

Horizonte 2024: La impostergable transformación





Al inicio de este prometedor 2024, nos encontramos en una encrucijada de retos y oportunidades. Este año se perfila como un período decisivo para las empresas que están preparadas para abrazar las tendencias emergentes y enfrentar los desafíos con determinación.

La revolución del comercio electrónico ha nivelado el campo de juego, convirtiéndose en una herramienta indispensable para empresas de todos los tamaños. Aquellas que aún no han adoptado un canal de venta en línea corren el riesgo de quedarse atrás. La implementación de soluciones de e-commerce no solo amplía nuestro alcance, sino que también nos permite ofrecer experiencias de compra más convenientes y personalizadas.

Contenido

Indicadores y Perspectiva 2024	05
Escenario actual y proyecciones sobre el internet y los internautas en la región	31
Marketplace KIUBIX	50
Ecosistema KIUBIX	51
Notas finales	52



El trabajo remoto, una tendencia que ha ganado terreno, se ha establecido como un componente esencial de la cultura laboral moderna. Las empresas que adoptan esta modalidad pueden atraer y retener talento de alto calibre, independientemente de su ubicación geográfica. Además, el trabajo remoto puede ayudar a reducir costos operativos y mejorar la productividad.

En un mundo cada vez más digital, la eficiencia y eficacia en la gestión de procesos digitales como transacciones monetarias, firmas digitales y reuniones virtuales se han vuelto esenciales. La adaptación a este nuevo entorno digital no solo es una cuestión de conveniencia, sino un imperativo para mantenerse competitivo.

Sin embargo, enfrentamos desafíos significativos en este proceso de transformación digital. La resistencia al cambio, la falta de habilidades digitales relevantes entre los empleados, y la necesidad de garantizar la seguridad y privacidad de los datos son barreras que debemos superar. Crear una cultura de innovación y cambio, invertir en la formación de los empleados y asegurar la protección de los datos son pasos críticos en este camino.

Un aspecto que sigue siendo vital es la gestión de clientes con calidez y oportunidad. En un mundo cada vez más automatizado, una atención al cliente excepcional es lo que distingue a las empresas líderes.

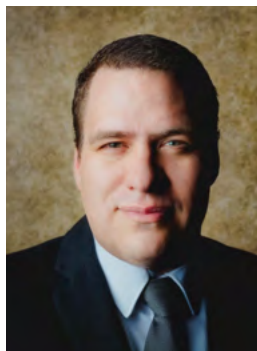
La inteligencia artificial ha comenzado a transformar el mundo empresarial en formas que apenas estamos comenzando a comprender. Desde mejorar la experiencia del cliente hasta automatizar tareas repetitivas y desarrollar nuevos productos y servicios, la IA se está convirtiendo en un motor de innovación y eficiencia.

Para prepararnos para el futuro, es esencial invertir en la formación de nuestros empleados, adaptar nuestros procesos a la nueva realidad digital y aprovechar al máximo la tecnología disponible. Estas acciones no solo nos permitirán enfrentar los desafíos actuales, sino también capitalizar las oportunidades que estas transformaciones traen consigo.

Este 2024 nos brinda la oportunidad de redefinir nuestras estrategias, realinear nuestros objetivos y renovar nuestro compromiso con la innovación y la excelencia. Juntos, podemos abrazar estas oportunidades y convertir los desafíos en escalones hacia el éxito.

Agradecemos tu confianza continua y nos entusiasma avanzar juntos en este emocionante viaje hacia un futuro lleno de posibilidades.

--- **Francisco J. Ruiz López**





Indicadores y Perspectiva 2024

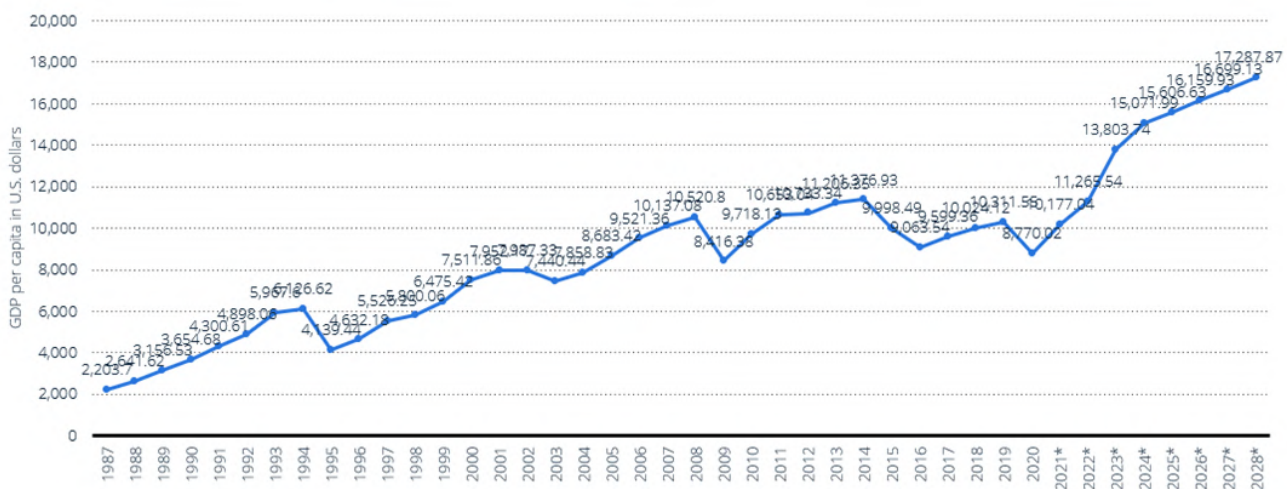
Como parte de nuestro compromiso en KIUBIX por apoyar el crecimiento sostenido y el éxito de nuestros clientes, proveedores y la comunidad, nos complace ofrecer una selección de *insights* relevantes para la toma de decisiones estratégicas en el año 2024. Entendemos la importancia de tomar decisiones basadas en datos y, por ello, compartimos estadísticas clave que podrían ser el faro para una visión más clara y un camino exitoso para tu empresa en el próximo año.

Aunque KIUBIX tiene sus raíces en México, y gran parte de esta información está centrada en nuestro país de origen, estamos expandiendo activamente nuestra huella en Estados Unidos y Latinoamérica. Por tanto, nos esforzamos por incluir datos y tendencias regionales que reflejen nuestra creciente presencia y el panorama internacional en el que operamos.

Apostarle a México sigue siendo una gran idea. La trayectoria del PIB per cápita de México, desde 1987 hasta las proyecciones para 2028, refleja tendencias significativas de crecimiento económico y desarrollo. Al observar esta evolución, vemos que a pesar de las fluctuaciones, ha habido un aumento sostenido a largo plazo. En el último dato registrado, el PIB per cápita alcanzará para el 2028 los 17,287.87 dólares, una proyección que nos invita a fomentar políticas y estrategias económicas que propicien un crecimiento inclusivo y sostenible. Esta progresión es un indicador vital para las decisiones de inversión y políticas públicas que marcarán la dirección de México hacia el 2024.

Mexico: Gross domestic product (GDP) per capita in current prices from 1987 to 2028 (in U.S. dollars)

Gross domestic product (GDP) per capita in Mexico 2028



Source(s): IMF; ID 263597

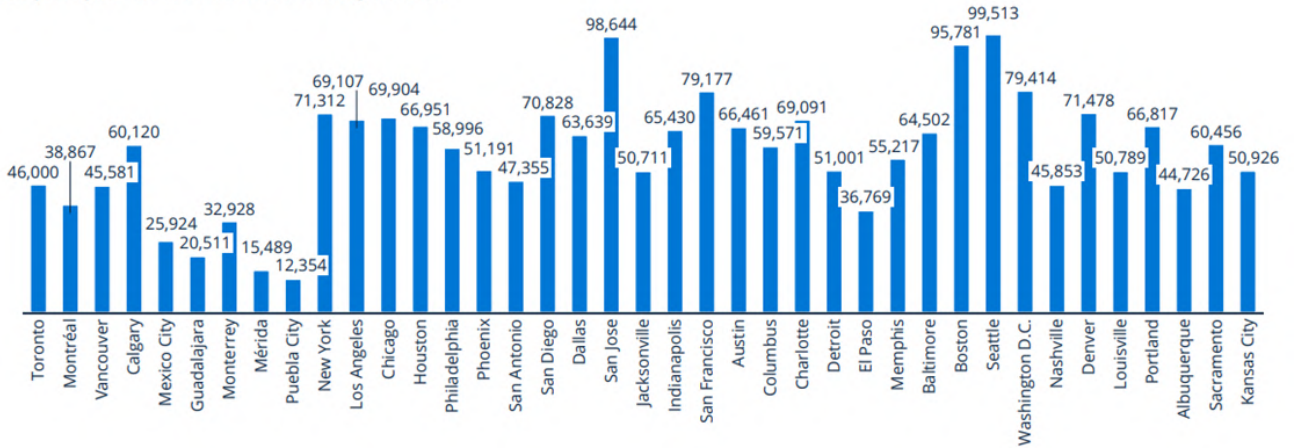
statista



The city GDP per capita of Mexico City was at US\$25,924, being US\$73,589 behind regional high-performer

Economic Conditions: City (1/2)

GDP per capita⁽¹⁾ for selected cities in this region in US\$



Notes: (1) Varying years. Using the latest data available for each city. See appendix for methodology
 Sources: OECD 2021; Open Data Network 2021; Brookings Institution 2018; Statista 2021



La gráfica anterior muestra el PIB per cápita de Ciudad de México en comparación con otras ciudades de América del Norte. Con un PIB per cápita de 25,924 dólares, frente a cifras más altas en ciudades estadounidenses, México enfrenta el reto de aumentar su competitividad económica. Aprovechando estrategias como el nearshoring y la digitalización, especialmente potenciando el emprendimiento y la innovación en las PyMEs, México puede fortalecer su economía y cerrar la brecha de ingresos en la región.



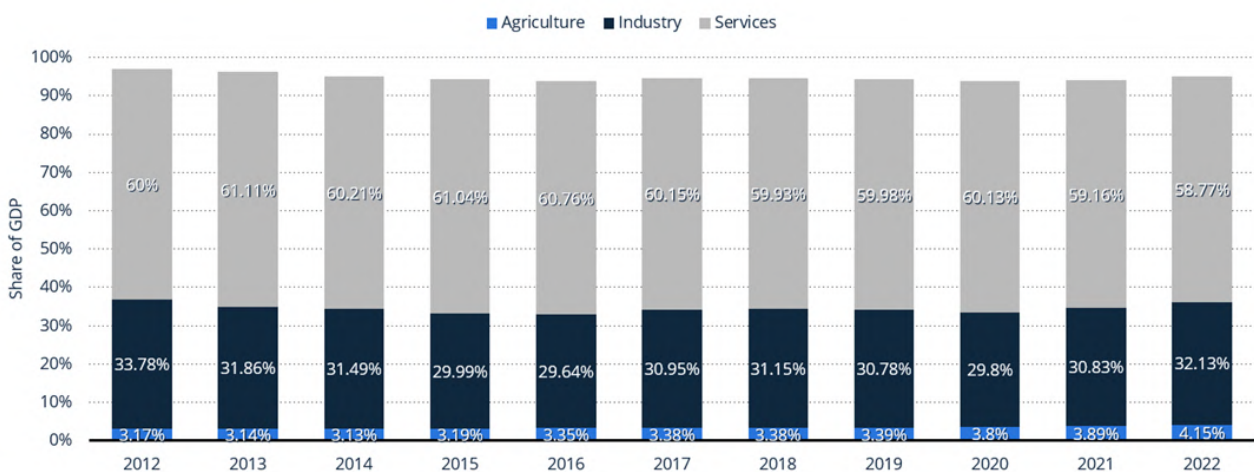
La distribución del Producto Interno Bruto (PIB) de México entre los sectores económicos de 2012 a 2022 muestra una participación predominante del sector servicios, seguido por la industria y la agricultura. El creciente enfoque en los servicios, que abarca el 58.77% del PIB en 2022, destaca la importancia de la digitalización para impulsar la eficiencia y la innovación en este sector dominante.

El sector servicios, que se beneficia ampliamente de la transformación digital, incluye subsectores como la banca, el turismo, las telecomunicaciones y la tecnología de la información, todos los cuales tienen el potencial de ser más productivos y escalables a través de la adopción de nuevas tecnologías. A medida que México continúa su transición hacia una economía más orientada a los servicios, la digitalización no solo es deseable, sino esencial para mantener la competitividad y fomentar un crecimiento económico sostenible.

La transformación digital es, por lo tanto, un paso impostergable para las empresas mexicanas que buscan capitalizar las tendencias del mercado y responder a las demandas de una economía global en constante cambio.

Mexico: Distribution of the gross domestic product (GDP) across economic sectors from 2012 to 2022

Distribution of gross domestic product (GDP) across economic sectors in Mexico 2022



Description: This statistic shows the distribution of the gross domestic product (GDP) across economic sectors in Mexico from 2012 to 2022. In 2022, agriculture contributed around 4.15 percent to the GDP of Mexico, 32.13 percent came from the industry and 58.77 percent from the service sector. For further information, see Mexico's GDP. [Read more](#)
 Note(s): Mexico
 Source(s): World Bank

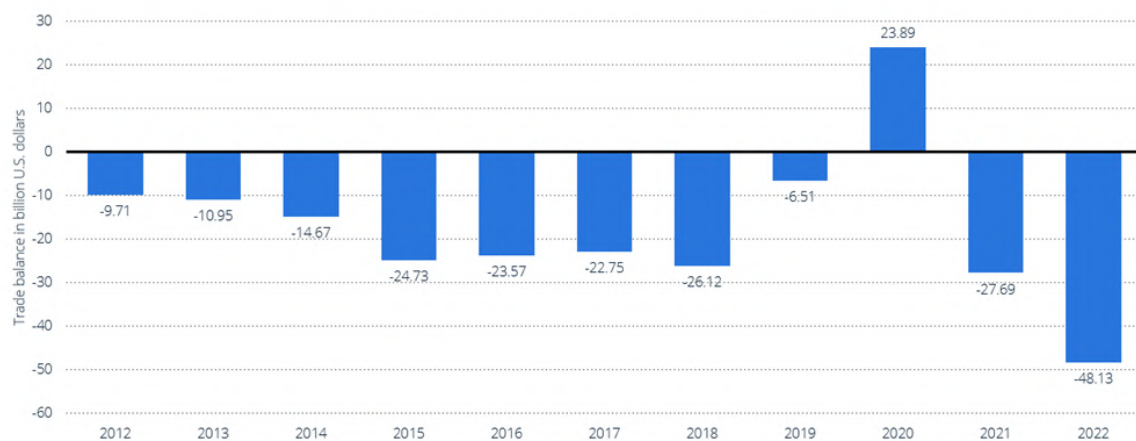




La balanza comercial de México, que nos muestra la diferencia entre exportaciones e importaciones desde 2012 hasta 2022, es un termómetro económico clave para el diseño de estrategias de negocio en 2024. Con un déficit de 48.13 mil millones de dólares en 2022, es crucial analizar este indicador para ajustar las tácticas comerciales y de inversión que maximicen la eficiencia y la competitividad en el mercado global. Este patrón nos obliga a enfocarnos en fortalecer las exportaciones y optimizar las importaciones, apoyando así el crecimiento sostenible y la prosperidad económica de México en el año que comienza.

Mexico: Trade balance of goods from 2012 to 2022 (in billion U.S. dollars)

Trade balance of goods in Mexico 2022



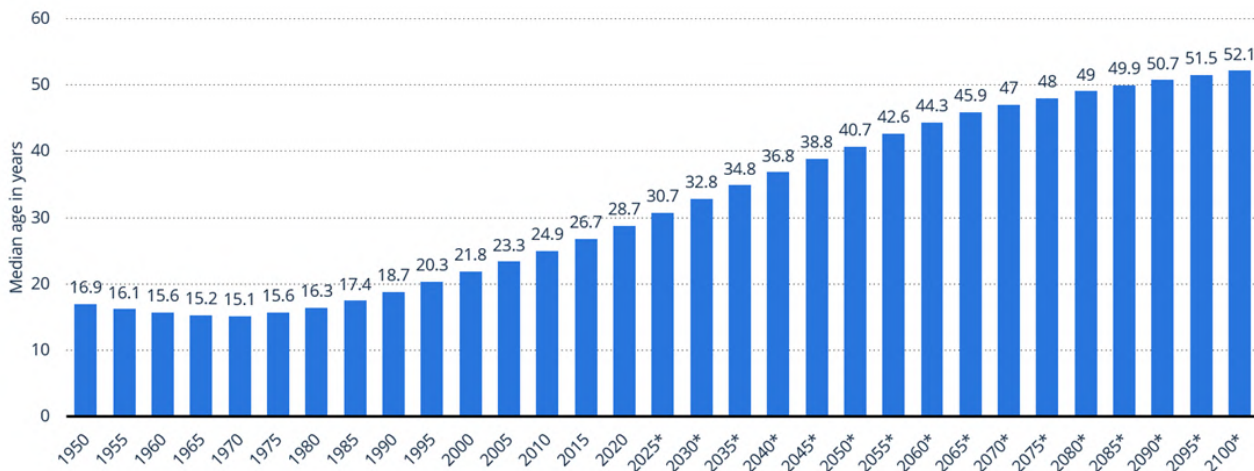
Source(s): Deutsche Bank Research; WTO; Statista; ID 263626





Mexico: Median age of the population from 1950 to 2100 (in years)

Median age of the population in Mexico 2020



Description: The statistic depicts the median age in Mexico from 1950 to 2100. The median age of a population is an index that divides the population into two equal groups: half of the population is older than the median age and the other half younger. In 2020, the median age of Mexico's population was 28.7 years. [Read more](#)

Note(s): Mexico: 1950 to 2022. *Figures are estimates. According to the source, figures have been based on a medium variant. [Read more](#)

Source(s): United Nations



La progresión del envejecimiento de la población en México, reflejada en la proyección de la mediana de edad desde 28.7 años en 2020 hasta superar los 50 años para el final del siglo, resalta una transformación demográfica significativa. Este cambio no solo impacta las políticas sociales y económicas sino que también establece un imperativo para la transformación digital en las empresas.

Con una fuerza laboral que envejece y la consiguiente disminución de la población joven, es crucial que las empresas se digitalicen para mantener la productividad y competitividad. La automatización y la tecnología de inteligencia artificial ofrecen soluciones para contrarrestar la reducción potencial en la mano de obra disponible y los cambios en los patrones de consumo. Además, la digitalización permite a las empresas llegar a un mercado que, con el tiempo, demandará más servicios en línea y soluciones adaptadas a una población de mayor edad.

Para 2024, la transformación digital no es solo una ventaja competitiva, sino una necesidad estratégica que permitirá a las empresas mexicanas adaptarse y prosperar en un panorama demográfico en evolución.



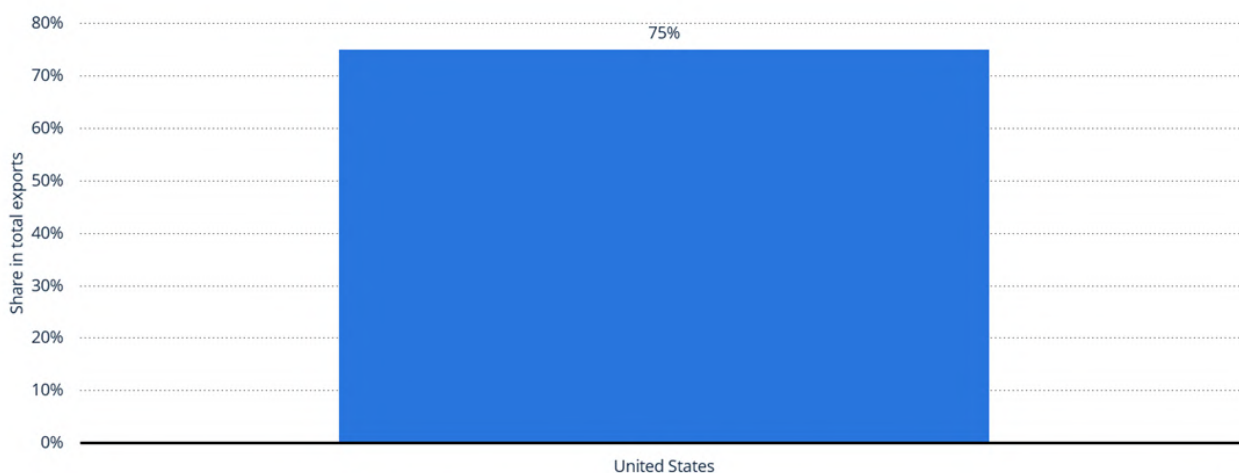
Estados Unidos se consolida como el principal destino de las exportaciones mexicanas, representando el 75% del total. Esta significativa concentración de comercio con un solo socio pone de manifiesto la importancia de adoptar estrategias de nearshoring, aprovechando la cercanía geográfica y la integración económica para expandir las exportaciones.

El nearshoring ofrece la posibilidad de relocalizar cadenas de suministro internacional más cerca de Estados Unidos, lo que se traduce en menores costos logísticos, tiempos de entrega reducidos y una mayor agilidad en la respuesta a las demandas del mercado. Para capitalizar estas oportunidades, es impostergable que las empresas mexicanas avancen en su transformación digital, implementando tecnologías que permitan una mejor integración con las cadenas de valor norteamericanas, una mayor trazabilidad y eficiencia operativa y una adaptación rápida a las tendencias de consumo.

La digitalización es un pilar que permitirá a México consolidar su posición como un centro de nearshoring preferente, impulsando su economía en el panorama global y asegurando un crecimiento sostenido en el marco de la nueva realidad comercial del 2024

Mexico: Main export partners in 2023

Main export partners for Mexico 2023



Description: The statistic shows the main export partners for Mexico in 2023. The main export partner for Mexico in 2023 were the United States, accounting for 75 percent of all exports. [Read more](#)
 Note(s): Mexico
 Source(s): CIA

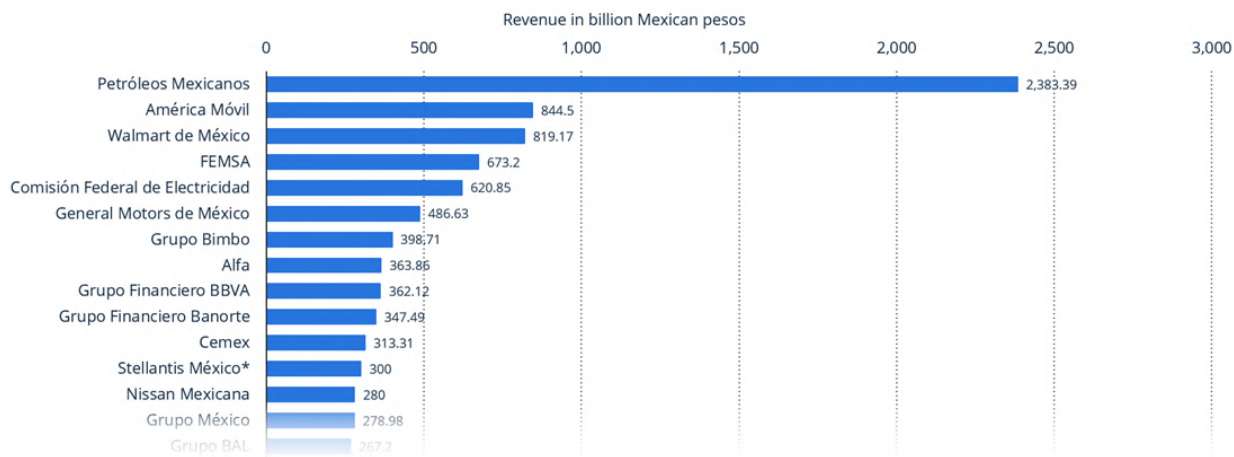




La siguiente gráfica muestra las empresas líderes en México en 2023, subrayando el dominio de conglomerados grandes. Para un crecimiento económico equilibrado, las PyMEs deben ser el foco, ya que representan la mayor fuente de empleo y son clave para la innovación. Apoyar a las PyMEs en su digitalización y acceso a financiamiento no solo mejora su competitividad, sino que también es esencial para diversificar la economía mexicana y aprovechar las oportunidades del nearshoring. El fortalecimiento de las PyMEs es vital para un desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

Leading companies in Mexico in 2023 (in billion Mexican pesos)

Largest companies in by revenue (in billion Mexican pesos)



Descriptions: In 2022, state-owned Mexican oil company Petróleos Mexicanos, known as Pemex, was the leading Mexican company based on net revenue, with roughly 2.4 trillion Mexican pesos generated. América Móvil ranked second that year, with a revenue of around \$45 billion pesos. [Read more](#)

Note(s): Mexico; 2023; * Formerly FCA Automobiles. Figures have been rounded. **Source(s):** expansion.mx





Leading goods exported from Mexico, by export value (in billion U.S. dollars)

Mexico: leading exports of commodities

	Export value in billion U.S. dollars
Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	136.08
Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	103.01
Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers, and parts and accessories of such articles	97.33
Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral waxes	37.85
Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical instruments and apparatus; parts and accessories thereof	22.84
Plastics and articles thereof	13.15

Description: In 2022, the category of vehicles (other than railway or tramway rolling stock and parts) ranked first among exports from Mexico, with a value of 136 billion U.S. dollars. In comparison, beverages, spirits and vinegar, which ranked eighth that year accounted for 11.65 billion U.S. dollars out of the 578.281 billion U.S. dollars' worth of goods exported that year. In terms of imported commodities to Mexico, electrical machinery and equipment led the list. [Read more](#)

Note(s): Mexico; 2022

statista

México lidera sus exportaciones con categorías de productos como vehículos (excluyendo el material rodante ferroviario y de tranvías), y sus partes y accesorios, con un valor de exportación de 136.08 mil millones de dólares. Le siguen aparatos y maquinaria mecánica, reactores nucleares y calderas, con 103.01 mil millones de dólares; y maquinaria y equipo eléctrico, equipos de grabación y reproducción de sonido, y sus partes, con 97.33 mil millones de dólares. Los combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación están también entre los principales exportados, así como productos de las industrias químicas y artículos de plástico.

Estos datos muestran un fuerte sector industrial y tecnológico en México, lo que presenta oportunidades para empresas que operan en estos sectores o que están buscando diversificar su presencia en mercados internacionales. La especialización en las categorías de exportación más fuertes puede ofrecer ventajas competitivas y apertura a nuevos mercados globales.



Leading goods imported in Mexico, by import value (in billion U.S. dollars)

Mexico: leading imports of commodities

	Import value in billion U.S. dollars
Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers, and parts and accessories of such articles	117.28
Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	94.22
Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral waxes	62.9
Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	48.29
Plastics and articles thereof	32.72
Commodities not elsewhere specified	24.48
Iron and steel	20.82

Description: In 2022, the category of electrical machinery and equipment and parts thereof, sound recorders and reproducers, television image and sound recorders and reproducers, and parts and accessories of such articles ranked first among goods imported in Mexico, with a value of approximately 117 billion U.S. dollars. In comparison, organic chemicals, a category which ranked ninth among Mexican imports, accounted for 13.3 billion U.S. dollars out of the 604.6 billion U.S. dollars' worth of goods [...]. [Read more](#)

Notes: Mexico, 2022

Source(s): Trade Map; UN Comtrade

statista 

México tiene una alta demanda de importaciones en categorías como maquinaria eléctrica y equipos, partes de aparatos de grabación y reproducción de sonido, y sus partes, que lideran con un valor de importación de 117.28 mil millones de dólares. Le siguen maquinaria mecánica, reactores nucleares, calderas y sus partes, así como combustibles minerales y aceites. Estas importaciones son fundamentales para varios sectores industriales del país, lo que refleja la integración de México en las cadenas de suministro globales y su dependencia de la tecnología y recursos energéticos extranjeros.

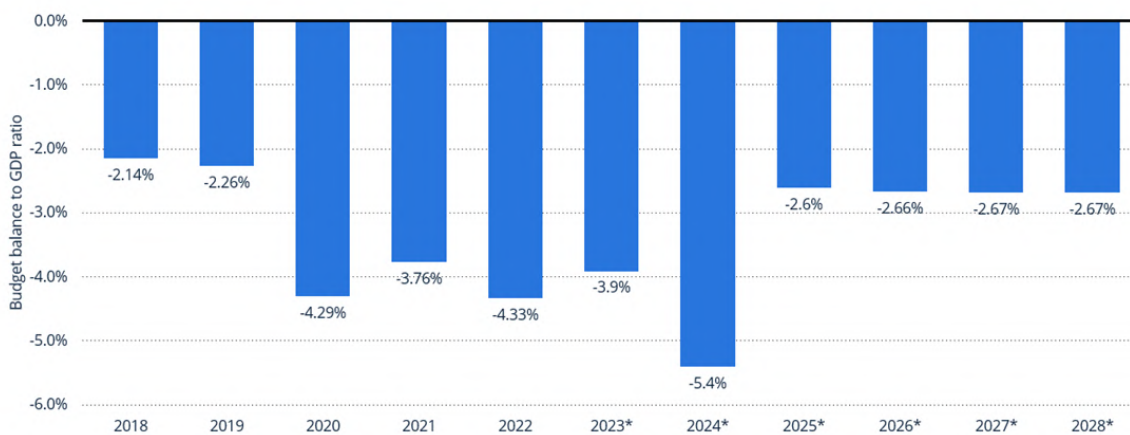
Para las empresas que operan en estos sectores, las cifras sugieren que México podría ser un mercado de exportación lucrativo, y para las empresas mexicanas, estos datos pueden indicar oportunidades de inversión en producción nacional o diversificación de fuentes de suministro para aumentar la competitividad y reducir la dependencia de importaciones.



A continuación, la proyección del balance presupuestario de México en relación con su Producto Interno Bruto (PIB) desde 2018 hasta 2028. Los datos indican una tendencia hacia una disminución del déficit como porcentaje del PIB en los últimos años del periodo proyectado, sugiriendo posibles mejoras en la gestión fiscal o crecimiento económico. Estas cifras pueden ser relevantes para las empresas y los inversores que buscan entender el panorama económico y fiscal de México, ya que un déficit menor podría ser indicativo de una estabilidad económica creciente y un entorno favorable para la inversión y los negocios.

Mexico: Budget balance from 2018 to 2028 in relation to gross domestic product (GDP)

Budget balance in Mexico in relation to gross domestic product (GDP) 2028



Description: The budget balance in relation to the gross domestic product in Mexico was forecast to increase between 2023 and 2028 by in total 1.2 percentage points. This overall increase does not happen continuously, notably not in 2026 and 2027. The budget balance is estimated to amount to -2.67 percent in 2028.
 Note(s): Mexico, 2018 to 2028. * Estimate. For the purposes of clarity, figures have been rounded.
 Source(s): IMF

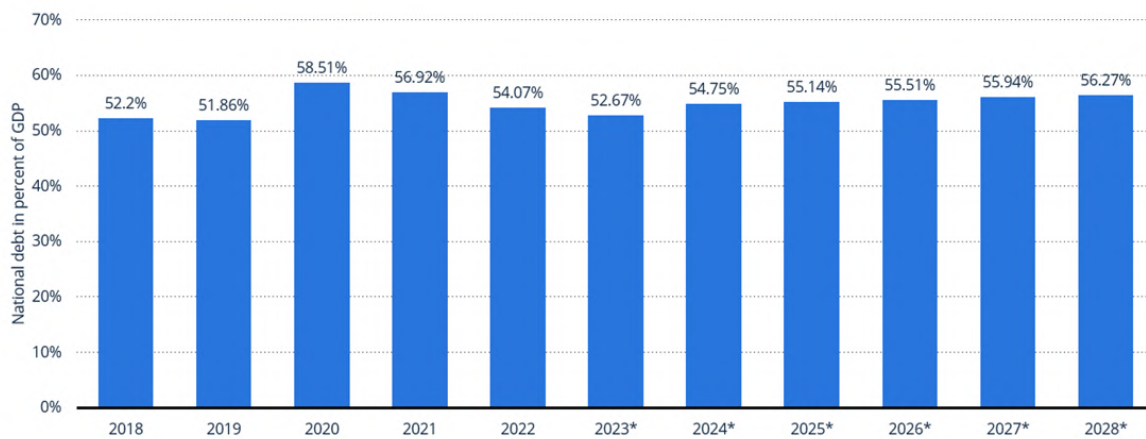




La deuda nacional de México, como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB), muestra una tendencia ascendente, proyectada hasta el 2028. Con un incremento sostenido que refleja un endeudamiento creciente del país, este indicador es clave para la planificación estratégica empresarial, especialmente para aquellos en sectores dependientes de la financiación y políticas gubernamentales. Las empresas deben ser conscientes de este panorama al considerar inversiones a largo plazo, ya que puede influir en la estabilidad económica y las condiciones de mercado. Además, el manejo de la deuda pública puede afectar indirectamente a la inversión en infraestructura y servicios, así como a la confianza de los inversores, lo que repercutiría en el clima de negocios general.

Mexico: National debt from 2018 to 2028 in relation to gross domestic product (GDP)

National debt of Mexico in relation to gross domestic product (GDP) 2028



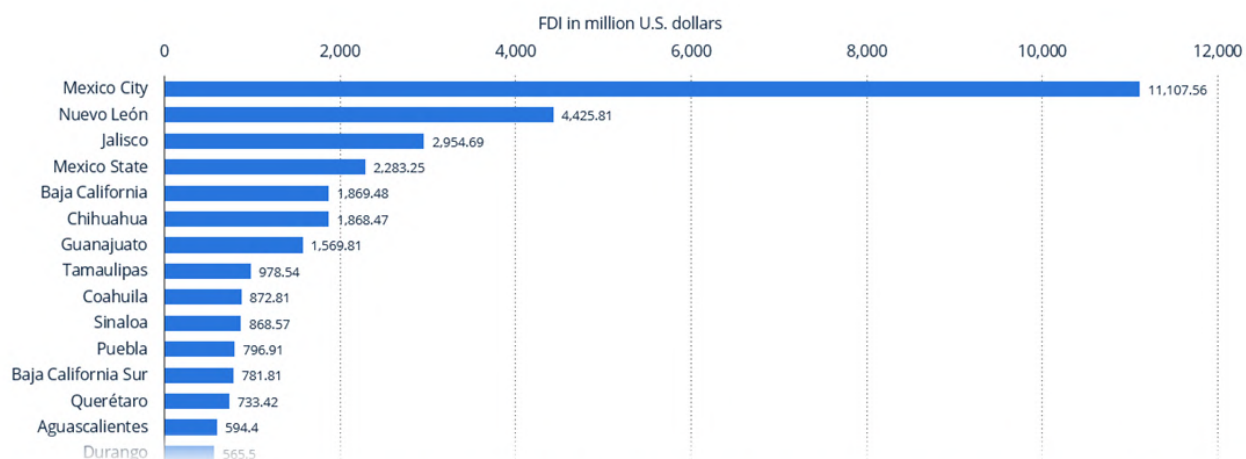
Description: The ratio of national debt to gross domestic product in Mexico was forecast to continuously increase between 2023 and 2028 by in total 3.6 percentage points. According to this forecast in 2028, the ratio will have increased for the fifth consecutive year to 56.27 percent. [Read more](#)
 Notes: 2018 to 2022: *Estimate. For the purpose of clarity, figures have been rounded. [Read more](#)
 Sources: IMF





Foreign direct investment (FDI) in Mexico in 2022, by state (in million U.S. dollars)

FDI in Mexico 2022, by federal entity



Description: Mexico City was the Mexican federal entity which received the highest volume of foreign direct investment (FDI) in 2022, amounting to more than 11.1 billion U.S. dollars. Nuevo León and Jalisco followed in the ranking, with investments of over 4.4 and 2.9 billion dollars, respectively. [Read more](#)

Notes: Mexico, 2022

Source(s): Ministry of Economic Affairs (Mexico)



La Ciudad de México se posiciona como el principal destino de la Inversión Extranjera Directa en México para 2022, atrayendo más de 11 mil millones de dólares, seguido por Nuevo León y Jalisco con inversiones significativas que superan los 2 mil y 4 mil millones respectivamente. Estos números reflejan un ambiente de negocios vibrante y posiblemente más oportunidades en sectores clave como tecnología, manufactura y servicios.

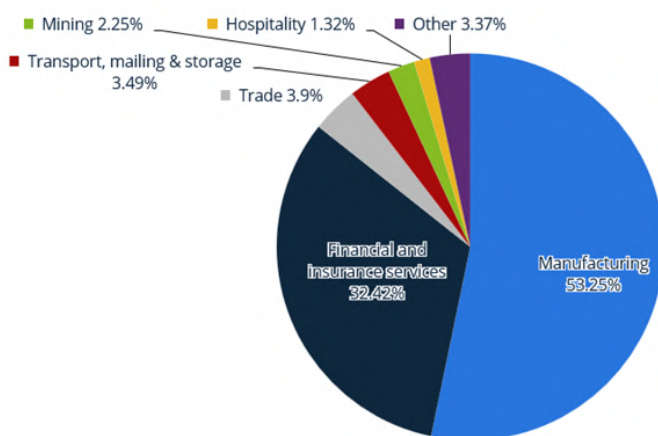
Desde una perspectiva empresarial, estas cifras pueden sugerir una mayor confianza en el clima económico y político de estas regiones, lo que podría ser indicativo de mercados estables y en crecimiento para posibles inversiones y colaboraciones. Las empresas que buscan expandirse o establecer nuevas operaciones pueden considerar estos estados como ubicaciones preferentes debido a su atractivo para la inversión extranjera, lo que puede traducirse en mejor acceso a redes de negocio, talento especializado y potencialmente, incentivos gubernamentales.



La inversión extranjera directa (IED) en México muestra una concentración significativa en los sectores de manufactura y servicios financieros y de seguros. La manufactura, en particular, representa más de la mitad del total de la IED, lo que subraya la fortaleza y atractivo de México como un hub industrial clave. Para los negocios, este panorama sugiere un entorno propicio para la inversión en infraestructura de producción y oportunidades de crecimiento en servicios financieros. Las empresas pueden aprovechar este clima de inversión para expandir operaciones, entrar en joint ventures, o explorar nuevas iniciativas de mercado, alineando sus estrategias con estas áreas de alto interés para los inversores internacionales.

Distribution of foreign direct investment (FDI) in Mexico, by industry sector

Share of foreign direct investment in Mexico, by sector



Description: As 2023, the sector attracting the largest volume of foreign direct investments (FDI) in Mexico was the manufacturing industry, which, with a total of 9.9 billion U.S. dollars, accounted for nearly 53 percent of all the investments received by the North American country. FDI targeting financial and insurance services came in second, with 32.43 percent of the total investment value. [Read more](#)
 Notes: 2023
 Sources: Ministry of Economic Affairs (Mexico); Statista





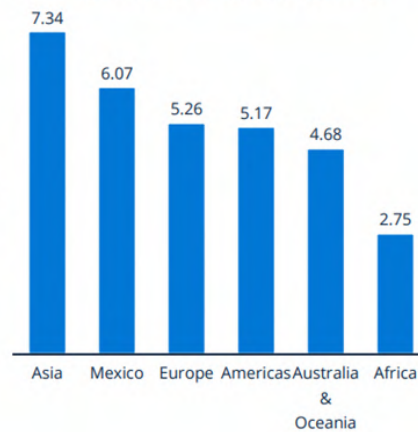
With US\$40,340.0m and a share of 85.5%, eCommerce generated the highest digital revenues in Mexico

Consumer Behavior: Digital Expenditures

Highlights

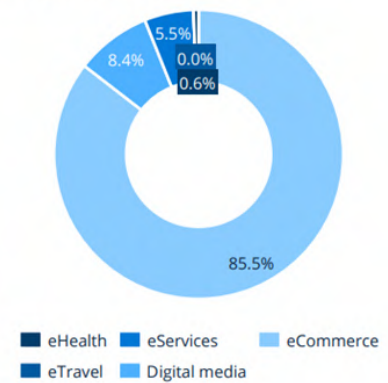
- In Americas, digital expenditures as a share of consumer spending per capita reached 5.17%
- In Mexico, the revenue in the eCommerce market amounted to US\$40,340.0m
- In this country, the eServices market generated revenues of US\$2,595.0m
- In the eTravel market in this country, 2021 revenues totaled US\$3.66m
- In this country, revenue in the digital media market amounted to US\$3,986.0m and in the health app market US\$263.6m

Digital expenditures⁽¹⁾ (% consumer spending)



Digital revenues⁽¹⁾ in this country

Total digital revenues: US\$47,188.3m



Notes: Regional average value is calculated using data from the countries covered by the Statista Country Reports and the source (1) including all revenues generated within the eCommerce, eTravel, eServices, digital media, and eHealth (digital and well-being apps and eHealth apps) markets. Data is in 2021.
Sources: Statista Consumer Market Outlook 2022; Statista Digital Market Outlook 2022



El eCommerce dominó los ingresos digitales en México, abarcando el 85.5% del total, lo que resalta una fuerte inclinación hacia el comercio en línea. Este sector, junto con los servicios digitales y medios digitales, muestra un campo fértil para las empresas que buscan digitalizarse y captar a un consumidor cada vez más conectado. Las oportunidades están en expandir plataformas de eCommerce, desarrollar eServices innovadores y aprovechar el contenido digital. Aunque menores, los mercados de eHealth y eTravel también presentan potencial. La clave para las empresas está en adaptarse y capitalizar estas tendencias digitales crecientes.



La siguiente gráfica muestra que la penetración de usuarios en el mercado de comercio electrónico de México es menor que el promedio de América del Norte, lo que sugiere una gran oportunidad de crecimiento. A pesar de tener una tasa de crecimiento de ingresos sólida, hay un amplio margen para aumentar la adopción de eCommerce entre los consumidores mexicanos.

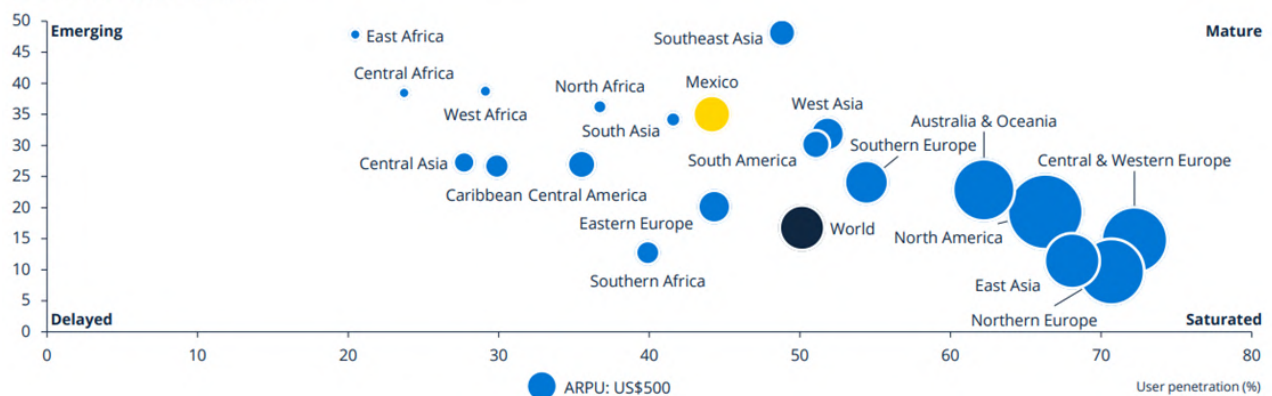
Para las empresas, esto representa un potencial significativo para expandir su alcance en línea y capturar una porción del mercado aún no saturada. La inversión en marketing digital, la mejora de la experiencia de compra en línea y el desarrollo de plataformas de comercio electrónico adaptadas a las preferencias locales pueden ser claves para aprovechar este espacio de crecimiento en México.

Compared to its region (North America), user penetration in the eCommerce market in Mexico is below average

eCommerce: Regional Comparison

eCommerce revenue growth, ARPU⁽¹⁾ in US\$, and user penetration⁽²⁾

eCommerce revenue 2020/21 growth (%)



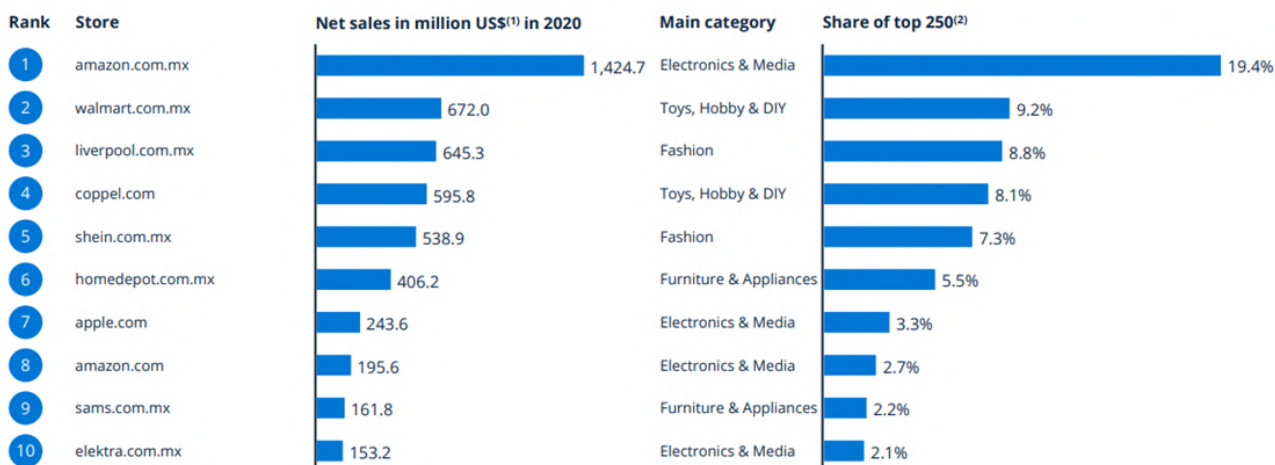
Notes: Regional average value is calculated using data from the countries covered by the Statista Country Reports and the source (1) ARPU = average revenue per user (2) Share of active paying customers from the total population
Sources: Statista Digital Market Outlook, 2022





amazon.com.mx heads the list of the top 10 stores in Mexico

eCommerce: Top 10 Stores



Notes: (1) First-party eCommerce net sales generated in the country/territory (2) Share of the store's eCommerce net sales of total eCommerce net sales of the top 250 online stores in the country/territory in 2020



La imagen proporciona una lista de las 10 principales tiendas de comercio electrónico en México durante la pandemia. Amazon.com.mx lideró con una impresionante cifra de ventas netas de 1,424.7 millones de dólares, lo que indica una fuerte preferencia de los consumidores por la categoría de Electrónica y Medios. Este liderazgo es seguido por Walmart, Liverpool y Coppel, destacando en categorías como Juguetes, Aficiones, Bricolaje y Moda.

Para las empresas en México, estos datos resaltan la importancia de tener una presencia online robusta y diversificada. Las categorías principales sugieren áreas de alta demanda de los consumidores, y por ende, presentan oportunidades para las empresas que buscan entrar o expandirse en el espacio del comercio electrónico. Con el eCommerce aún en crecimiento en México, las empresas tienen el potencial de capturar una cuota de mercado significativa adaptándose a las tendencias de consumo digital y mejorando sus plataformas de venta en línea.

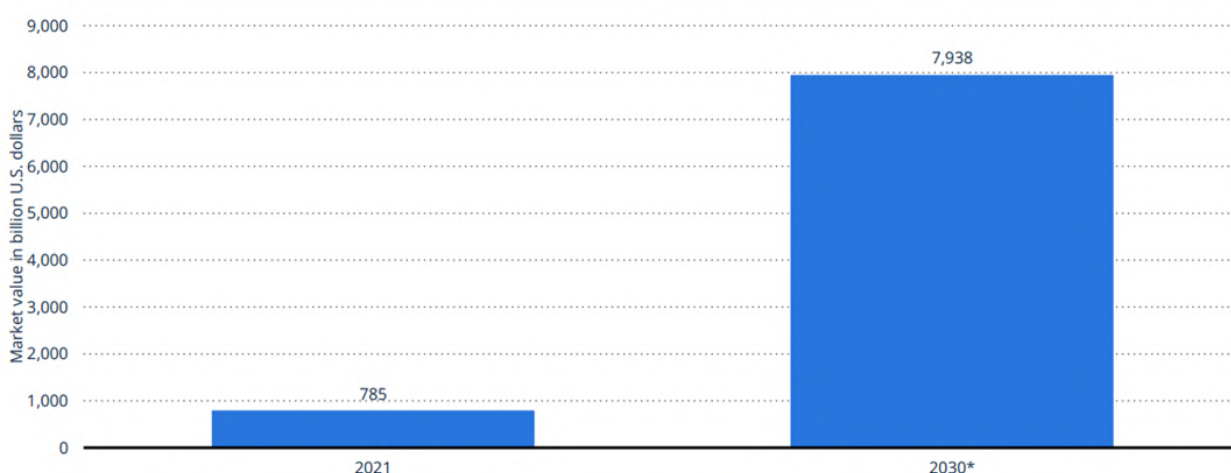


El valor del mercado global de comercio electrónico transfronterizo de negocio a consumidor (B2C). En 2021, el mercado estaba valorado en aproximadamente 785 mil millones de dólares estadounidenses y se proyecta que alcance los 7.938 billones de dólares para 2030. Esta tendencia al alza refleja una oportunidad considerable para las empresas que buscan expandir su alcance globalmente.

La importancia de invertir en estrategias de comercio electrónico transfronterizo y en la capacidad de operar en múltiples mercados. Aprovechar las plataformas de comercio electrónico que permiten ventas internacionales puede ser clave para acceder a un mercado más amplio y aprovechar la creciente demanda de consumo en línea. La capacidad de adaptarse a las preferencias de diferentes mercados y de manejar logísticas complejas será crucial para capturar una porción de este crecimiento proyectado.

Cross-border business-to-consumer (B2C) e-commerce market value worldwide in 2021 and 2030 (in billion U.S. dollars)

Global B2C cross-border e-commerce market size 2021-2030



Description: The global B2C cross-border e-commerce market is expected to reach a value of 7.9 trillion U.S. dollars by the year 2030. In 2021, the cross-border online shopping sector was valued at roughly 785 billion U.S. dollars. [Read more](#)
Note: Worldwide; 2022: * Forecast. The figure was rounded. [Read more](#)
Source: Facts & Factors, GlobeNewswire



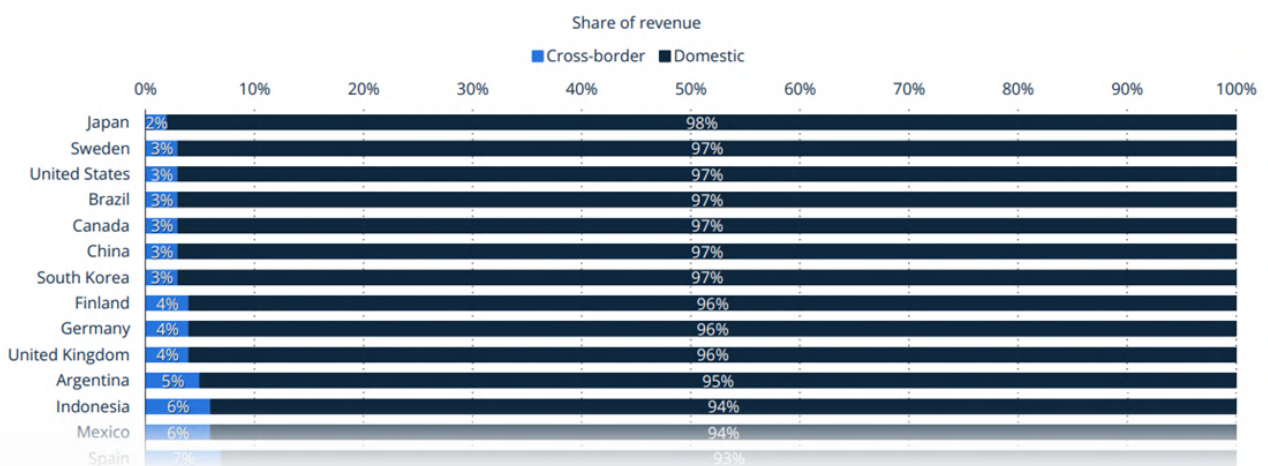


En México, el 6% de los ingresos del comercio electrónico provienen de transacciones transfronterizas, mientras que el 94% corresponden al mercado doméstico. Esto señala una participación significativa del comercio electrónico interno, pero también indica que hay un potencial de crecimiento en el sector transfronterizo.

Para las empresas en México, esta información sugiere una oportunidad para expandir sus operaciones más allá de las fronteras nacionales. Hay espacio para aumentar la cuota de mercado en el comercio electrónico global, especialmente considerando la tendencia creciente del comercio digital. Las empresas pueden aprovechar la ubicación estratégica de México y las redes de tratados comerciales existentes para potenciar las exportaciones a través de plataformas de comercio electrónico y atender a clientes internacionales. Diversificar en el comercio electrónico transfronterizo puede no solo incrementar las ventas sino también mitigar los riesgos asociados con la dependencia de un único mercado.

Distribution of domestic and cross-border e-commerce revenues in 2023, by country

Domestic and cross-border e-commerce revenue share 2023, by country



Description: The Statista Digital Market Outlook estimates that the share of cross-border e-commerce retail revenue in 2023 will be only around two percent in Japan. The United States and China also had a relatively low share of cross-border revenue, at three percent. Belgium and Austria, on the other hand, had a significantly higher share of their e-commerce revenue generated cross-border, at 32 and 19 percent, respectively. [Read more](#)

Note: Worldwide estimates

Source: Statista; Statista Digital Market Insights



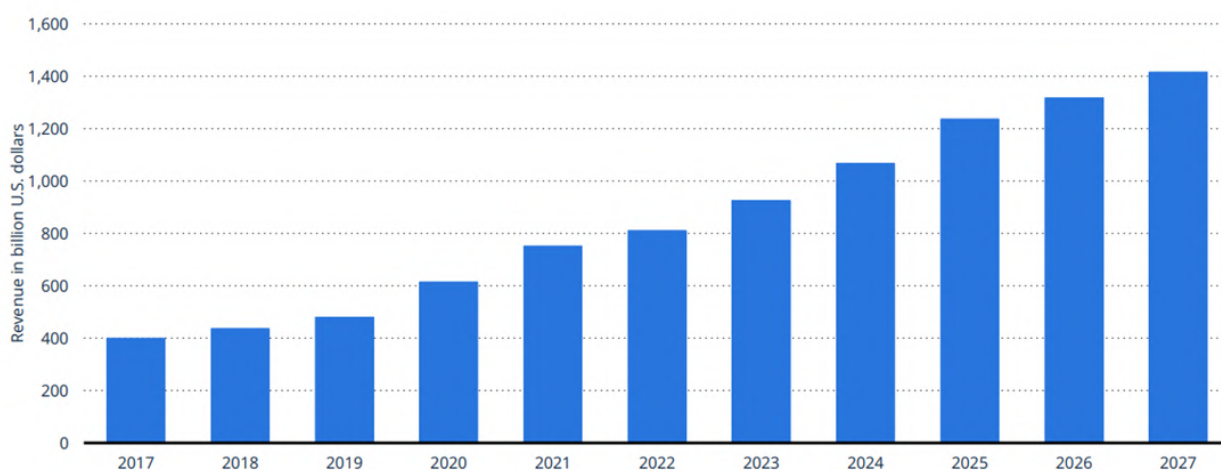


El comercio electrónico en los EE. UU. desde 2017 muestra un crecimiento sólido con una proyección que continúa esta tendencia ascendente hasta 2027. Este incremento refleja la consolidación del comercio electrónico como un componente vital de la economía minorista y ofrece un indicativo de la madurez del mercado.

Para empresas que buscan entrar o expandirse en el mercado de EE. UU., estos datos sugieren una ventana de oportunidad continua. La clave estará en la adaptación a las tendencias emergentes de consumo, la innovación en logística y el marketing, y el enfoque en la experiencia del usuario para capitalizar el crecimiento proyectado en el comercio electrónico. Las empresas también deberán considerar estrategias que aborden la competencia creciente y las expectativas cambiantes de los consumidores en un mercado altamente digitalizado.

Revenue of the e-commerce industry in the U.S. 2017-2027 (in billion U.S. dollars)

Revenue of the e-commerce industry in the U.S. 2017-2027



Description: The revenue in the E-commerce market in the United States was forecast to continuously increase between 2023 and 2027 by in total 490.4 billion U.S. dollars (+53 percent). After the tenth consecutive increasing year, the indicator is estimated to reach 1.4 trillion U.S. dollars and therefore a new peak in 2027. Notably, the revenue of the E-commerce market was continuously increasing over the past years. [Read more](#)

Note: United States; 2017 to 2027

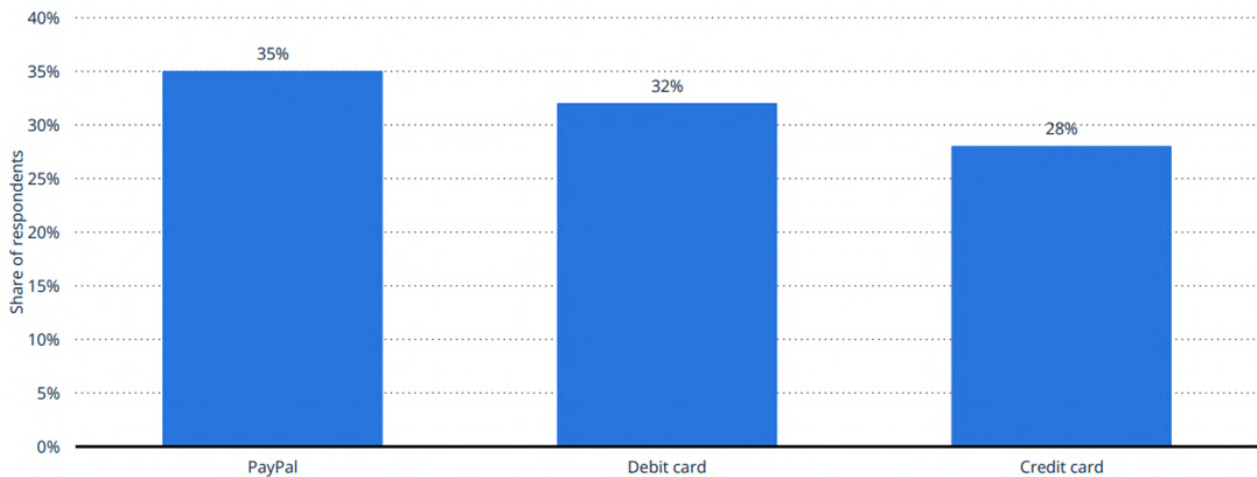
Source: Statista; Statista Digital Market Insights





Preferred means of payment for cross-border online purchases in the United States

Main payment methods for cross-border e-commerce in the U.S.



Description: In the United States, 35 percent of cross-border shoppers used PayPal to pay for online purchases abroad. As of January 2022, debit cards were the second most chosen means of payment for this purpose, with 32 percent of respondents. In Mexico, more cross-border shoppers preferred debit cards, compared to the U.S. [Read more](#)

Note(s): United States; December 2021 to January 2022; 14,000 respondents in 14 markets*; * Based on an online survey of adults who have purchased online in the past 3 months. The source does not provide the exact number of respondents in [...]

Source(s): Ipsos MORI; PayPal

statista

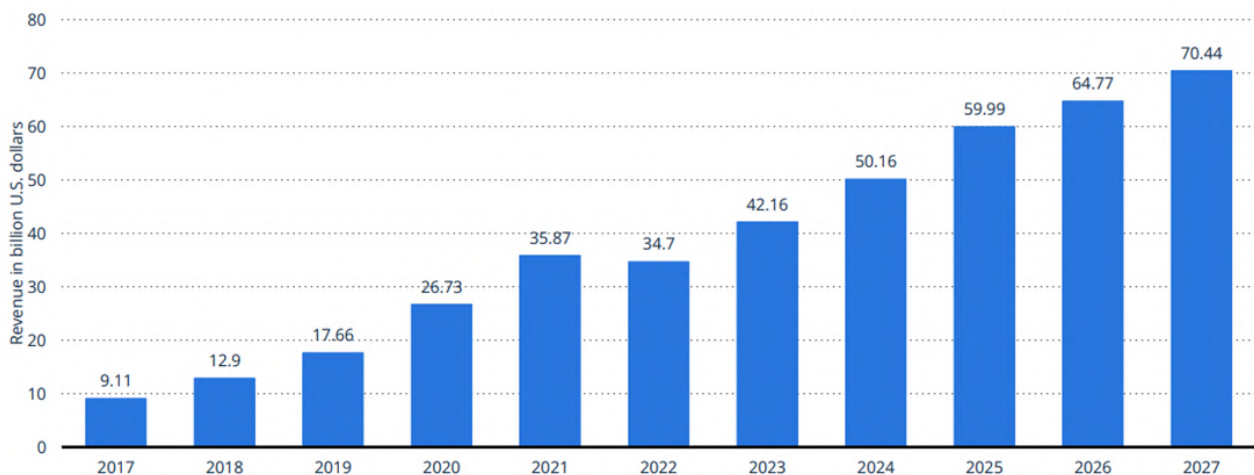
Las preferencias de los consumidores en los Estados Unidos respecto a los métodos de pago para compras transfronterizas en línea. PayPal es el método preferido, con un 35% de los encuestados eligiéndolo, seguido de cerca por las tarjetas de débito y crédito, con un 32% y un 28% respectivamente.

Para las empresas que operan en el ámbito del comercio electrónico transfronterizo, ofrecer opciones de pago que coincidan con las preferencias de los consumidores es fundamental. Proporcionar una variedad de opciones de pago seguras y confiables puede mejorar la experiencia de compra del cliente y potencialmente aumentar las ventas internacionales. Integrar métodos de pago populares como PayPal, así como facilitar transacciones con tarjetas de débito y crédito, puede ser un paso crucial para las empresas que buscan atraer y retener a clientes en un mercado global competitivo.



Retail e-commerce revenue in Mexico from 2017 to 2027 (in billion U.S. dollars)

Retail e-commerce revenue in Mexico 2017-2027



Description: Forecasts suggest that e-commerce revenues in Mexico will grow from about 42 billion U.S. dollars in 2023 to approximately 70 billion by 2027. Statista's Digital Market Insights offers forecasts, detailed market insights, and essential performance indicators of the most significant areas in the Digital Economy, including various digital goods and services for 150 countries worldwide. [Read more](#)

Note: Mexico

Source: Statista; Statista Digital Market Insights

statista

La industria de comercio electrónico minorista en México está en una clara trayectoria de crecimiento, con ingresos que se prevén aumenten de 9.11 mil millones de dólares en 2017 a 70.44 mil millones para 2027. Esta expansión representa una oportunidad significativa para las empresas, subrayando la importancia de establecer y optimizar presencias en línea para capitalizar la creciente demanda del mercado. Con la adaptación digital ya no siendo una opción, sino una necesidad, las empresas que inviertan en mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa estarán mejor posicionadas para aprovechar este creciente sector.

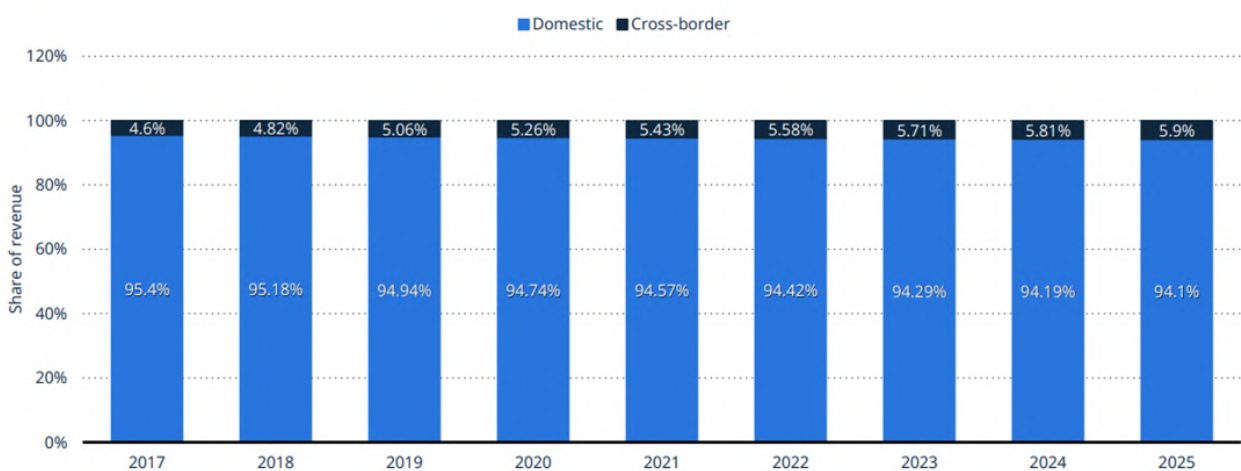


En México, la participación de los ingresos del comercio electrónico transfronterizo está mostrando un crecimiento gradual, aumentando del 4.6% en 2017 al 5.9% proyectado para 2025. Este aumento refleja un creciente interés y capacidad para realizar compras más allá de las fronteras nacionales.

Para las empresas que operan en México, esta tendencia señala la importancia de considerar estrategias de comercio electrónico que abarquen tanto el mercado interno como el internacional. A medida que el comercio electrónico transfronterizo se expande, las empresas deben adaptarse para satisfacer las expectativas de los consumidores en términos de variedad de productos, opciones de pago seguras y logística eficiente. Establecer operaciones de comercio electrónico que faciliten las transacciones transfronterizas puede ser una ventaja competitiva importante en los próximos años.

Revenue share of cross-border e-commerce share in Mexico from 2017 to 2025

Revenue share of the cross-border e-commerce in Mexico 2017-2025



Description: Over the forecast period until 2025, the cross-border revenue is forecast to exhibit fluctuations among the two segments. Only for the segment Cross-border, a significant increase can be observed over the forecast period. Here, the cross-border revenue exhibits a difference of 1.3 percent between 2017 and 2025. **Note:** Mexico, 2017 to 2025. **Source:** Statista, Statista Digital Market Insights

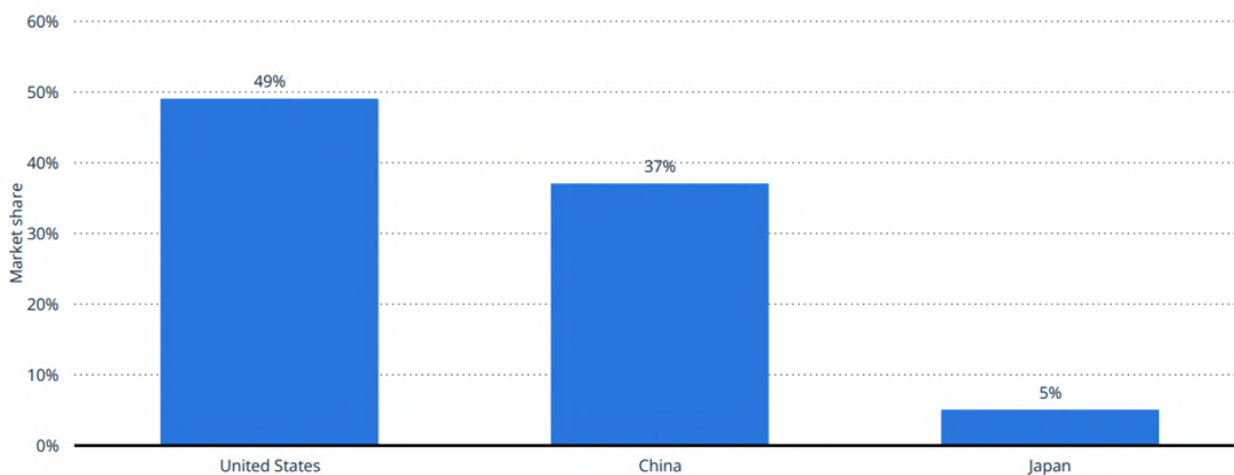




Estados Unidos y China dominan las compras transfronterizas en línea en México, acaparando el 49% y 37% del mercado respectivamente en 2022. Esta preferencia por proveedores norteamericanos y chinos señala una oportunidad para que las empresas de estos países fortalezcan su presencia en el mercado mexicano. Por otro lado, para las empresas mexicanas, estos datos sugieren una posible área de crecimiento a través de la ampliación de sus ofertas para incluir productos y servicios competitivos que puedan ser exportados, especialmente a estos mercados clave.

Leading countries for cross-border online purchases in Mexico in 2022, by market share

Main cross-border online shopping markets in Mexico 2022, by market share



Description: The United States was the country from which most Mexicans shopped online when buying from abroad in 2022. Mexico's North American neighbor accounted for approximately 49 percent of its cross-border purchases. China followed with a 37 percent market share, while Japan made up five percent. [Back to source](#)

Note: Mexico; 2022

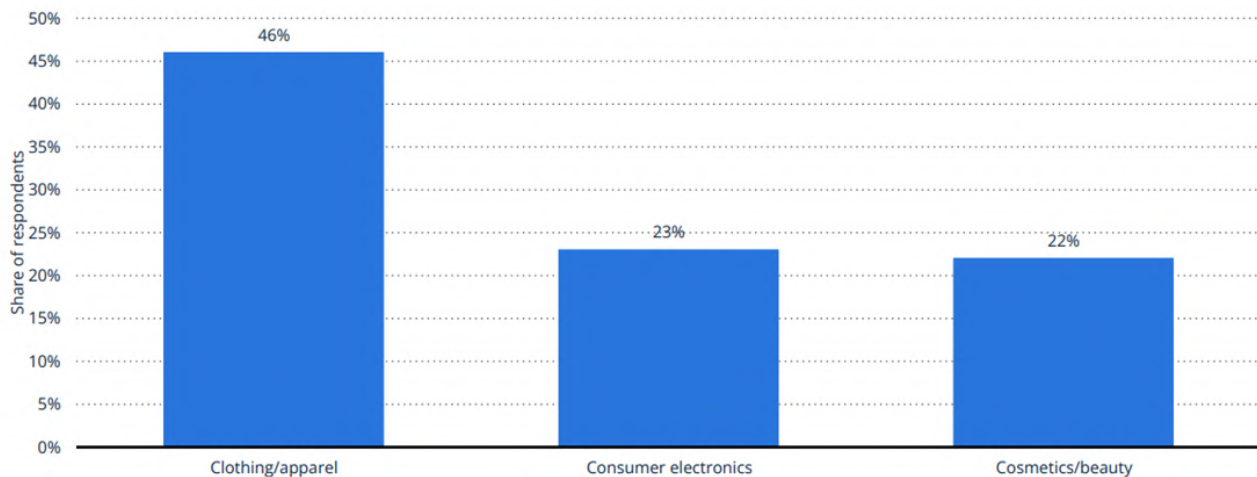
Source: IFRD





Leading product categories for cross-border online shoppers in Mexico

Main products bought online from abroad by consumers in Mexico



Description: As of January 2022, clothing and apparel was the most popular cross-border e-commerce category for online shoppers in Mexico, with 46 percent of consumers making these purchases. Additionally, 23 percent of respondents bought consumer electronics online from abroad, followed closely by cosmetics with 22 percent. [Read more](#)

Note(s): Mexico; December 2021 to January 2022; 14,000 respondents in 14 markets* * Based on an online survey of adults who have purchased online in the past 3 months. The source does not provide the exact number of respondents in each [...] [Read more](#)

Source(s): Ipsos MORI; PayPal

statista

Ropa y accesorios, electrónica de consumo y cosméticos/belleza son las categorías de productos más populares entre los compradores en línea transfronterizos en México. Con la ropa liderando a un 46%, existe una clara demanda de artículos de moda internacionales, ofreciendo a los minoristas extranjeros y nacionales con presencia en línea una oportunidad de mercado considerable. La electrónica y los cosméticos también representan sectores significativos, sugiriendo que las empresas que se especializan en estos productos podrían beneficiarse al dirigirse a consumidores mexicanos, optimizando sus estrategias de marketing y distribución para atender esta demanda.

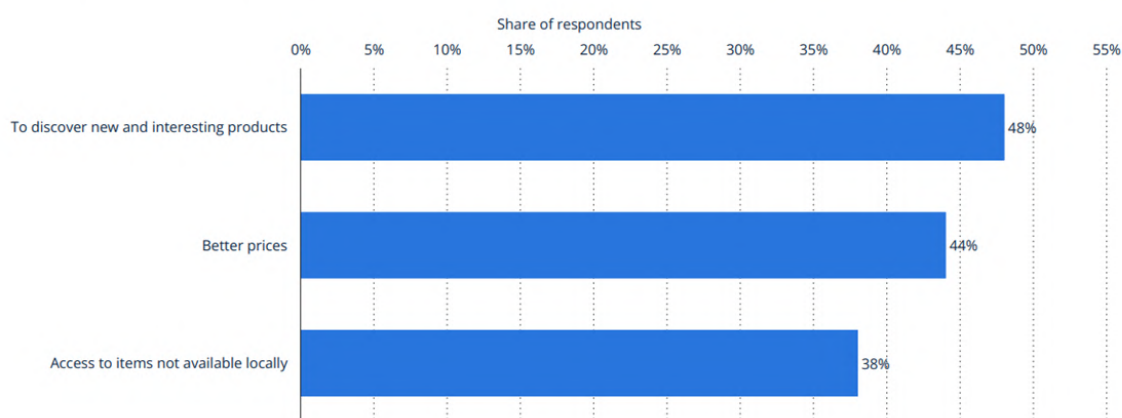


Los consumidores en México buscan principalmente productos nuevos e interesantes al comprar en línea en el extranjero, con un 48% indicando esto como su principal motivo. Los mejores precios y el acceso a artículos no disponibles localmente también son factores significativos, con un 44% y un 38% respectivamente.

Estas razones resaltan áreas de enfoque para las empresas interesadas en captar la atención de compradores transfronterizos. Ofrecer productos únicos, precios competitivos y mercancías que no se encuentran fácilmente en México puede ser una estrategia efectiva para atraer a este segmento del mercado. Las empresas pueden mejorar su atractivo asegurándose de que su oferta en línea se alinee con estas demandas de los consumidores mexicanos.

Leading reasons for cross-border e-commerce in Mexico

Reasons for shopping online abroad in Mexico



Description: As of early 2022, approximately half of e-commerce users surveyed in Mexico said they preferred to buy on international websites to discover new and interesting products. Better prices were the second most popular reason to make this decision. Shopping for unavailable items in the domestic market was the third leading factor in purchasing cross-border. Mexican consumers mainly buy from the United States when shopping online abroad. [Read more](#)
Notes: Mexico, December 2021 to January 2022; 14,600 respondents in 14 markets*. * Based on an online survey of adults who have purchased online in the past 3 months. The source does not provide the exact number of respondents in each [...]. [Read more](#)
Source: Ipsos MORI; PayPal

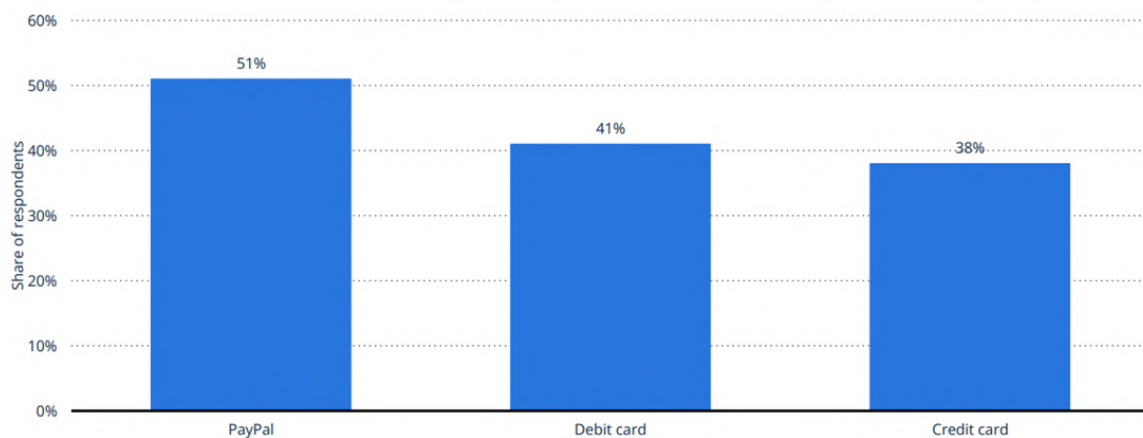




PayPal es el método de pago preferido para las compras en línea transfronterizas en México, elegido por el 51% de los consumidores. Le siguen las tarjetas de débito y crédito, con un 41% y un 38% respectivamente. Esta preferencia sugiere que las empresas deben ofrecer una gama de opciones de pago flexibles y seguras para capturar la preferencia de los consumidores y facilitar las transacciones internacionales. Integrar estas opciones de pago puede ser un factor decisivo para mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas transfronterizas.

Preferred means of payment for cross-border online purchases in Mexico

Main payment methods for cross-border e-commerce in Mexico



Description: More than half of the online shoppers surveyed in Mexico in 2022 said they prefer to use PayPal when shopping online on international sites. Meanwhile, approximately 41 percent of respondents said they preferred paying with a debit card, while 38 percent used credit cards. **Source:** Statista

Notes: Mexico; December 2021 to January 2022; 14,000 respondents in 14 markets*. * Based on an online survey of adults who have purchased online in the past 3 months. The source does not provide the exact number of respondents in each [...]

Source: Ipsos MORI; PayPal





Escenario actual y proyecciones sobre el internet y los internautas en la región

El escenario actual del internet en la región refleja una penetración y uso cada vez más amplios, impulsados por la adopción acelerada de dispositivos móviles y la mejora de la infraestructura de conectividad. La pandemia de COVID-19 aceleró la transformación digital, aumentando significativamente la cantidad de internautas y el tiempo que pasan en línea. Las plataformas de comercio electrónico, los servicios de streaming y las redes sociales han visto un crecimiento exponencial en su base de usuarios.

Las proyecciones indican que esta tendencia continuará en ascenso. Se espera que el número de internautas siga creciendo, reduciendo la brecha digital gracias a proyectos que buscan ampliar la cobertura de internet a zonas rurales y menos desarrolladas. Además, la adopción de tecnologías como el 5G podría transformar aún más la manera en que los usuarios interactúan en línea, permitiendo experiencias más ricas y diversas.

La incorporación de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático en servicios en línea promete personalizar más la experiencia del usuario, mientras que la ciberseguridad se convertirá en un área de enfoque aún más crítico a medida que la actividad en línea se intensifique.

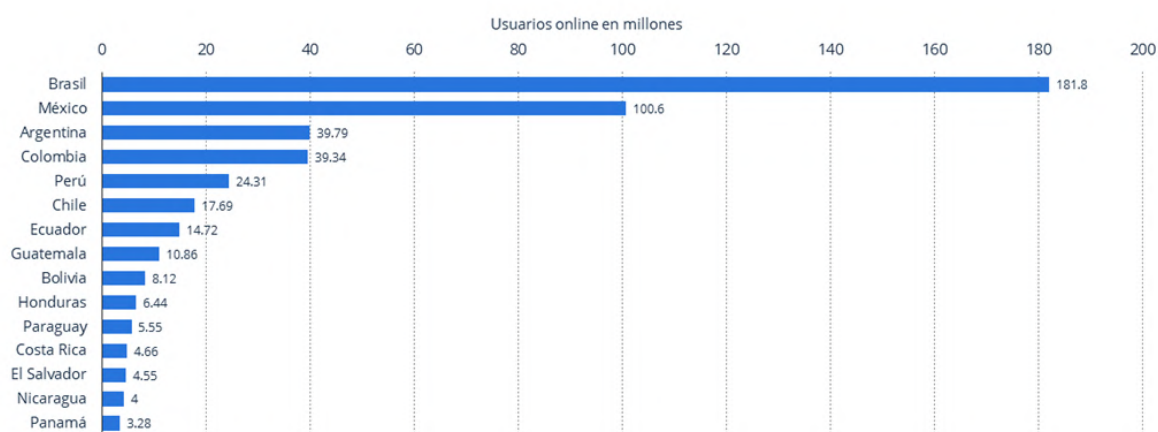
Para las empresas, estas proyecciones subrayan la importancia de tener una presencia digital sólida y una estrategia en línea que se adapte a los comportamientos cambiantes de los consumidores. La inversión en plataformas digitales, la optimización para dispositivos móviles, el marketing en línea y la seguridad cibernética serán elementos clave para el éxito en este entorno digital en evolución.



Brasil y México lideran la conectividad en América Latina, reflejando mercados digitales en expansión. Esta dinámica presenta una oportunidad para empresas que buscan digitalizarse y capturar una audiencia en línea creciente en la región.

Número de usuarios de internet por país en América Latina en enero de 2023 (en millones)

América Latina: usuarios de internet por país 2023



Descripción: Brasil es el país latinoamericano con el mayor número de usuarios de internet. Según datos de febrero de 2023, alrededor de 180 millones de brasileños usan esta red. México se ubica en el segundo lugar de la región, superando los 100 millones de usuarios online. [Leer más](#)

Notas: enero de 2023

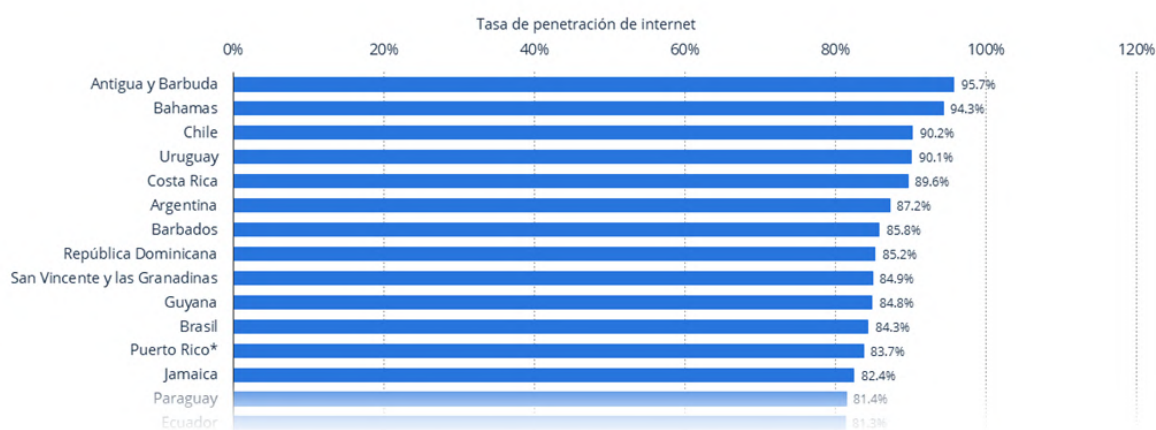
Fuente(s): DataReportal; GWI; Melwaker; We Are Social



Altas tasas de penetración de Internet en América Latina y el Caribe resaltan la importancia de estrategias de marketing digital focalizadas y la necesidad de presencia en línea robusta para las empresas que buscan conectar con una base de consumidores cada vez más digital.

Porcentaje de la población con acceso a Internet en algunos países y territorios de América Latina y Caribe en 2023

América Latina y Caribe: uso de Internet por país 2023



Descripción: En 2023, el Caribe fue una de las regiones cuyos países y territorios presentaron algunas de las más altas tasas de penetración de internet en América Latina y el Caribe, siendo las Bahamas, el segundo país líder con el 94.3% de su población conectada a internet. Antigua y Barbuda, Chile y Uruguay fueron los países cuyos usuarios online superaron el 90% de su población. En cuanto a número de internautas, Brasil y México lideran en la región. [Leer más](#)

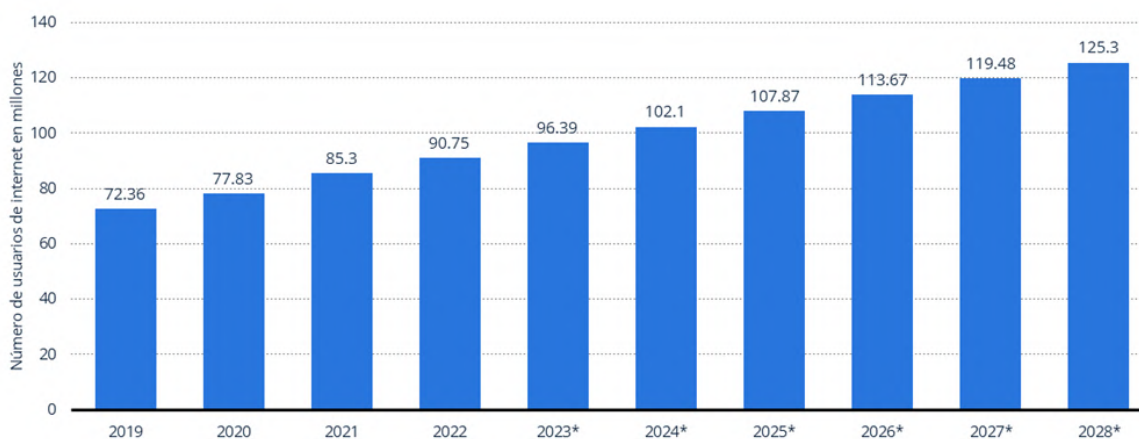
Notas: enero de 2023. * Puerto Rico es un territorio no incorporado de los Estados Unidos. ** Cifra calculada por Statista en base a los datos proporcionados por la fuente. [Leer más](#)

Fuente(s): DataReportal; GWI; Metwaker; We Are Social



Número de usuarios de internet en México de 2015 a 2028 (en millones)

México: número de usuarios internet 2015-2028



Descripción: En 2022, se estimó que aproximadamente 90 millones de personas en México tenían acceso a internet, lo que supone un incremento de alrededor de cinco millones con respecto al número de usuarios registrados en 2021. Se pronostica que para 2026 alrededor de 113.5 millones de mexicanos tengan acceso a la red. Según una encuesta reciente, la mayoría de los internautas mexicanos navegan por internet a través de un smartphone. [Leer más](#)

Notas: México: 2015 - 2023, individuos de cualquier edad que utilizan internet desde cualquier lugar a través de cualquier dispositivo al menos una vez al mes. * Estimaciones. [Leer más](#)

Fuente(s): Statista

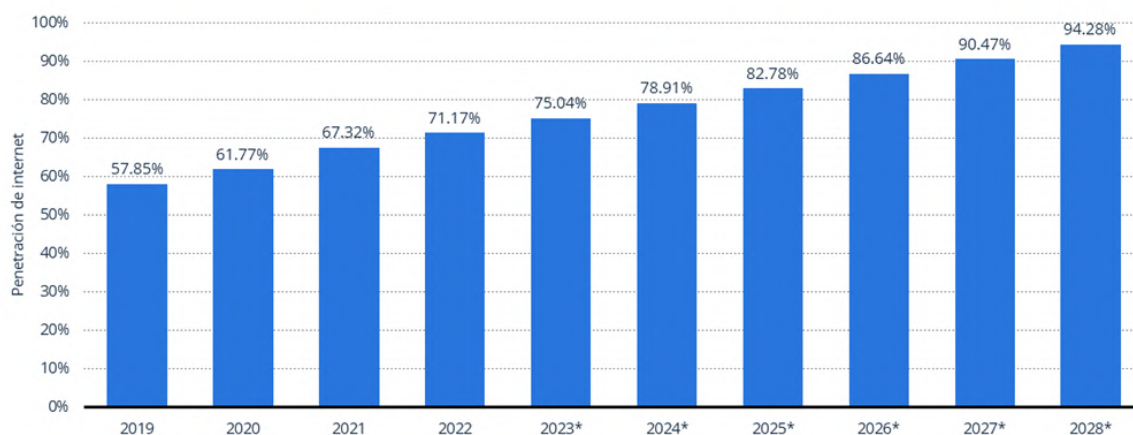
El crecimiento constante de usuarios de internet en México refleja un mercado digital en expansión, subrayando la oportunidad para las empresas de ampliar su alcance en línea y adaptar sus estrategias de negocio a una audiencia cada vez más conectada.



La tendencia ascendente en el acceso a internet en México destaca la importancia de la presencia en línea para las empresas, señalando un mercado digital en crecimiento y la necesidad de estrategias de marketing digital efectivas para conectar con una población cada vez más en línea.

Porcentaje de la población con acceso a internet en México de 2019 a 2028

México: porcentaje de la población con acceso a internet 2019-2028



Descripción: En 2022, se estimó que aproximadamente el 71% de los mexicanos tenían acceso a internet, lo que supone un incremento aproximado de cuatro puntos porcentuales con respecto a la penetración registrada en 2021. Se pronostica que para 2027 más del 90% de los mexicanos tengan acceso a la red. [Leer más](#)

Notas: México: 2018 - 2022.* Estimaciones. [Leer más](#)

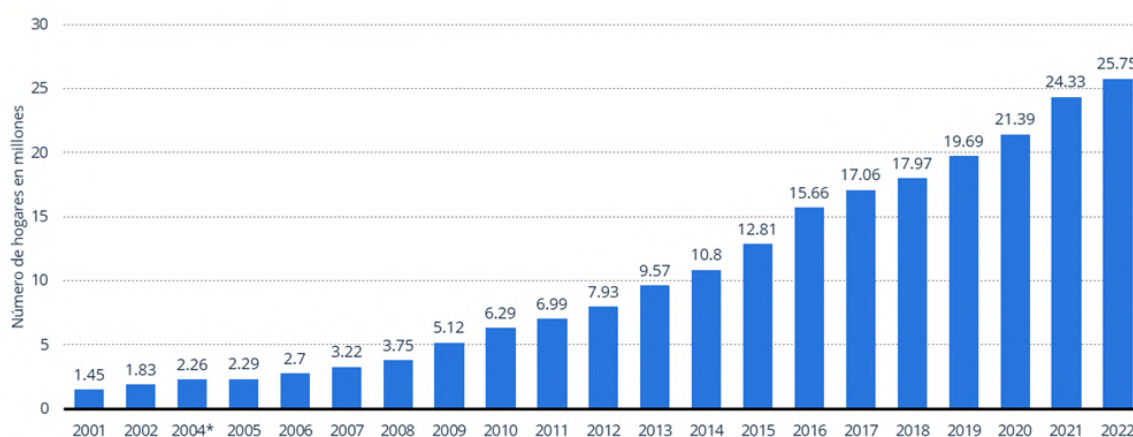
Fuente(s): Statista



El constante aumento en el número de hogares con acceso a internet en México subraya una oportunidad creciente para las empresas de ampliar su alcance en el mercado doméstico, enfatizando la importancia de las plataformas digitales para conectar con los consumidores en sus hogares.

Número de hogares con conexión a internet en México de 2001 a 2022 (en millones)

México: número de hogares con acceso a internet 2001-2022



Descripción: En 2022, se estimó que alrededor de 25.75 millones de hogares en México contaban con una conexión a internet, lo que representa un incremento considerable en comparación con el número de hogares con acceso a internet, estimado en 2018. Alrededor del 77% de la población mexicana tenía acceso a internet en 2022. [Leer más](#)

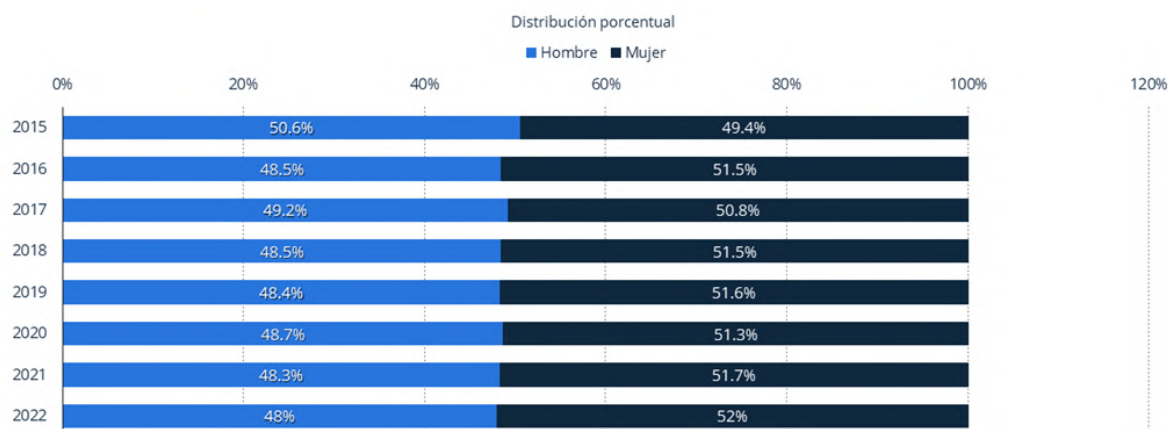
Notas: México, 2001 - 2022

Fuente(s): INEGI



Distribución porcentual de los usuarios de internet en México, por género

México: utilización de internet por género



Descripción: En 2022, alrededor del 48% de los usuarios de internet eran hombres. En los últimos cinco años, el porcentaje de usuarios mujeres ha ido en aumento, alcanzando el 52% del total. Durante el mismo año, más del 18% de los usuarios de internet mexicanos tenían entre 25 y 34 años de edad. [Leer más](#)

Nota: México, 2015 - 2022, 12 años o más.

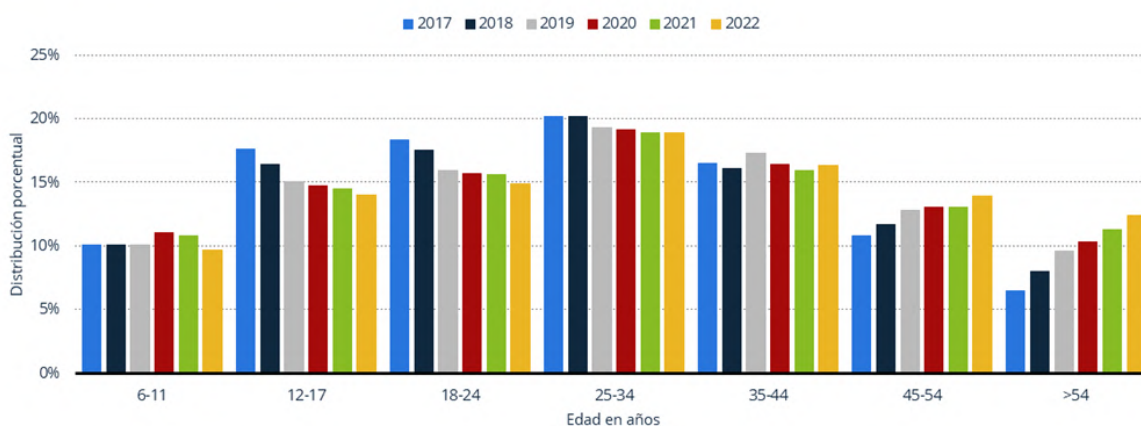
Fuente(s): INEGI

La distribución equitativa del uso de internet entre géneros en México resalta una base de consumidores diversa y balanceada, lo que subraya la necesidad de que las empresas desarrollen estrategias de marketing y productos inclusivos que apelen a todos los segmentos de la población.



Distribución porcentual de los usuarios de internet en México, por grupo de edad

México: utilización de internet por grupo de edad



Descripción: En 2022, alrededor del 19% de los usuarios de internet tenían entre 25 y 34 años de edad. En los últimos tres años, el porcentaje de usuarios de internet mayores de 54 años ha ido en aumento, alcanzando el 12.4% del total en 2022. [Leer más](#)
Nota: México: 2017 - 2022. * Este rango de edad incluye a los usuarios que no pudieron especificar su edad. [Leer más](#)
Fuente(s): INEGI

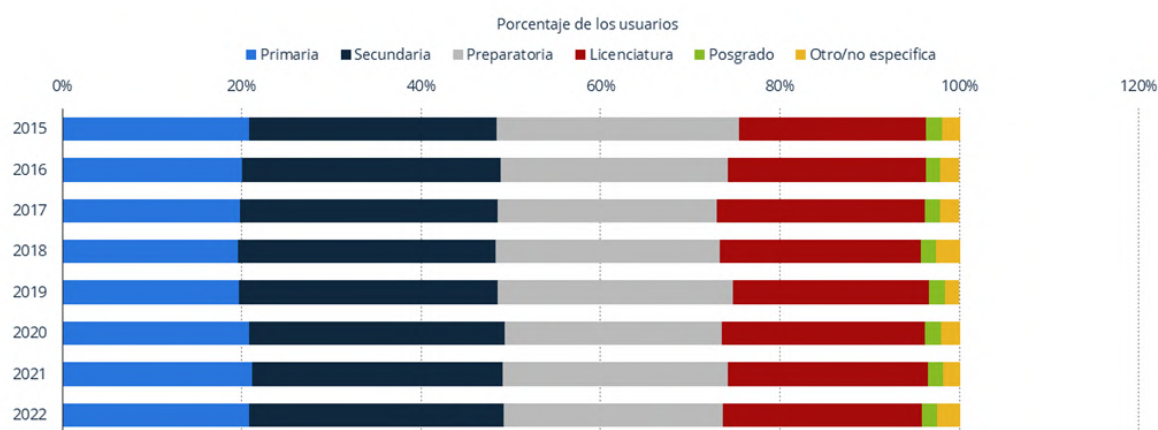
La tendencia creciente en la distribución de usuarios de internet por grupo de edad en México destaca la importancia de segmentar adecuadamente el mercado digital y adaptar las estrategias de negocio para satisfacer las necesidades de los consumidores en cada franja etaria, aprovechando el aumento en la conectividad a través de todas las edades.



El análisis del nivel educativo de los usuarios de internet en México revela datos clave para las empresas sobre el perfil educativo de su audiencia online, permitiendo afinar estrategias de marketing y contenido digital para conectar mejor con segmentos específicos y potenciar la educación en línea.

Distribución porcentual de los usuarios de internet en México, por nivel educativo

México: utilización de internet por nivel educativo



Descripción: En 2022, alrededor del 22% de los usuarios de internet en México habían terminado la licenciatura. En contraste, durante el mismo año, solo el 1.7% de los usuarios contaban con un grado de maestría o doctorado. [Leer más](#)
 Notas: México, 2015 - 2022
 Fuente(s): INEGI

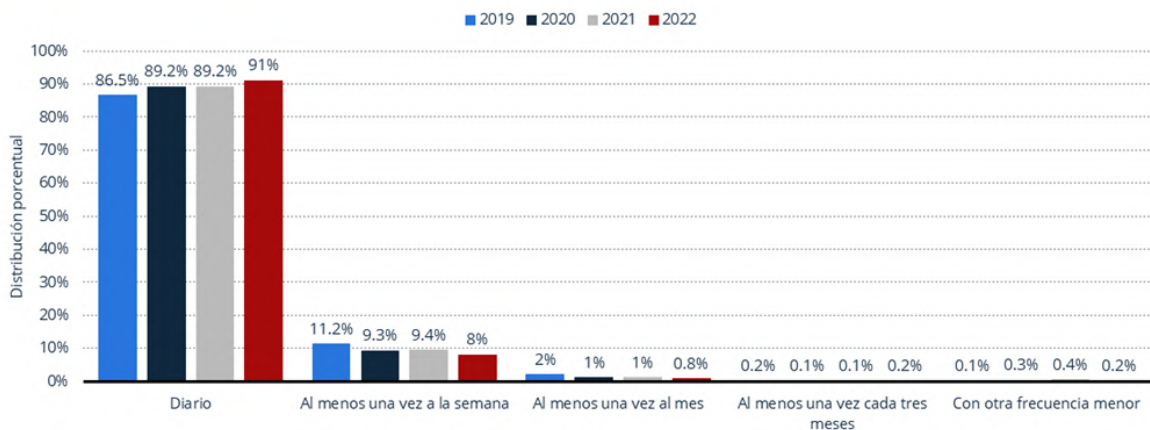


El uso diario de internet en México ha ido en aumento, alcanzando el 91% en 2022. Esto representa una gran oportunidad para las empresas, ya que les permite llegar a un público más amplio y diverso.

Para aprovechar esta oportunidad, las empresas deben crear una presencia en internet sólida. Esto incluye tener un sitio web atractivo y fácil de usar, publicar contenido relevante y de alta calidad, y utilizar las redes sociales.

Distribución porcentual de los usuarios de internet en México de 2019 a 2022, por frecuencia de uso

México: utilización de internet por frecuencia de uso

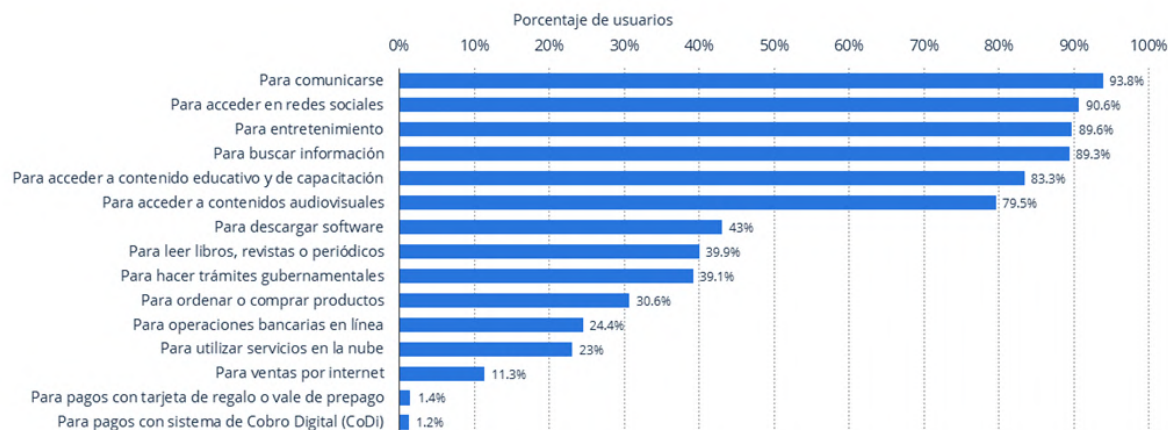


Descripción: El número de personas que usan internet diariamente ha ido en aumento en los últimos años, alcanzando alrededor del 91% del total de los usuarios en 2022. Durante el mismo año, menos del 1% de los internautas mexicanos afirmaron hacer uso de la red una vez por mes. [Ver más](#)
 Notas: México, 2019 - 2022
 Fuente(s): INEGI



Porcentaje de personas que usaba internet en México, según la razón principal para hacerlo

México: principales razones de la población para usar internet



Descripción: La búsqueda de entretenimiento y comunicación fueron los usos de Internet más frecuentes entre los mexicanos en 2022, con un porcentaje de menciones superior al 90% en los dos casos. La compra y venta de productos en línea se mantiene poco popular entre la población mexicana. Durante el mismo año, solo el 30.6% de los encuestados ordenó o compró algún producto en internet, mientras que el solo 1.2% usó la red para vender algún producto. [Leer más](#)

Notas: México, julio 2022; 6 años o más; personas que residen en viviendas particulares.

Fuente(s): INEGI

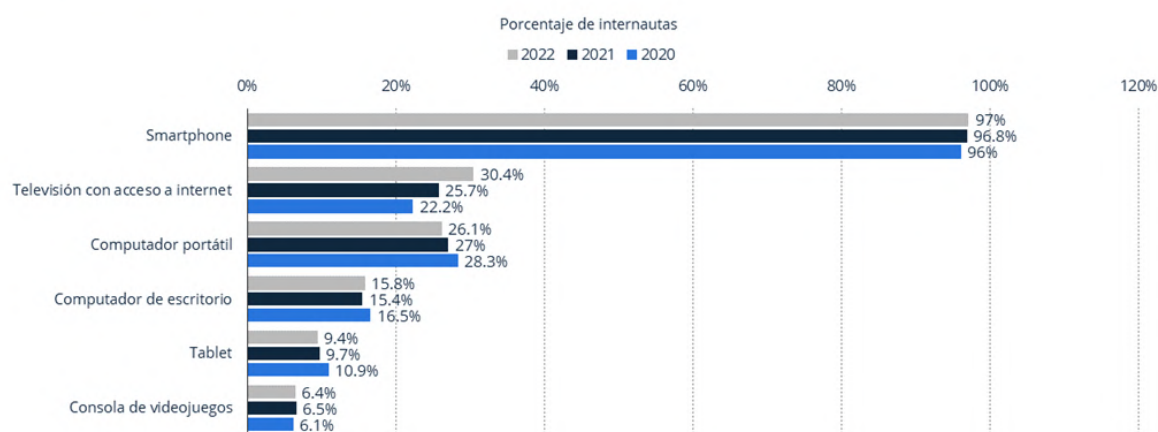
Este aumento en el uso de internet representa una gran oportunidad para las empresas, ya que les permite llegar a un público más amplio y diverso. Para aprovechar esta oportunidad, las empresas deben crear una presencia en internet sólida.



“Mobile First” es una frase que acompaña a todos los diseñadores y programadores en los últimos años. La razón es cada vez más obvia. El contenido que consumimos ahora y en el futuro próximo será a través de estos dispositivos y nuestra optimización debe ir entorno a esta realidad.

Porcentaje de usuarios de internet que se conectaron a través de algún dispositivo electrónico en México, por tipo

México: dispositivos usados por los internautas para conectarse a internet

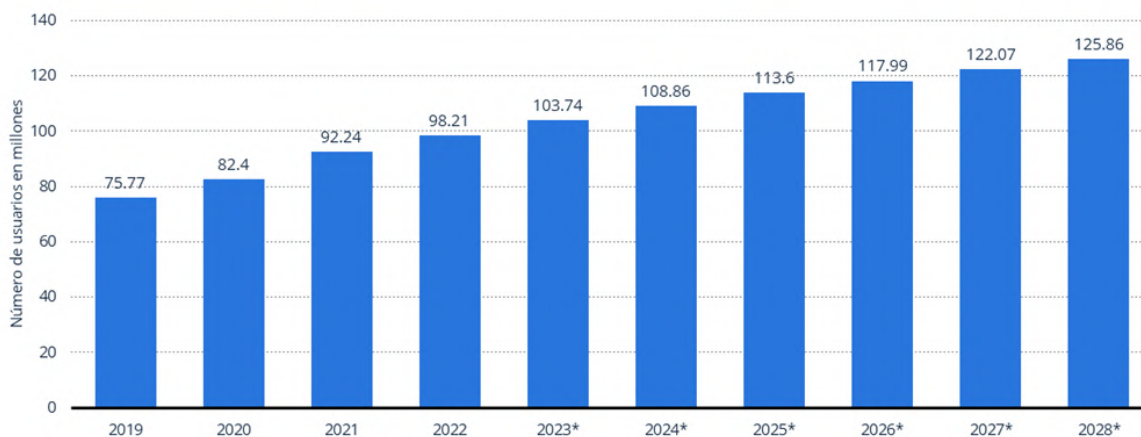


Descripción: En 2022, el 97% de los internautas mexicanos que participaron en el estudio utilizaron un teléfono inteligente (smartphone) para acceder a internet. Durante el mismo año, solo menos del 16% de los usuarios de internet utilizaron un computador de escritorio para acceder a la red. [Leer más](#)
Notas: México, 2022; 6 años o más.
Fuente(s): INEGI



Número de usuarios de redes sociales en México de 2019 a 2028 (en millones)

México: número de usuarios de redes sociales 2019-2028



Descripción: En 2022, aproximadamente 58 millones de personas eran usuarios de redes sociales en México. Se prevé que esta cifra supere los 120 millones en 2027. A principios de 2021, el porcentaje de la población mexicana con acceso a redes sociales alcanzó el 77%. [Leer más](#)

Nota: México, 2019 - 2023, usuarios de internet que usan una red social a través de cualquier dispositivo al menos una vez al mes; * Proyección. [Leer más](#)

Fuente(s): Statista

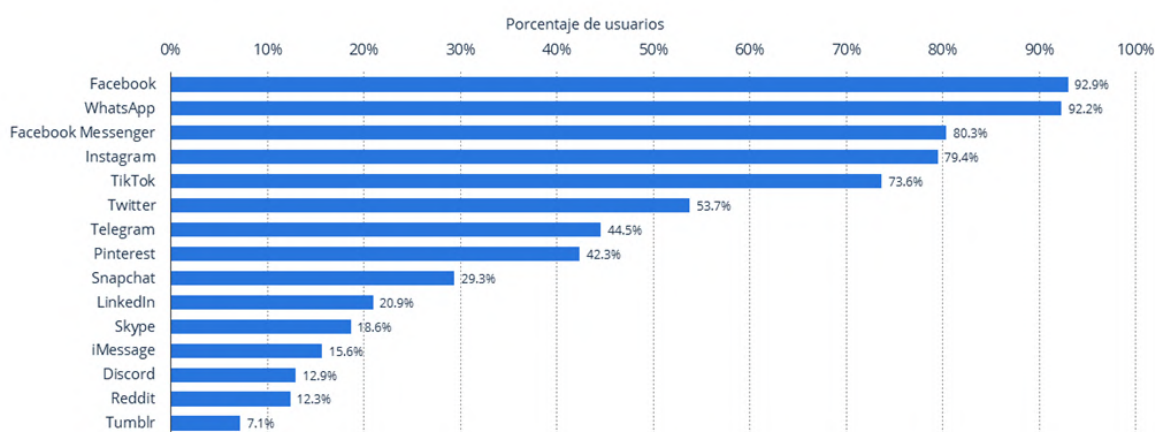
Aunque hoy ya pensamos en una web 3.0 preponderante en un futuro cercano, la realidad es que la web 2.0 a mostrado su valor para la interacción entre los usuarios.



El liderazgo de Meta (Antes Facebook) en su porción de mercado es indiscutible. Tan solo las 4 redes sociales más utilizadas en México pertenecen a este conglomerado.

Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México

Porcentaje de usuarios por red social en México



Descripción: Facebook sigue siendo la red social más popular en México. Casi un 93% de la población mexicana utilizaba la mencionada plataforma en 2022. Completaban el podio WhatsApp (que le seguía muy de cerca con un 92,2%) y Facebook Messenger con más de un 80%. Leer más.

Notas: T3 de 2022, 16-64 años.

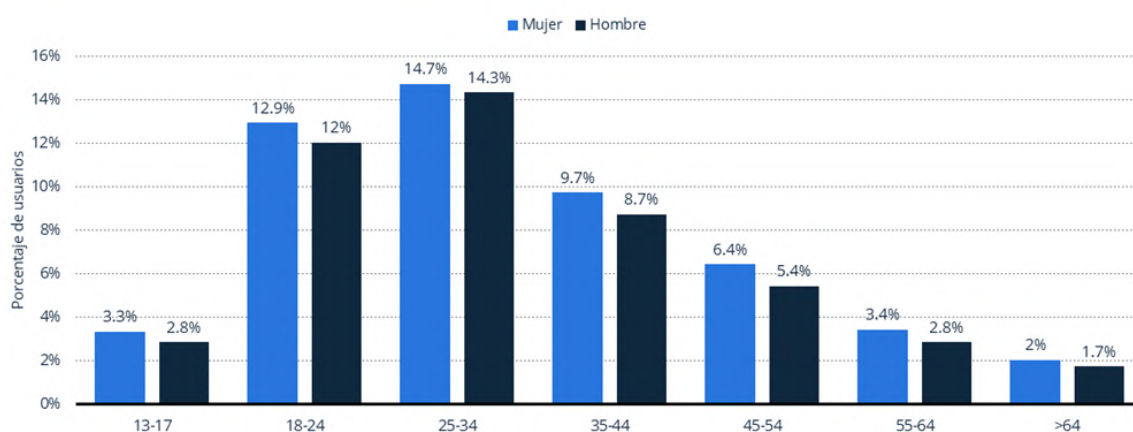
Fuente(s): DataReportal; GWI; Mettwaker; We Are Social



Si bien los jóvenes son quienes predominan en las redes sociales, esto también responde al bono demográfico por el que atraviesa el país. El generar contenidos para todos los mercados segmentándolos de manera correcta es y seguirá siendo un gran diferenciador.

Distribución porcentual de los usuarios de redes sociales en México en enero de 2023, por edad y género

México: distribución de los usuarios de redes sociales 2023, por edad y género



Descripción: En enero de 2023, casi el 30% de los usuarios de redes sociales en México eran mujeres y hombres de entre 25 y 34 años de edad. La población mayor de 65 años representó menos del 4% de los usuarios de redes sociales en el país durante ese periodo. [Leer más](#)

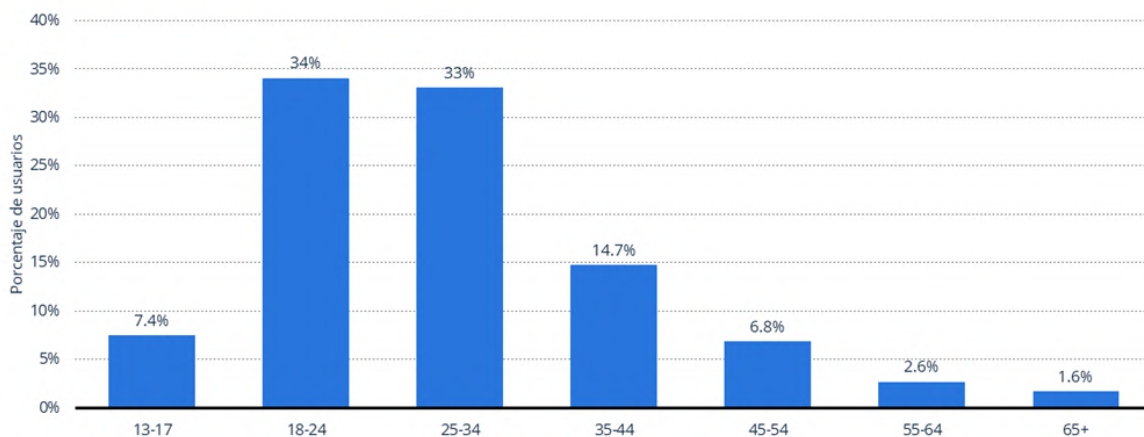
Notas: México, enero de 2023; 13 años o más; basado en los usuarios de Facebook, Instagram y Facebook Messenger

Fuente(s): DataReportal; GWI; Metwaker; We Are Social



Distribución porcentual de los usuarios de Instagram en México en enero de 2023, por grupo de edad

México: porcentaje de usuarios de Instagram 2023, por edad



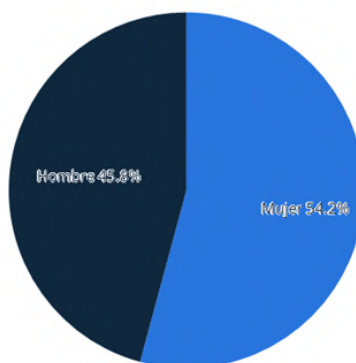
Descripción: Según datos de febrero de 2023, la mayor parte de los usuarios de Instagram (67%) en México tenía entre 18 y 34 años. Las generaciones mayores muestran un nivel inferior de uso de Instagram, ya que solo un 4.2% de las personas que usan esa red tenía 55 años o más. La mayoría de los internautas mexicanos acceden a Instagram a través de dispositivos Android. [Leer más](#)

Notas: enero de 2023; 13 años o más

Fuente(s): NapoleonCat

Distribución porcentual de los usuarios de Instagram en México en febrero de 2023, por género

México: porcentaje de usuarios de Instagram 2023, por género



22 Descripción: En enero de 2023, las mujeres representaban el 54.2% de los usuarios de Instagram en México. Mientras tanto, Facebook también contaba con un mayor porcentaje de usuarias, en el mismo periodo analizado. [Leer más](#)

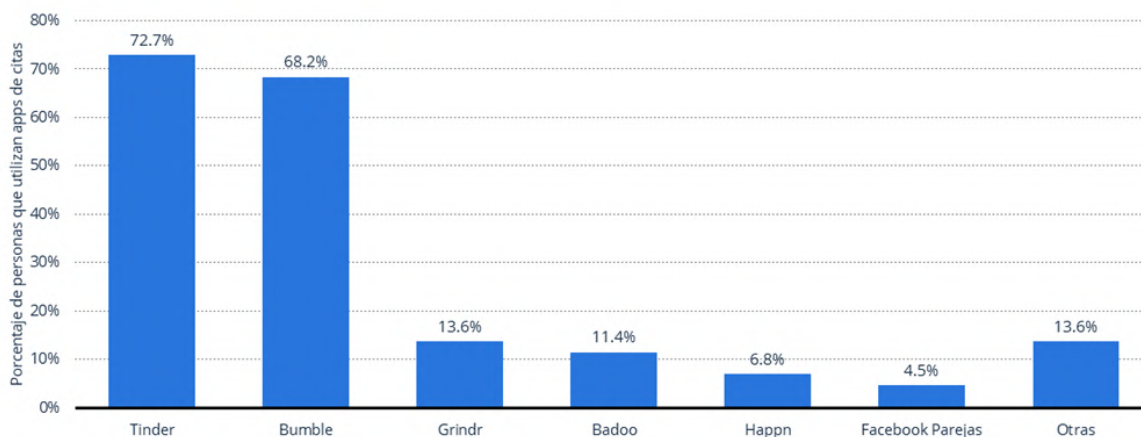
Notas: enero de 2023; 13 años o más

Fuente(s): NapoleonCat



Apps de citas con el mayor porcentaje de usuarios en México en 2023

México: porcentaje de usuarios por aplicación de citas 2023



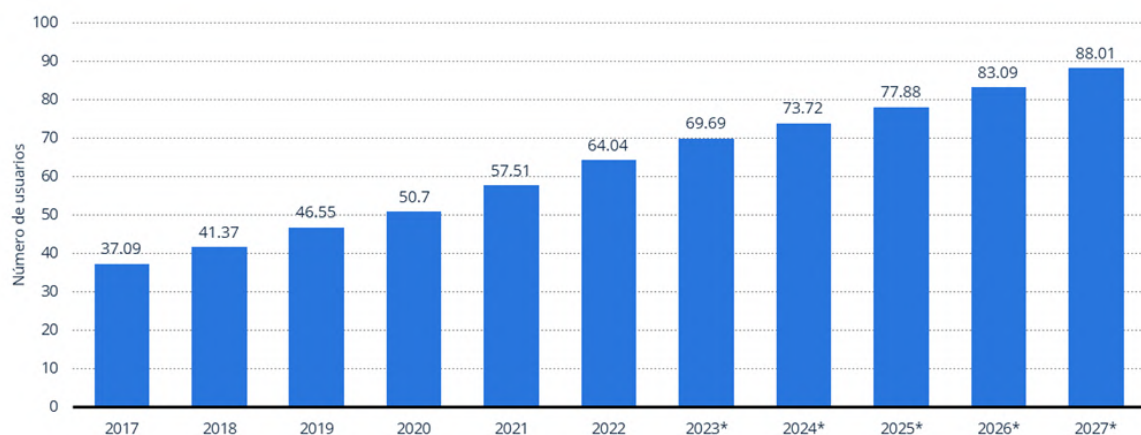
Descripción: Una encuesta realizada en febrero de 2023 reveló que Tinder es la app de citas con el mayor porcentaje de usuarios en México. Un 72.7% de los usuarios de este tipo de aplicaciones encuestados dijo haber usado Tinder. Bumble fue la segunda plataforma de citas más usada por los mexicanos, obteniendo un 68.2% de los encuestados. [Leer más](#)

Nota: México, febrero de 2023

Fuente(s): CU

Número de usuarios del comercio electrónico en México de 2017 a 2027 (en millones)

México: número de usuarios del comercio en línea 2017-2027



Descripción: En 2022, el número de usuarios de e-commerce en México fue estimado en alrededor de 64 millones, un aumento de más del 10% con respecto a la cantidad de compradores digitales calculada el año anterior. En 2027, se estima que esta cifra podría alcanzar los 88 millones. De la misma forma, se espera que la tasa de penetración del comercio digital en México continúe creciendo en los próximos años. [Leer más](#)

Nota: 2017 - junio 2023

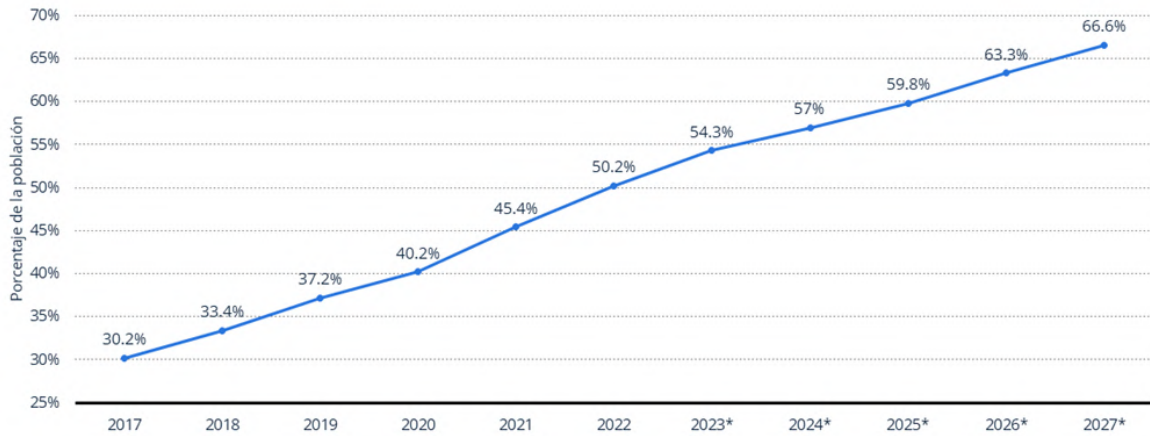
Fuente(s): Statista; Statista Digital Market Insights

Escenario actual y proyecciones sobre el internet y los internautas en la región



Porcentaje de compradores online sobre el total de la población en México de 2017 a 2027

México: tasa de penetración de las compras online 2017-2027



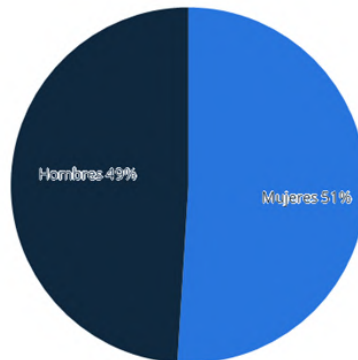
Descripción: México es uno de los principales mercados de e-commerce en América Latina. En 2023, se estimó que más de un 54% de la población mexicana adquirió bienes o servicios en línea. Solo tres años antes, en 2020, el porcentaje de compradores digitales en el país hispanamericano recién superaba el 40%. Se calcula que esta tendencia al alza continúa en los próximos años, rozando el 60% de penetración en 2025. [Leer más](#)

Nota: 2017 - junio 2023: * Proyecciones. El mercado del comercio electrónico incluye la venta de bienes físicos a través de un canal digital a un usuario final privado (B2C). Esto incluye compras a través de computadoras de escritorio (incluyendo [...] [Leer más](#)

Fuente(s): Statista; Statista Digital Market Insights

Distribución de los usuarios de internet que compraron algún producto en línea en México en 2022, por género

México: porcentaje de compradores digitales por género en 2022



Descripción: Según una encuesta llevada a cabo en México entre enero y diciembre de 2022, el 51% de los usuarios de internet entrevistados que compraron algún producto en línea en el país eran mujeres. La cantidad de usuarios del comercio electrónico en este país hispanamericano fue estimada en más de 57 millones ese mismo año. [Leer más](#)

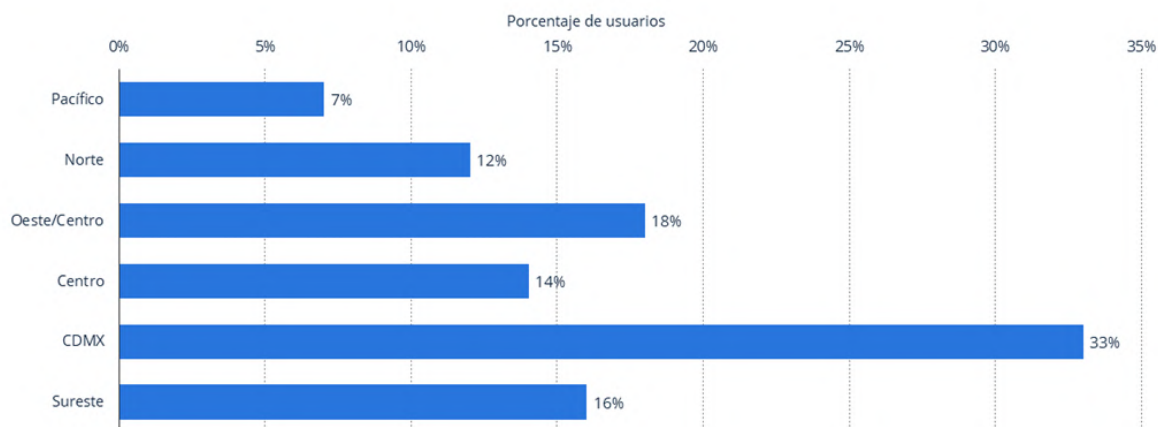
Nota: enero - diciembre de 2022; 956 encuestados; 18 años o más; internautas mexicanos que hayan comprado algún producto o servicio en el último año

Fuente(s): Asociación Mexicana de Venta Online; Netquest; Netrix; Página web (atencius.com)



Distribución de los usuarios de internet que compraron algún producto en línea en México, por región

México: porcentaje de compradores digitales por región en 2022



Descripción: De acuerdo con una encuesta llevada a cabo en México entre enero y diciembre de 2022, aproximadamente la tercera parte de los usuarios de internet entrevistados que compraron algún producto en línea en el país, residen en la Ciudad de México, mientras que solamente el 7% de los compradores digitales mexicanos se encuentran en la zona del Pacífico. En 2022, la mayor parte de los ingresos del comercio electrónico mexicano proviene de compras realizadas desde computadoras. [1] [Leer más](#)

Notas: 2022: 966 encuestados; 18 años o más; internautas mexicanos que hayan comprado algún producto o servicio en el último año.

Fuente(s): Asociación Mexicana de Venta Online; Netquest; Netrix; Página web (atensur.com)



MarketPlace de KIUBIX

Como saben, cada año solíamos presentar nuestro Catálogo, una compilación de nuestros productos y servicios que esperábamos fuera de su utilidad.

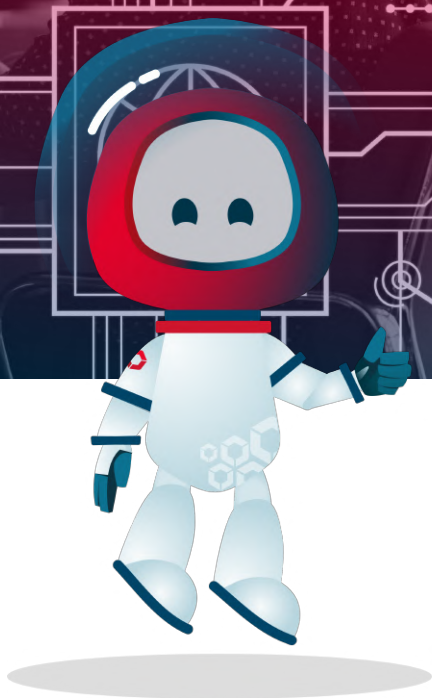
Sin embargo, en 2023 tomamos la decisión de hacer un giro significativo. Siguiendo nuestra misión de Ayudar Empresas, hemos expandido nuestro enfoque para incluir no solo los servicios que ya conocen, sino también el diseño y desarrollo de productos propios. Esta evolución es un reflejo de nuestro compromiso continuo con la innovación y el apoyo a las necesidades cambiantes de su empresa.

Por ello, este año, en lugar de nuestro tradicional catálogo, estamos emocionados de invitarlos a explorar Nuestro Marketplace. Hemos dado un diseño distinto a nuestro sitio principal, con el objetivo de que encuentren de manera sencilla y eficiente tanto los servicios como los productos desarrollados por KIUBIX, así como los productos comunitarios en los que ofrecemos soporte.

Este Marketplace es más que una simple plataforma de comercio electrónico; es una herramienta pensada para facilitar el acceso a soluciones que impulsarán su negocio. Aquí podrán encontrar desde las últimas innovaciones tecnológicas hasta servicios personalizados, todo en un solo lugar y con la garantía de calidad y soporte que caracteriza a KIUBIX.

Entendemos que el mundo empresarial está en constante evolución, y con este Marketplace, queremos asegurarnos de que tengan a su alcance las herramientas más actuales y efectivas para prosperar en este entorno dinámico.

Esperamos que este nuevo enfoque sea de su agrado y les resulte valioso. Estamos aquí para apoyarlos en cada paso de su camino hacia el éxito y estamos ansiosos por ver cómo estas nuevas soluciones contribuyen al crecimiento de su empresa.



Ecosistema KIUBIX



Contáctanos

Av. Canal Interceptor No. #603, Colonia Arboledas.
Aguascalientes, Ags. México. C.P. 20020

Teléfonos:

AGS 449 996 1460

CDMX 55 5025 0872

GDL 33 8852 9857

MTY 81 4738 0947

USA 512 975 4960

E-mail:

ayuda@kiubix.com

Propiedad intelectual

La presente publicación pertenece a KIUBIX y está protegida bajo la Licencia 4.0 Internacional de Creative Commons de Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual.

Este documento fue expedido en la ciudad de Aguascalientes, Aguascalientes el 04 de enero de 2024.

Diseño de portada: Omar Villicaña Guzmán.

Diseño editorial: Omar Villicaña Guzmán.

Fotografía de Stock: Freepik

Todos los derechos reservados.

2024 © KIUBIX



AVISO DE PRIVACIDAD

En pleno convencimiento del uso adecuado de la información, por tu seguridad, privacidad y tranquilidad y en cumplimiento con lo establecido por la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información te informamos nuestra política de privacidad y manejo de datos personales y hacemos el siguiente compromiso:

Los datos que solicitamos en los formularios de contacto, solicitudes de soporte, contratación de servicios, recursos humanos y cualquiera dentro de los sitios propiedad de "KIUBIX" serán utilizados para poder establecer contacto con el interesado conforme sus peticiones. Los datos recabados por "KIUBIX" no serán nunca difundidos, distribuidos o comercializados. En caso de que desees ser removido de nuestra base de datos podrás, en cualquier momento, solicitar la baja de tus datos mediante correo electrónico a ayuda@kiubix.com, o por escrito a Arco de la Independencia 301 Interior 1, Col. Los Arcos, C.P. 20146 Aguascalientes, Ags. en atención al departamento administrativo. En todo caso usaremos siempre la información provista para brindarte una mejor atención.

Para más detalles favor de revisar el aviso de privacidad completo:

"KIUBIX", S.A. de C.V. con domicilio Arco de la Independencia 301 Interior 1, Col. Los Arcos, C.P. 20146 Aguascalientes, Ags. es responsable de recabar sus datos personales, del uso que se da a los mismos y de su protección.

Con base en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, "KIUBIX", S.A. de C.V. reconoce que es importante asegurar la debida privacidad y la seguridad de su información de acuerdo con las leyes vigentes, por lo cual estamos comprometidos a resguardar su información personal de acuerdo con las prácticas legales, administrativas y conforme a estándares de seguridad informática propios de la industria.

Así mismo, nos responsabilizamos a no comercializar, alquilar, compartir o divulgar su información personal a terceros con fines ilícitos o contrarios a los de su titular, salvo en los casos en que expresamente el titular lo autorice.

De acuerdo a lo anterior, el presente "Aviso de Privacidad" se aplica a toda la información personal recopilada por "KIUBIX", S.A. de C.V. incluyendo sus empresas afiliadas y subsidiarias, así como de terceros con los que celebre o vaya a celebrar relación contractual, a efecto de brindarle servicios personalizados, contando siempre con los niveles de seguridad exigidos por Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

Por lo antes mencionado, y al estar de acuerdo con el presente "Aviso de Privacidad", Usted otorga su consentimiento a "KIUBIX", S.A. de C.V. para recopilar y utilizar sus datos personales para los fines que más adelante se especifican.

Le recordamos que en materia de Protección de Datos Personales, Usted podrá ejercer sus derechos denominados "ARCO" de acuerdo a lo siguiente, ello según los procedimientos regulados en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares y a través del mecanismo señalado en la parte final del presente Aviso de Privacidad:



Acceso: Podrá elegir la manera de comunicarse con nosotros a través de los medios mencionados en este documento para saber si "KIUBIX", S.A. de C.V. cuenta con sus datos personales y los detalles de los mismos. Rectificación: Usted podrá solicitarnos que cualquiera de sus datos personales sea corregido, en caso de que tengamos registrado alguno erróneamente o que el mismo haya sido modificado. Cancelación: Podrá pedir que cancelemos o demos de baja sus datos personales siempre y cuando exista una causa que justifique dicha acción y no tenga obligación pendiente de cubrir por parte o a favor de "KIUBIX", S.A. de C.V. Oposición: En caso de que Usted ya no tenga relación u obligación legal alguna con nosotros, puede hacer uso de este derecho, no compartiendo dato alguno. Dependiendo de la relación que tengamos con Usted, la información que recabamos consiste en nombre, razón social, registro federal de contribuyentes, domicilio fiscal, código postal, edad, estado civil, domicilio, teléfono, celular, nextel, correo electrónico, profesión y/o ocupación, cuenta(s) de institución(es) bancaria(s), clave(s) bancaria(s) estandarizada(s) y demás datos financieros, historial crediticio, los cuales son especificados en los diversos formatos que nos envían para su alta como clientes o proveedores - según sea el caso. Recabando además por su conducto datos personales de aquellos que servirán de contacto para llevar a cabo de la mejor manera nuestra relación contractual.

Estos datos personales son proporcionados por Usted, según corresponda, a través de los departamentos de compras, ventas, crédito y cobranza, cuentas por pagar, mercadotecnia (marketing) o servicio al cliente, lo anterior como parte de la operación contractual que se tiene o se pretende tener con Usted, para los fines específicos que más adelante se precisan.

Estos datos personales son necesarios y se utilizan para cumplir con los lineamientos fiscales y legales derivados de la relación que tenemos o pretendemos tener con Usted, como lo son -dependiendo del caso que se trate- selección y aceptación de clientes, evaluación de proveedores, facturación, cobranza, pagos, otorgamiento de créditos, solicitud de pedidos, envío de mercancía e información de productos y cambios a los mismos, entre otros.

Así mismo, la información que "KIUBIX", S.A. de C.V. recopila puede tener fines estadísticos, de promoción, de publicidad, mercadológicos o de prospección comercial.

Le informamos que sus datos personales únicamente son transferidos y tratados por nuestras empresas filiales o subsidiarias, o algún tercero debidamente contratado con cláusulas de confidencialidad de información y de protección de datos personales. Lo anterior para los fines mencionados en el párrafo que precede.

Entendemos que en caso de que Usted nos proporcione datos personales de terceras personas físicas para ser considerados como contactos, referencias, avales o responsables solidarios, ha obtenido el consentimiento de los mismos para transmitirnos sus datos para los fines antes referidos, lo anterior en cumplimiento a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares.

Tratándose de datos personales sensibles a los que se refiere la Ley, se obtendrá autorización expresa por parte del titular para la utilización y tratamiento de los mismos.



En caso de que tenga alguna pregunta o desee conocer los datos de su persona que constan en nuestras bases de datos, actualizarlos o rectificarlos (en caso de ser erróneos), o ejercer el derecho de retiro o bloqueo total o parcial de los mismos, o incluso limitar su uso o divulgación, puede contactarnos a partir del mes de enero del 2012 a través del acceso reservado para la recepción de solicitudes correspondientes al ejercicio de los derechos ARCO a los que hace referencia la Ley, mismo que consta en nuestra página Web en la siguiente dirección kiubix.mx, asegurándole que sus solicitudes serán atendidas a través de nuestro departamento responsable de tratamiento de datos personales.

Por su parte, en caso de que se requiera alguna modificación a lo estipulado en el presente aviso de privacidad será notificado a través de nuestra página Web en la siguiente dirección kiubix.mx