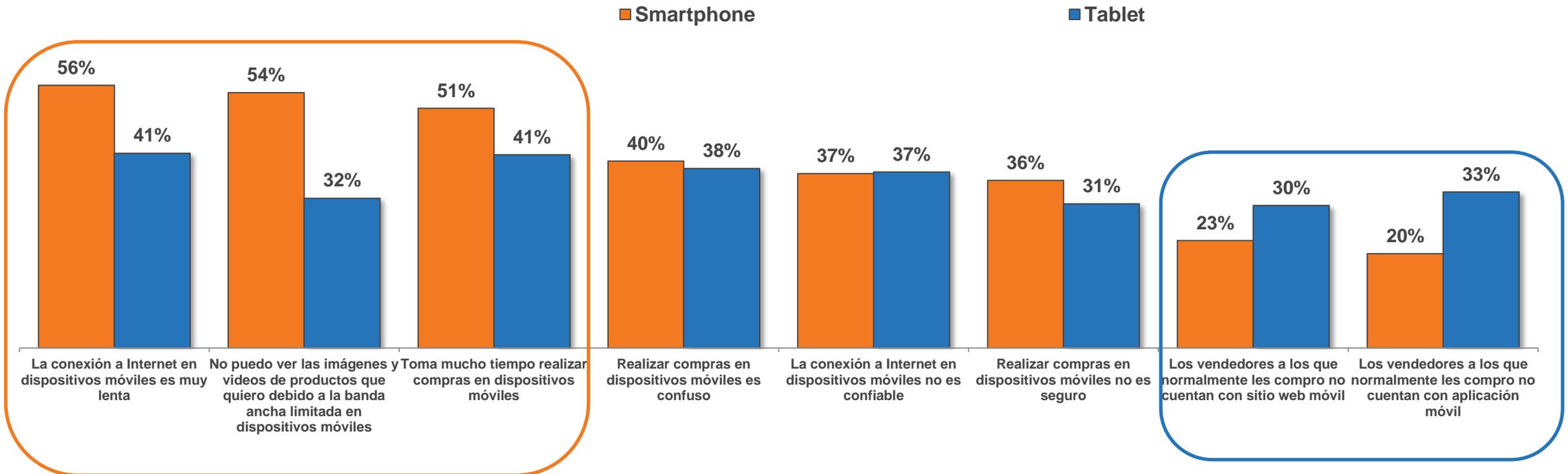
Fuente: Custom Research comScore– Junio 2014



Base: Todos los encuestados  
QNOBUY. ¿Cuáles de las siguientes considera como complicaciones para usar un dispositivo móvil para realizar una compra? (Por favor seleccione todos las que apliquen)

# No compites si no existes: Existe aún un % considerable de tiendas online que no cuentan con sitio web móvil o con aplicación.

## Razones para No Estar Satisfechos con la Experiencia de Compras Móviles



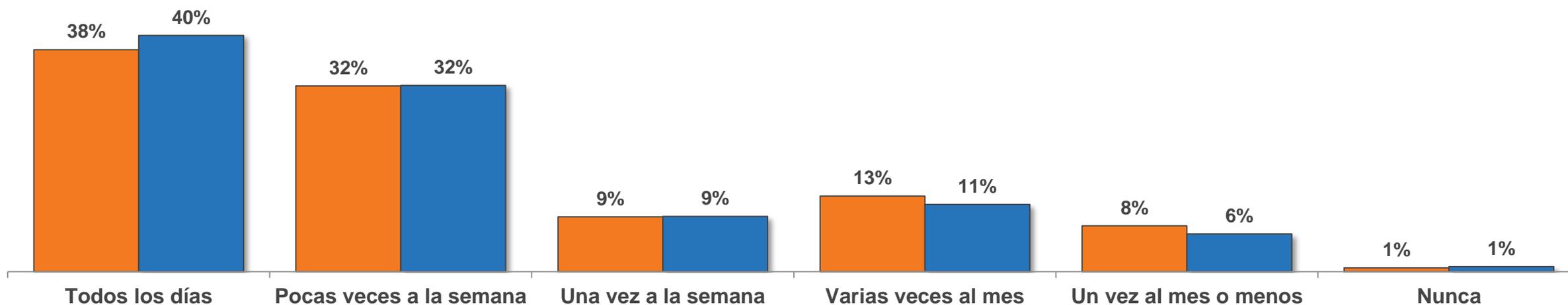
Base: Todos los encuestados

QNOSAT. Usted indicó que no estuvo satisfecho con su experiencia en general utilizando un dispositivo móvil para realizar una compra. ¿Por qué fue eso? (Por favor seleccione todas las que apliquen)

# Al menos un 92% de los Mexicanos utilizan sus dispositivos móviles para investigar o comprar productos varias veces al mes

## Frecuencia de Uso de Dispositivos Móviles para Investigar o Comprar Productos

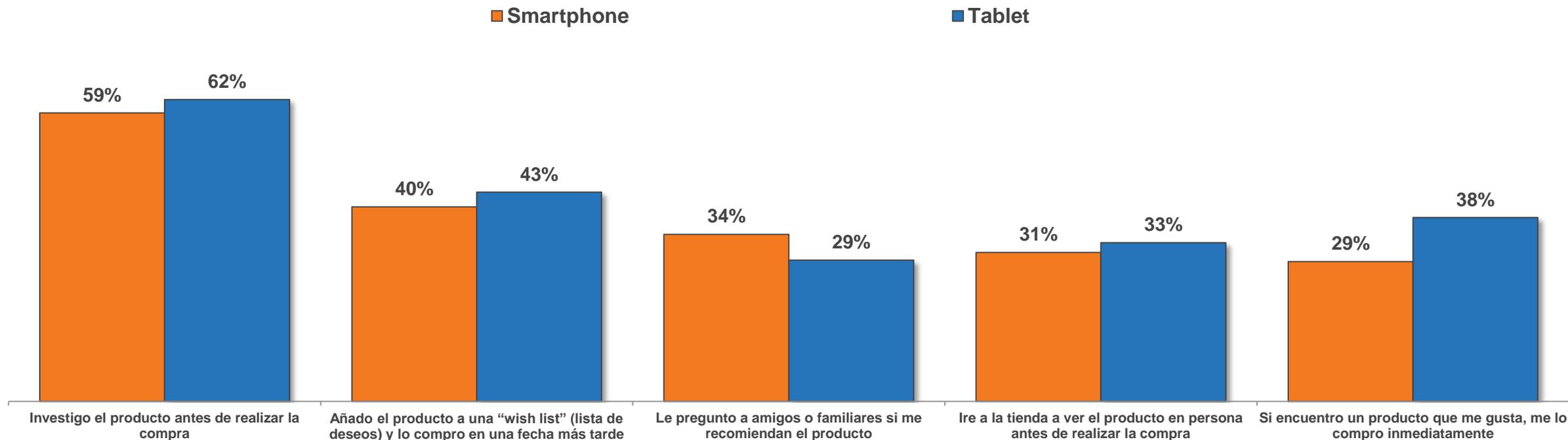
Smartphone Tablet



Base: Todos los encuestados  
QSHOP2. ¿Cuál de los siguientes describe mejor que tan a menudo investiga o compra artículos?

# Investigación sobre un producto es clave para la decisión de compra. Se registran índices más elevados de compra inmediata en Tablet vs Smartphone

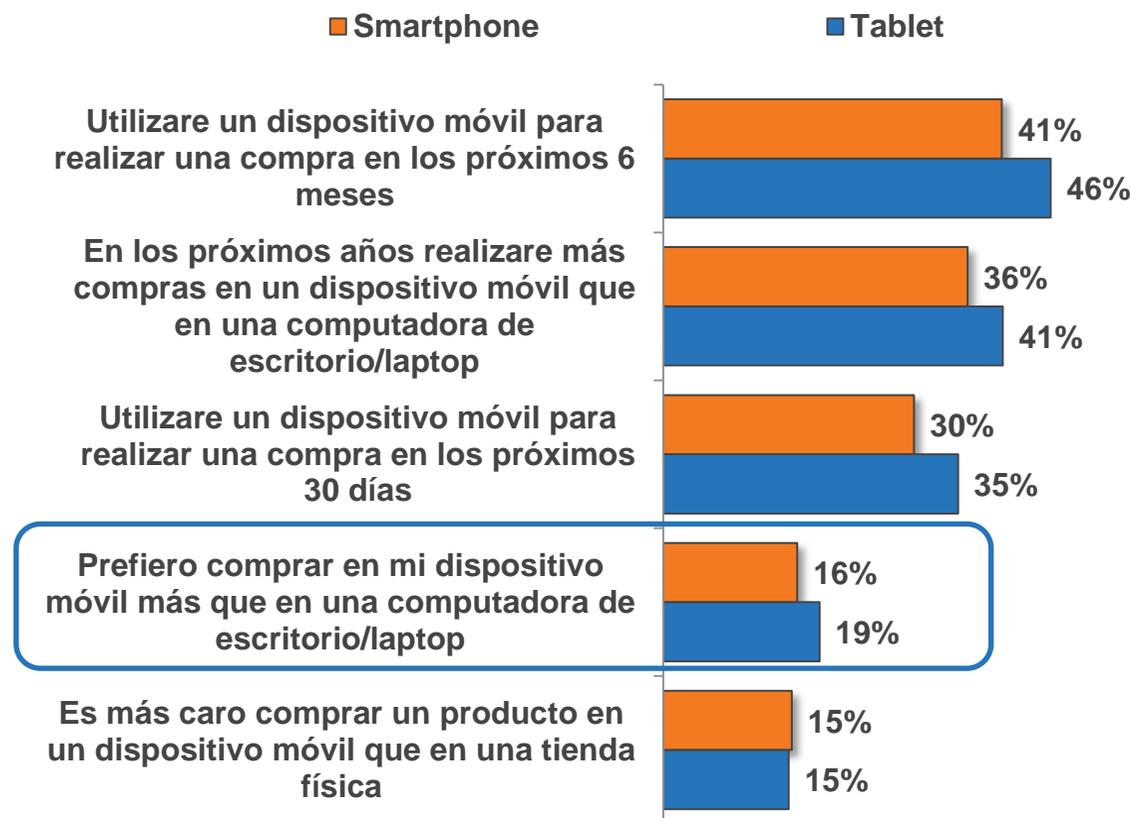
## Preferencias de Decisiones de Compras en un Dispositivo Móvil



# Oportunidad en comercio móvil: Existen personas que prefieren comprar en sus dispositivos móviles en vez de PC/Laptop

## Actitudes Hacia las Declaraciones acerca del Comercio Electrónico Móvil

(Caja superior 2 – escala de 7 pt.)

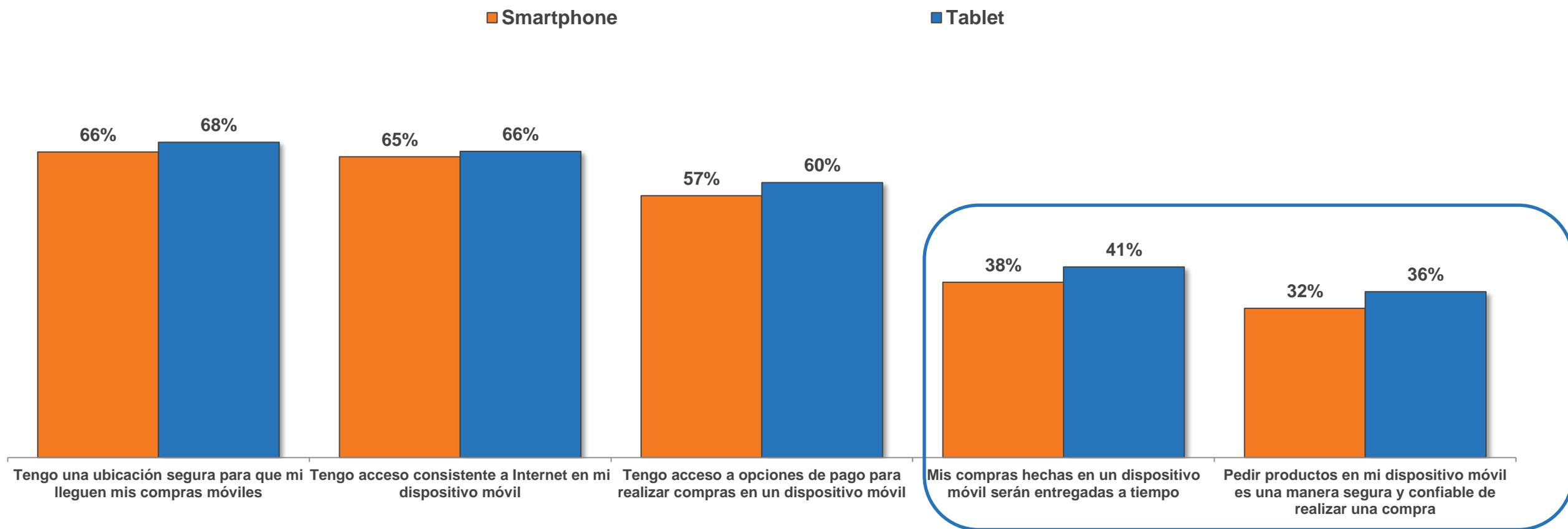


Base: Todos los encuestados

QGROWTH2. Similar a la pregunta anterior, en la escala del 1 al 7, donde 1 es "Muy en Desacuerdo" y 7 es "Muy de acuerdo", por favor indique que tanto está de acuerdo con las siguientes declaraciones acerca de dispositivos móviles.

# El consumidor está preparado y tiene confianza en la compra de productos por medio de un dispositivo móvil

## Actitudes Hacia las Declaraciones acerca del Comercio Electrónico Móvil (Caja superior 2 – escala de 7 pt.)



# Banca Móvil

# Aún queda camino por recorrer para aumentar la confianza en la realización de Transacciones Bancarias

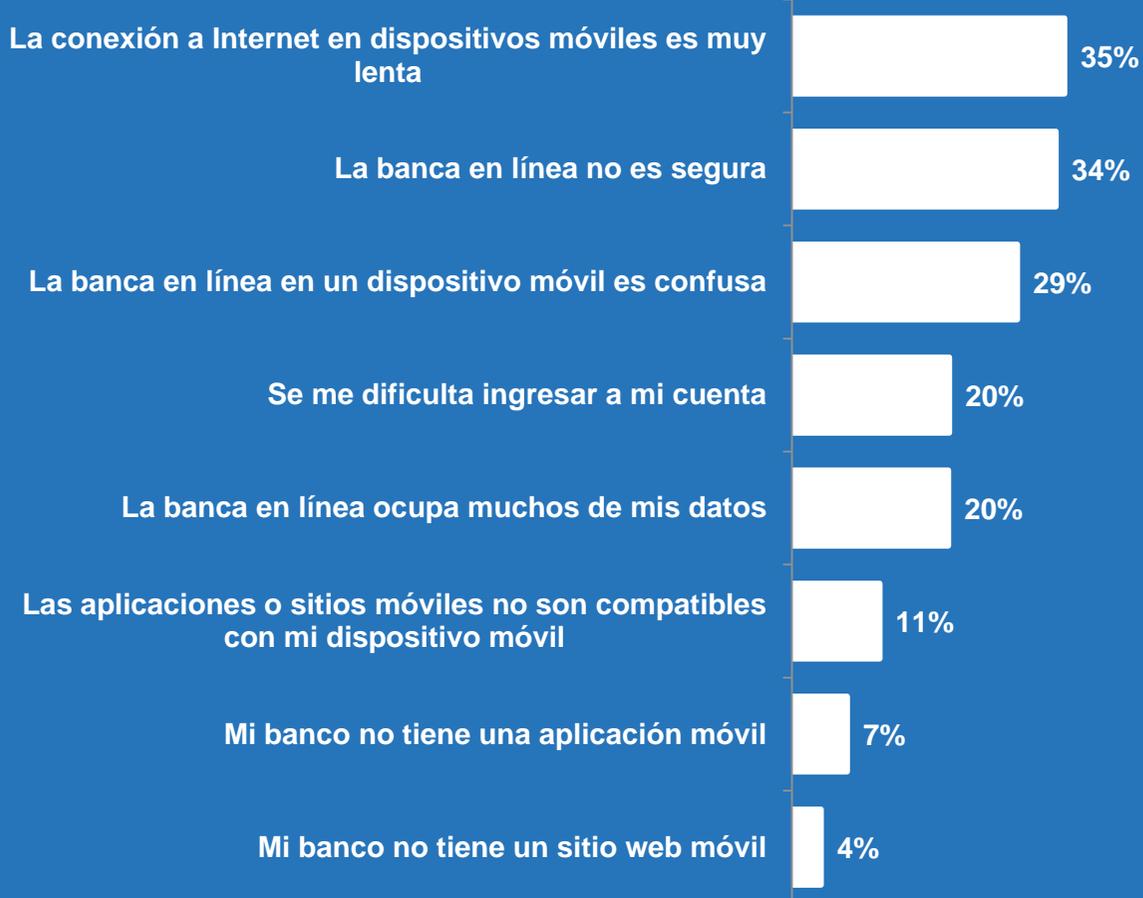
## % de Transacciones Bancarias Realizadas en Junio

■ Smartphone    □ Tablet

42%

48%

## Razones para no Realizar Transacciones Bancarias



Base: Todos los encuestados

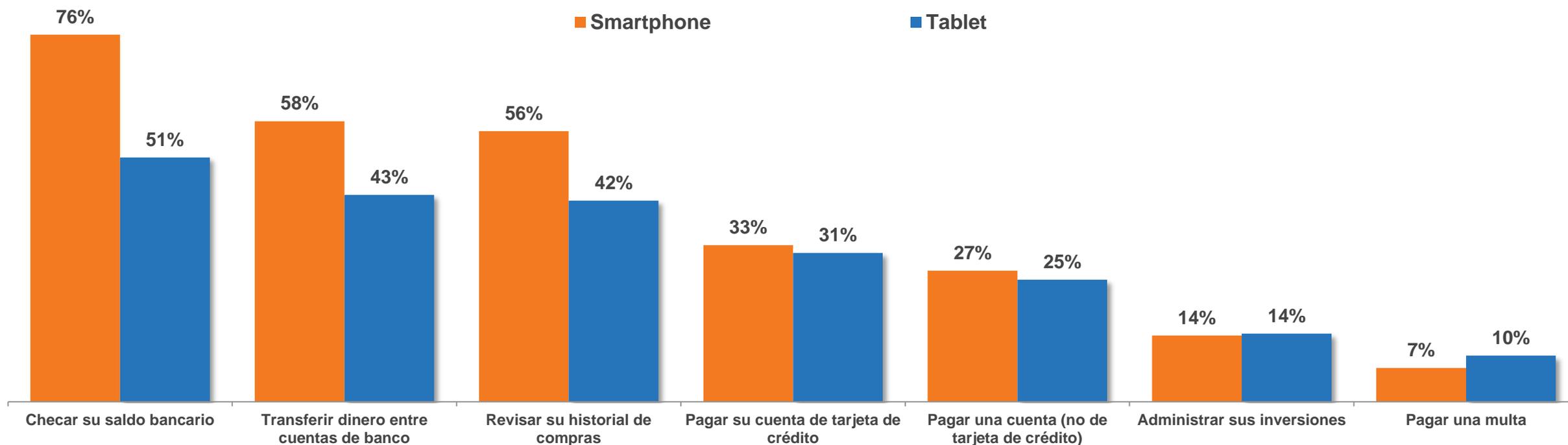
QBANKING. ¿Ha utilizado un dispositivo móvil para realizar transacciones bancarias en Junio?

Base: Encuestados que no realizaron transacciones bancarias en Junio

QNOBANK. ¿Por qué no utilizó un dispositivo móvil para realizar transacciones bancarias? (Por favor seleccione todas las que apliquen)

# Consulta de saldo de la cuenta y transferencia de dinero entre cuentas fueron las acciones más comunes entre personas que realizan Transacciones Bancarias

## Transacciones Bancarias Realizadas en Junio



# Mobile ecommerce – Apps Empresariales

*Como las aplicaciones móviles empresariales impactan en el negocio*

# Aplicaciones Empresariales – CIU Q1 2014

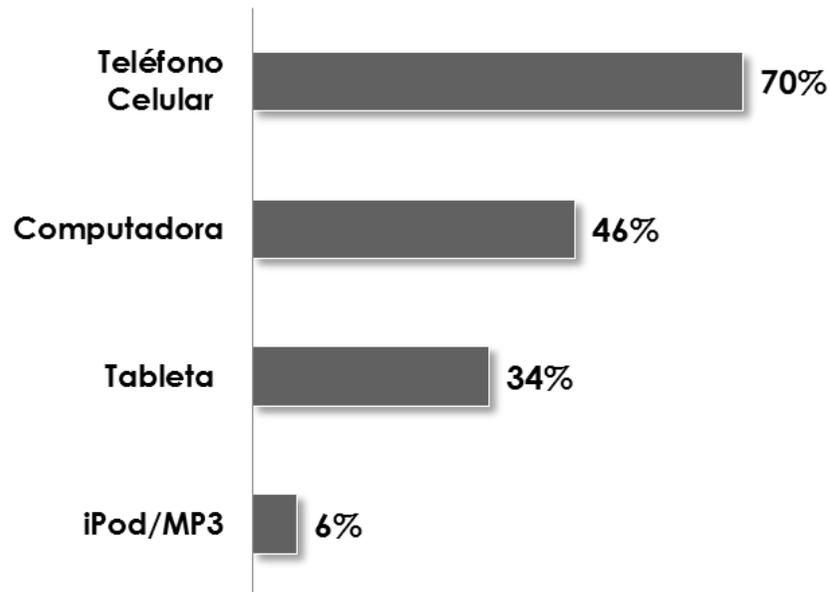
## 1. Usuarios de Aplicaciones Empresariales en México

- 11.5 Millones de personas
- Es el 27% de los que descargan APPS

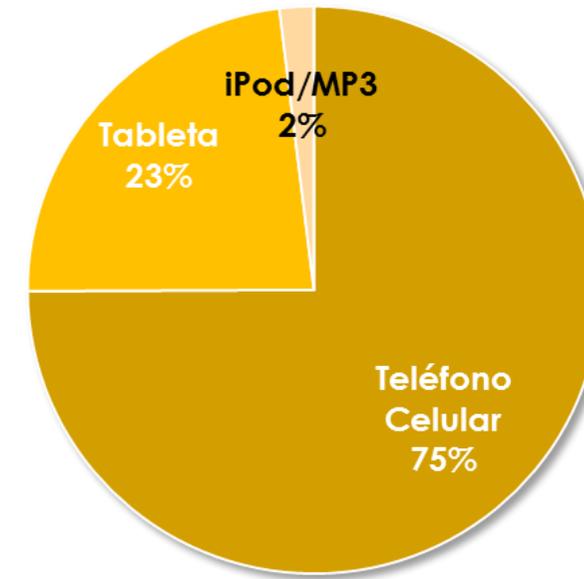
## 2. Tipo Dispositivo utilizado para descargar APPS empresariales en México y preferencia de APPS

- Dominan los Smartphones vs PCs y Tablets

Dispositivos de Descarga



Uso de Apps Empresariales en Dispositivos



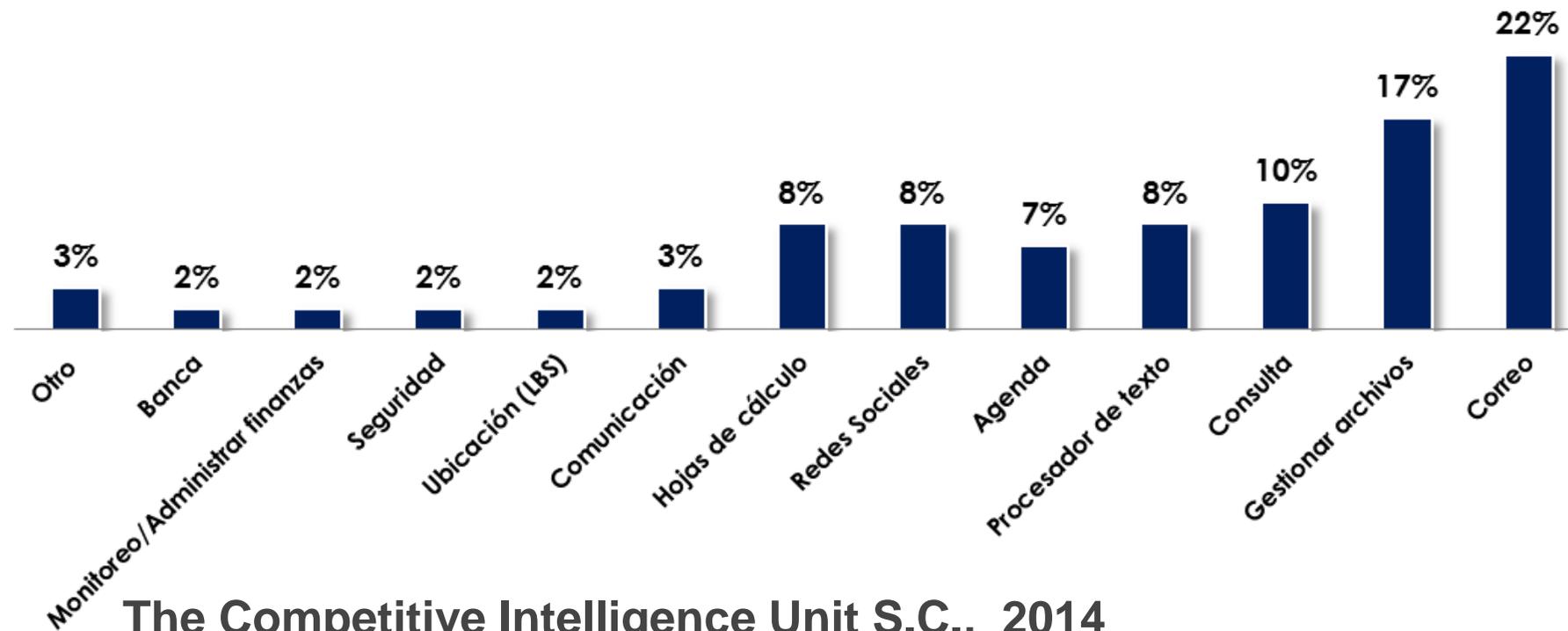
# Aplicaciones Empresariales – CIU Q1 2014

## 3. Gasto promedio en una APP empresarial en México

- MX\$ 47.9

## 3. Preferencia de APPS descargadas para uso empresarial

- Correo, Gestion de Archivos, Consultas, Procesador de Textos lideran la lista



# Mobile ecommerce – Perspectivas de Aplicaciones Móviles desde la Oferta

# Principales Antecedentes Mercado Apps Mexico

Existen 500 empresas desarrolladoras de Aplicaciones Móviles en México

45% de ellas se dedican a desarrollo de Soluciones Integrales de Negocio y el 55% solo al desarrollo de Aplicaciones Móviles

El gobierno del Distrito Federal, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), las secretarías de Gobernación y de Turismo, así como el gobierno del Estado de Jalisco, destacan en el desarrollo de aplicaciones de servicios públicos.

Las descargas en México equivalen a unos 968 Millones de Pesos (Select 2012)  
42% de las descargas fueron en Android, 40% en iOS, 7% Blackberry, 5% Windows.-

65% de las Aplicaciones disponibles en México son Gratuitas, 35% son de Paga (Select 2012)

45% de las Aplicaciones descargadas en México son Herramientas, Productividad y Finanzas y Negocios. (Select 2012)

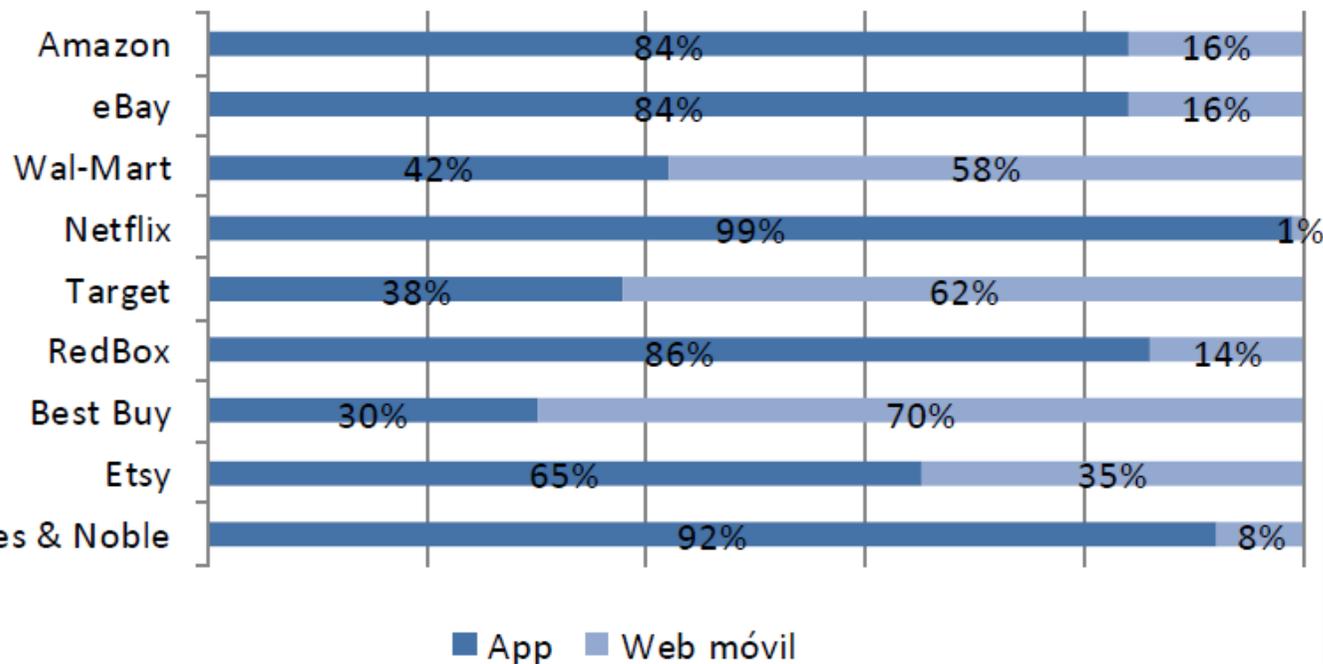
Fuente: Infotec, AMITI, CONACYT, 2012: Estudio de perspectivas y estrategia de desarrollo y difusión de aplicaciones móviles en México.  
Select Noviembre 2012

# Aplicaciones para Ecommerce: USA y México en distintas etapas

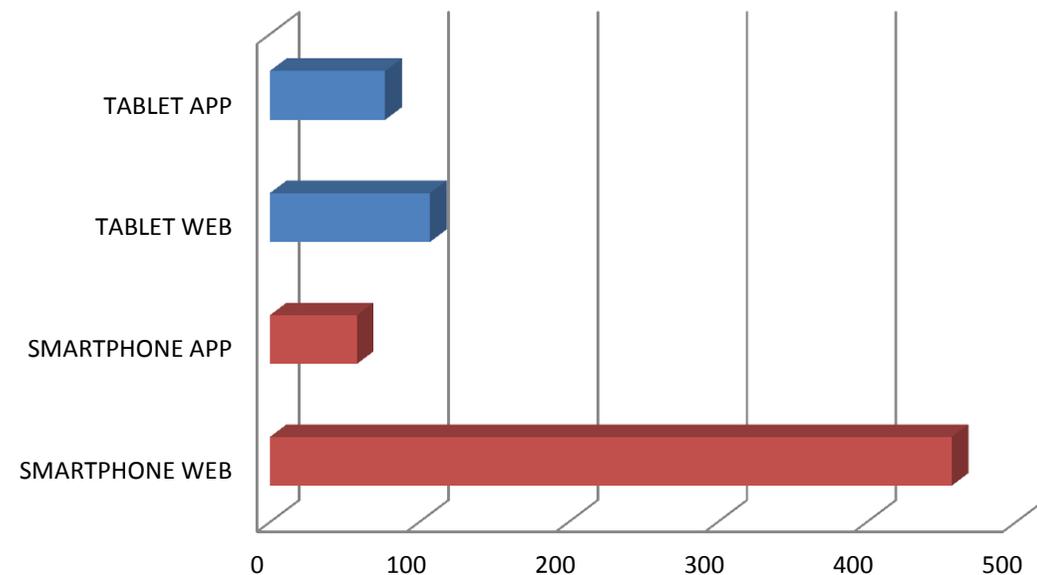
1. En varios casos las Apps generan mayor Engagement en e-retailers vs sitio web móvil (USA)

2. En México la tasa de usuarios de APPS aun es bastante menor que web móvil. Caso Amazon en México.

Participación del tiempo consumido por retailer. Aplicación vs sitio móvil, septiembre 2012.



Usuarios Amazon Mexico (miles)



Fuente: comScore Mobile Metrix USA Sept 2012 y México Agosto 2014

© comScore, Inc. Proprieta



# Los CMO's saben que Mobile cambia las reglas del juego

**Estudio CMO's Accenture 2014:** 35% piensan que Mobile representará mas del 50% del budget de Marketing en los proximos 5 años.

**Estudio CMO's Accenture 2014:** 70% de los CMO's menores de 50 años piensan que Mobile es un canal clave para alcanzar prospect y clientes (vs 50% en caso sobre 50 años)

## Areas of fundamental change for marketing over the next five years (%)

Analytics skills will be a core competence of marketing

42

Digital budgets will account for over 75% of the marketing budget

37

Mobile will account for over 50% of the marketing budget

35

Marketing will become more of an on-demand information provision function

34

Marketing, Sales, and Customer Service will be merged into a single function

34

We will not know what a marketing campaign will look like in advance: campaigns will unfold in real time, depending on the individual needs and intents of each customer across every device and channel

32

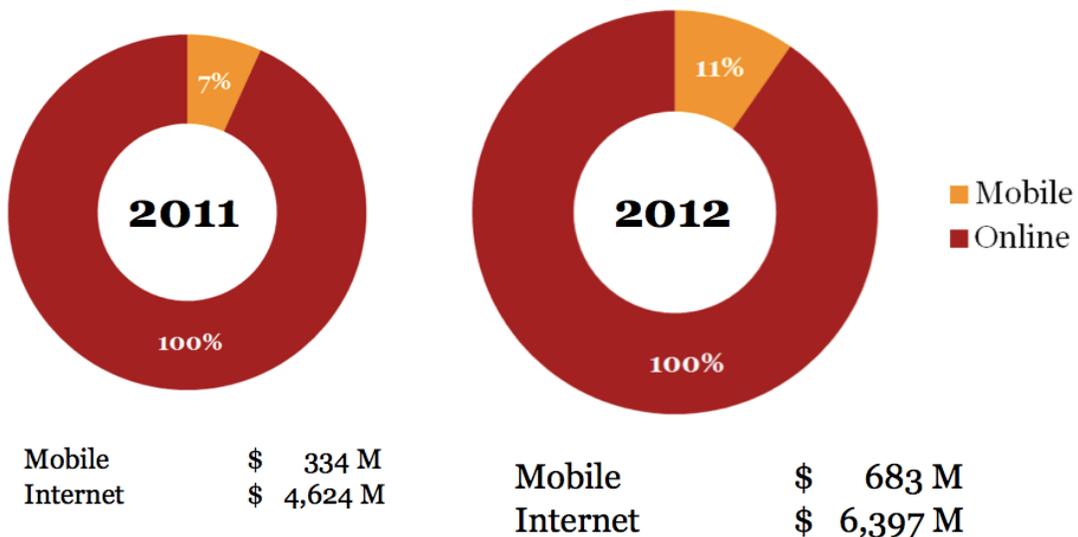


# Y en Mexico debemos luchar contra el Desequilibrio Engagement vs Inversión Mobile

IAB 2012: Mobile era el 11% de la inversión Publicitaria Online

Pero la lectoría de Periodicos en Mobile y Tablets en México es mucho mayor que ese 11%

28% del contenido de periodicos se ve en Mobile.



\*Estas cifras incluyen a los participantes de los estudios de Internet y Mobile, así como las estimaciones por el Subcomité de estimación Mobile.

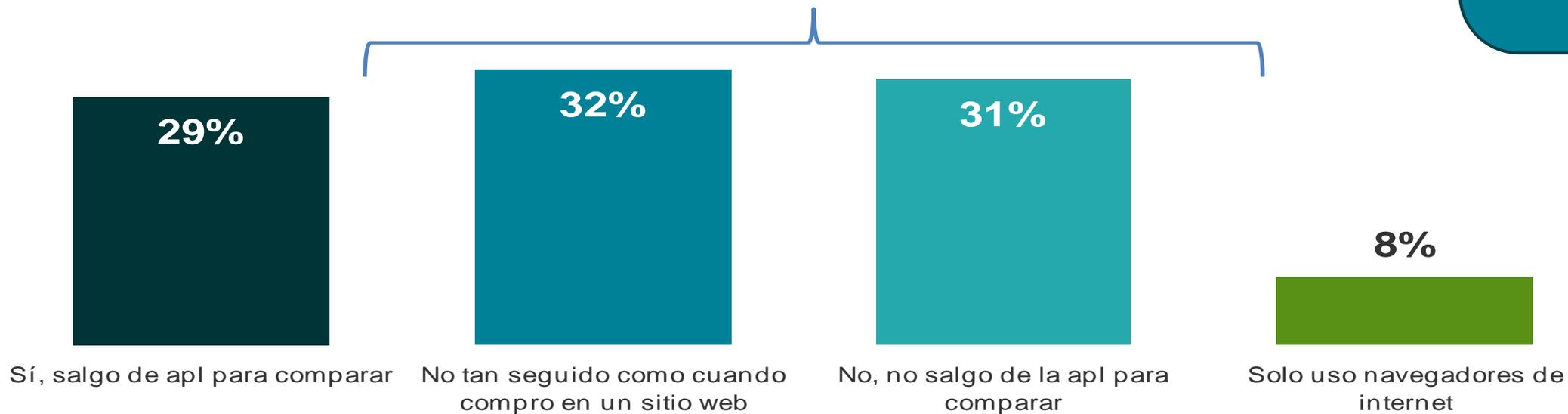
	PC		All Smartphones		All Tablets	
	Total Unique Visitors (000)	Total Pages Viewed (MM)	Total Unique Visitors (000)	Total Pages Viewed (MM)	Total Unique Visitors (000)	Total Pages Viewed (MM)
Newspaper	13,048	255	8,580	74	1,699	27
% lectoría		72%		21%		8%

# Retailers/Ecommerce, a aprovechar la oportunidad: Tener una aplicación genera mayor fidelidad por parte de los compradores en línea

## Comparación de precios a través de aplicaciones para dispositivos móviles

(n=567)

63% de los compradores dicen tender menos a comparar precios cuando usan una apl para dispositivos móviles



*Importancia de tener una aplicación para celulares, en especial en México*

# Puntos Clave del Reporte

# Puntos Clave

- **Oportunidades:**

- **Los consumidores mexicanos SI están usando sus dispositivos móviles para realizar compras;** durante el mes de junio de 2014 **\$2.3 billones de Pesos Mexicanos** fueron gastados en dispositivos móviles. Las compras móviles registraron el 18% de los pesos gastados en línea (comparado con el 12% en Estados Unidos). Sin embargo, **la Computadora Personal/laptop continua siendo el principal medio para compras digitales.**
- **El Comprador Móvil Mexicano es Multiplataforma:** Alrededor de 3 de cada 4 compradores usaron un dispositivo móvil además de su Computadora Personal/laptop en Junio de 2014.
- **El consumidor mexicano ve al dispositivo móvil como una herramienta para investigar productos**
- **El índice de consumidores mexicanos que consumen contenido móvil está en crecimiento,** México lidera la migración de tráfico desde PC/Laptop a Móvil. Esto se demuestra además viendo cómo las 9 propiedades de Internet Mexicanas principales ven el doble de crecimiento móvil en solo 5 meses.
- **Contar una aplicación móvil genera compras más inmediatas y con menos interés en comparar precios**

# Puntos Clave

- **Desafíos del Comercio Electrónico móvil:**
  - **La conexión a Internet de dispositivos móviles** es considerada lenta por los encuestados, siendo una de las principales quejas que el usuario sea incapaz de ver imágenes/videos de productos debido al ancho de banda limitado, las compras toman más tiempo, y los planes de datos son considerados elevados por los encuestados.
  - **Oportunidad para trabajar aún más en la Satisfacción en el proceso de compras en smartphones: 42%** de los consumidores que realizaron una compra utilizando un smartphone están muy satisfechos con el proceso de compra, queda espacio para hacer una mejor experiencia para nuestros compradores.
  - **Mayor concentración de Pesos comprados en descargas digitales** que son tickets promedios bajos. Dado que sí existe un mercado de potenciales compradores móviles tenemos la oportunidad de incrementar el valor para el comprador y nuestros negocios, si la oferta es atractiva.

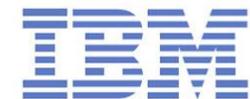
# Puntos Clave

- **Áreas de Enfoque:**

- **Camino a la compra:** Los consumidores buscan productos en sus dispositivos móviles. Sin embargo, los consumidores muestran una mayor preferencia en computadoras de escritorio/laptops para sus compras. Si la compra móvil fuera realizada de manera más fácil y rápida, esto ayudaría a convertir a los usuarios de computadoras de escritorio/laptop en usuarios móviles.
- **Para acelerar e incentivar el proceso de compra**, las compañías deben mirar hacia las aplicaciones y navegadores móviles como canal. Los usuarios que realizan compras a través de tablets muestran insatisfacción con los retailers con quienes compran por no tener sitios o aplicaciones móviles, incluso más que los usuarios de smartphones. Ya sólo el hecho de tener un site responsivo ayuda al consumidor a tener una mejor experiencia de compra en dispositivos móviles.

# Dispositivos Móviles: Hábitos del consumidor Mexicano

Midiendo **Digital**



## Perspectivas sobre el Uso del Comercio Electrónico Móvil en México – Octubre 2014



 [www.facebook.com/comscoreinc](http://www.facebook.com/comscoreinc)

 [@comScoreLATAM](https://twitter.com/comScoreLATAM)

Iván Marchant  
VP comScore

[imarchant@comscore.com](mailto:imarchant@comscore.com)  
[@imarchant](https://twitter.com/imarchant)