

AMVO

ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE



ESTUDIO
MÉTODOS DE PAGO
Y FRAUDES
CONSUMIDORES ONLINE
2019

Casa de Estudio:

netquest



La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) es una organización civil sin fines de lucro constituida en 2014 con el propósito de apoyar e impulsar el desarrollo del Comercio Electrónico en México.

Ya contamos con más de **300** empresas mexicanas e internacionales, de todos los sectores (retail, moda, seguros, viajes, bancos, fondos de inversión...), de todos tipos (start-ups, pure players, bricks y también agencias), que buscan desarrollar su comercio electrónico y beneficiar de las mejores prácticas de la industria.



ACERCA DE



En Netquest trabajamos con personas que representan a la sociedad global. El panel de Netquest y su capacidad de recolectar datos han sido diseñados para reafirmarnos como socios de confianza de organismos y empresas de investigación, para que puedan realizar sus análisis, obtener los mejores insights posibles y entender realmente a sus consumidores.

A hand holding a smartphone, with the screen displaying a data visualization. The background is a solid green color with a faint, semi-transparent image of the hand and phone.

ACERCA DE

RESUMEN EJECUTIVO

Compra Mobile: El Smartphone es el dispositivo que más se utiliza siempre y la mayoría de las veces al comprar por Internet.

Razones para elegir un método de pago: el *nivel de seguridad* y el *monto de pago* son las dos principales razones para elegir un método de pago al comprar productos y servicios.

Métodos de pago por canal de venta: la *tarjeta de débito* y *crédito* son los métodos de pago con mayor preferencia para utilizarlos tanto en canales físicos como digitales.

Nivel de Dificultad: 64% de los compradores considera fácil utilizar métodos de pago para compras en línea.

Nivel de Seguridad: 6 de cada 10 compradores considera que es seguro utilizar métodos de pago al comprar en línea.

Fraude Electrónico: 34% de los compradores ha sido víctima de fraude electrónico o cargo no reconocido al menos 1 vez en el último año.

Carrito abandonado: 57% de los compradores ha decidido al menos 1 vez en el último año abandonar la página cuando su compra ha sido rechazada.

ESTRUCTURA DEL REPORTE EXTENDIDO

01 Hábitos y preferencias de compra

- Demográficos del comprador
- Preferencia de canal de compra (Web + App + Teléfono + Tienda física) por Categoría de Producto & Servicio
- Penetración & Preferencia de dispositivo para comprar online
- Afinidad de Temporalidades

02 Uso de métodos de pago online

- Razones para elegir un método de pago al comprar online
- Preferencia de método de pago al comprar en línea por Tipo de Compra (Producto vs Servicio)
- Preferencia de método de pago al comprar en línea por Categoría de Producto & Servicio
- Preferencia de método de pago al comprar por Canal de Compra (Online vs Offline)
- Nivel de facilidad por método de pago al comprar online
- Razones de dificultad por método de pago al comprar online

03 Seguridad y fraude electrónico

- Incidencia de prevención de fraudes
- Preferencias de notificación y autorización durante el proceso de compra en línea
- Razones de abandono de carrito
- Nivel de seguridad por método de pago al comprar online
- Incidencia de rechazo de compra
- Percepción de la incidencia de fraude electrónico
- Disposición a compartir información para autenticar la compra en línea

METODOLOGÍA

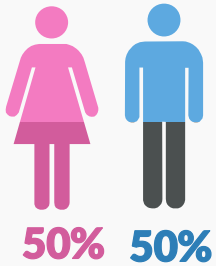
El levantamiento de información es realizado a través del panel online Netquest, el cual consiste en una comunidad de consumidores online que comparten información a través de encuestas y otras técnicas de recolección de datos a cambio de incentivos.

- ▼ **Casa de Estudio:** Netquest
- ▼ **Método:** Encuesta a panel online
- ▼ **Muestra Total:** 1,001 encuestas respondidas
- ▼ **Criterio de Selección:** Internautas Mexicanos. Hombres y Mujeres entre 16 a 55 años que hayan comprado algún producto o servicio por Internet en el último año.
- ▼ **Levantamiento:** Abril 2019



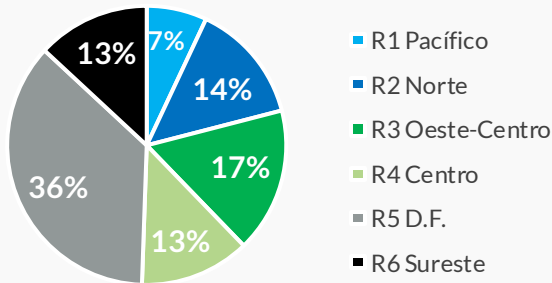
DEMOGRÁFICOS DE LA MUESTRA

GÉNERO

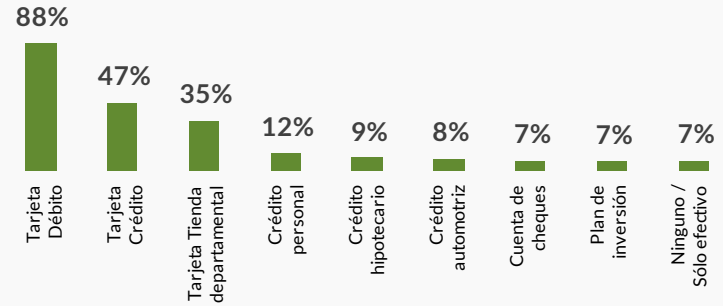


REGIÓN

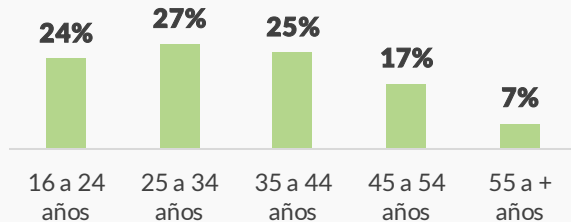
(Áreas Nielsen)



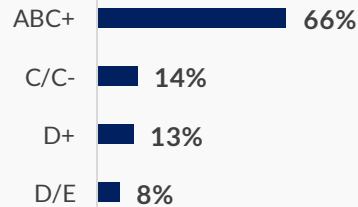
PRODUCTOS BANCARIOS



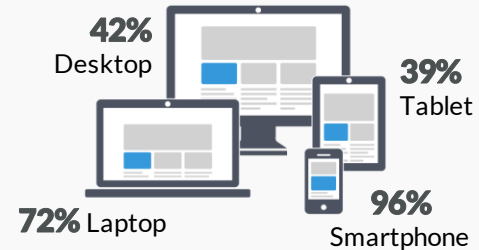
EDAD



NSE



DISPOSITIVOS



HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE COMPRA

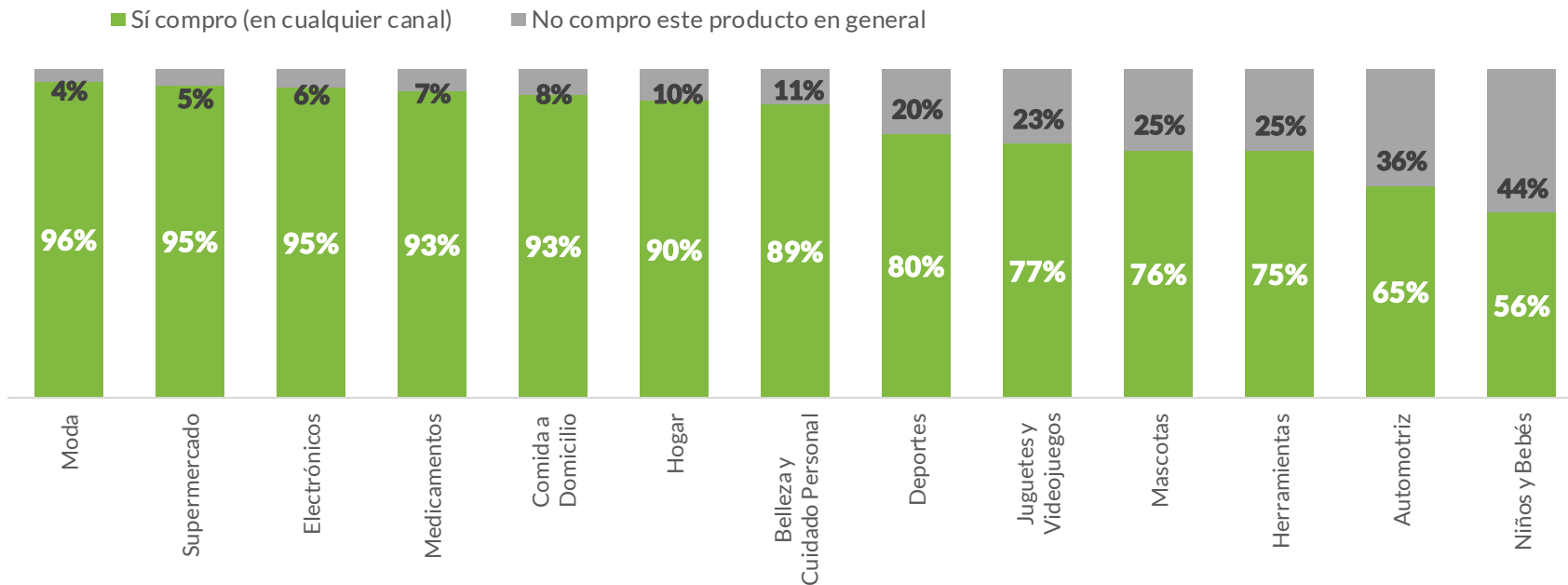
AMVO

ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE

netquest

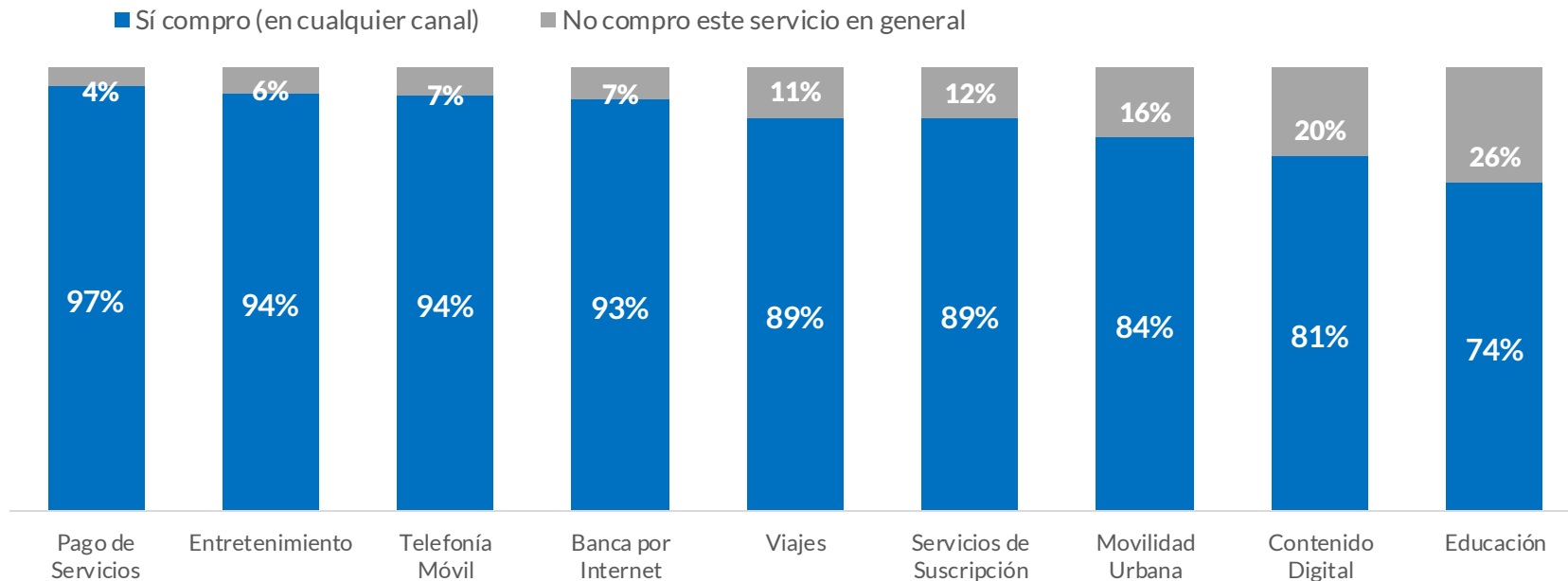
PREFERENCIA DE COMPRA DE PRODUCTOS

En general, los compradores adquieren productos como Moda, Supermercados y Electrónicos en cualquier canal. Otras categorías como Deportes, Mascotas y Automotriz son más afines para nichos de compradores específicos.



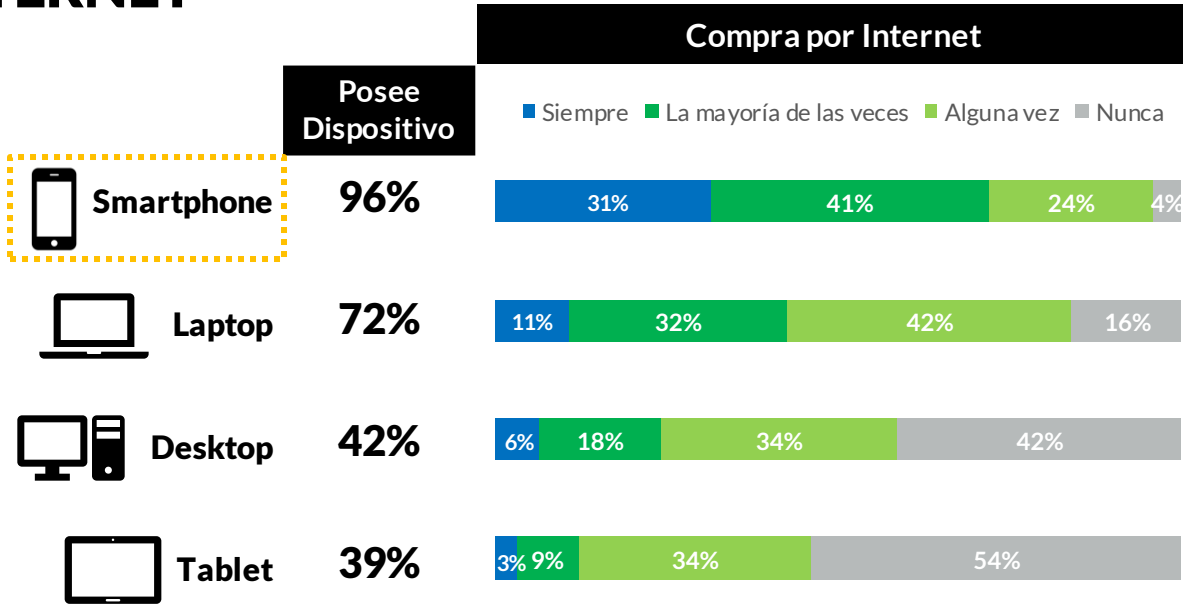
PREFERENCIA DE COMPRA DE SERVICIOS

En general, los compradores adquieren servicios recurrentes como Pago de Servicios, Telefonía Móvil y Banca Por Internet. Otras categorías como Movilidad urbana o Educación son más afines para nichos de compradores específicos.



DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA COMPRAR POR INTERNET

La compra Mobile cada vez se asimila de manera más recurrente, siendo Smartphone el dispositivo que más se utiliza siempre y la mayoría de las veces al comprar por Internet.



USOS DE MÉTODOS DE PAGO ONLINE

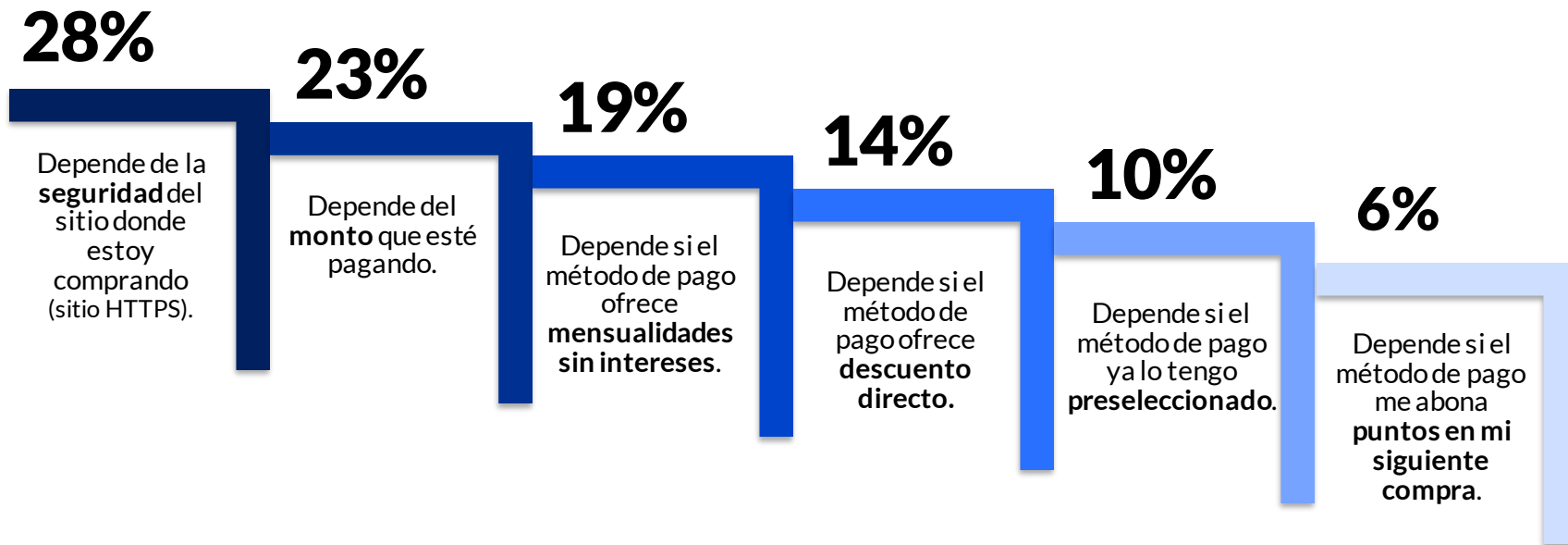
AMVO
ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE

netquest

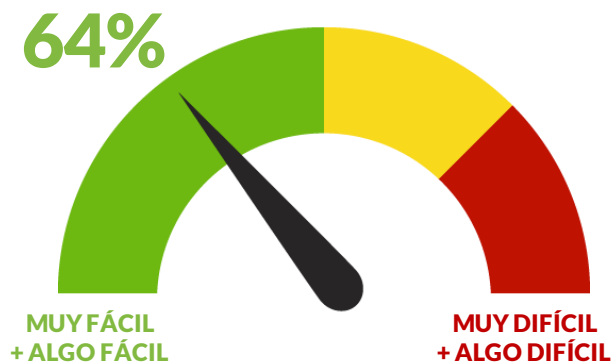


TOP 6 RAZONES PARA ELEGIR UN MÉTODO DE PAGO ONLINE

El nivel de seguridad y el monto de pago son las dos principales razones para elegir un método de pago al comprar productos y servicios.



PERCEPCIÓN DE DIFICULTAD PARA UTILIZAR MÉTODOS DE PAGO



Nivel de dificultad para utilizar métodos de pago por Internet

12%

De los compradores considera en promedio que los métodos de pago son *difíciles* de utilizar cuando compran por Internet.

RAZONES PARA CONSIDERAR DIFÍCIL UTILIZAR MÉTODOS DE PAGO

31%

Me solicita **demasiados filtros de seguridad** para que mi banco apruebe mi compra

30%

Requiere de **muchos intentos** para que se apruebe mi compra

25%

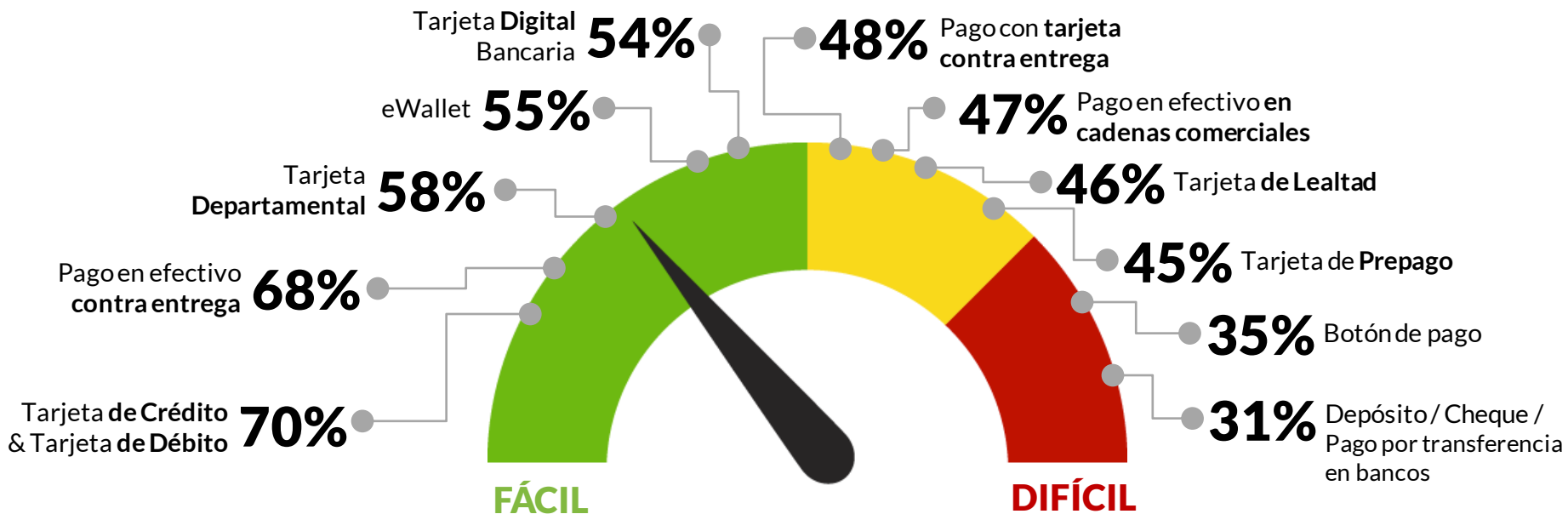
No entiendo los **pasos** que debo seguir para completar mi compra

24%

Tengo que **desplazarme a otro lugar** para poder concluir el pago (ejemplo: pagar en tienda de conveniencia, supermercado)

NIVEL DE DIFICULTAD POR MÉTODO DE PAGO

Score Neto %



SEGURIDAD & FRAUDE ELECTRÓNICO

AMVO
ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE

netquest



RAZONES DE ABANDONO DE UNA PÁGINA AL COMPRAR EN LÍNEA



8 de cada 10 compradores han abandonado tu carrito de compra online alguna vez

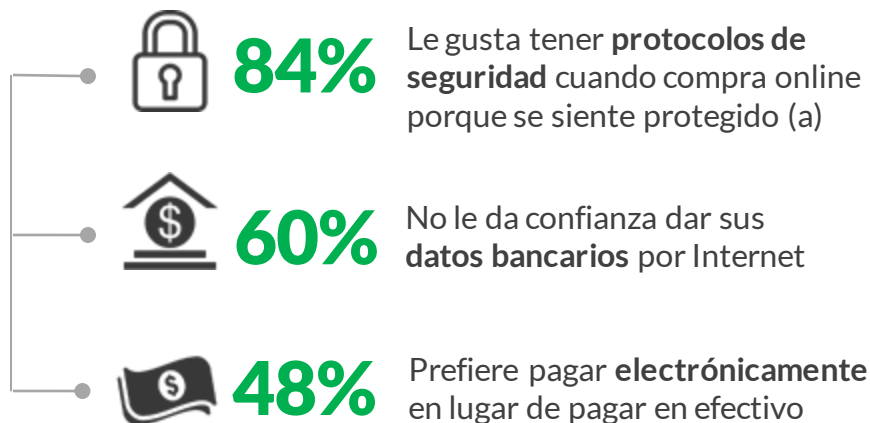
RAZONES DE ABANDONO

- **36%** La página solicitaba **demasiada información para validar** mi perfil
- **36%** Decidí no comprar en ese momento
- **30%** La página de compra **tardó mucho en cargar** y decidí salirme
- **29%** Intenté comprar, pero la página me **rechazó la compra**
- **28%** Era **obligatorio generar un perfil** de usuario cuando solo quería comprar una vez
- **20%** Generar un **perfil de usuario** tomaba **demasiado tiempo**
- **9%** No recordaba mi **usuario y contraseña**

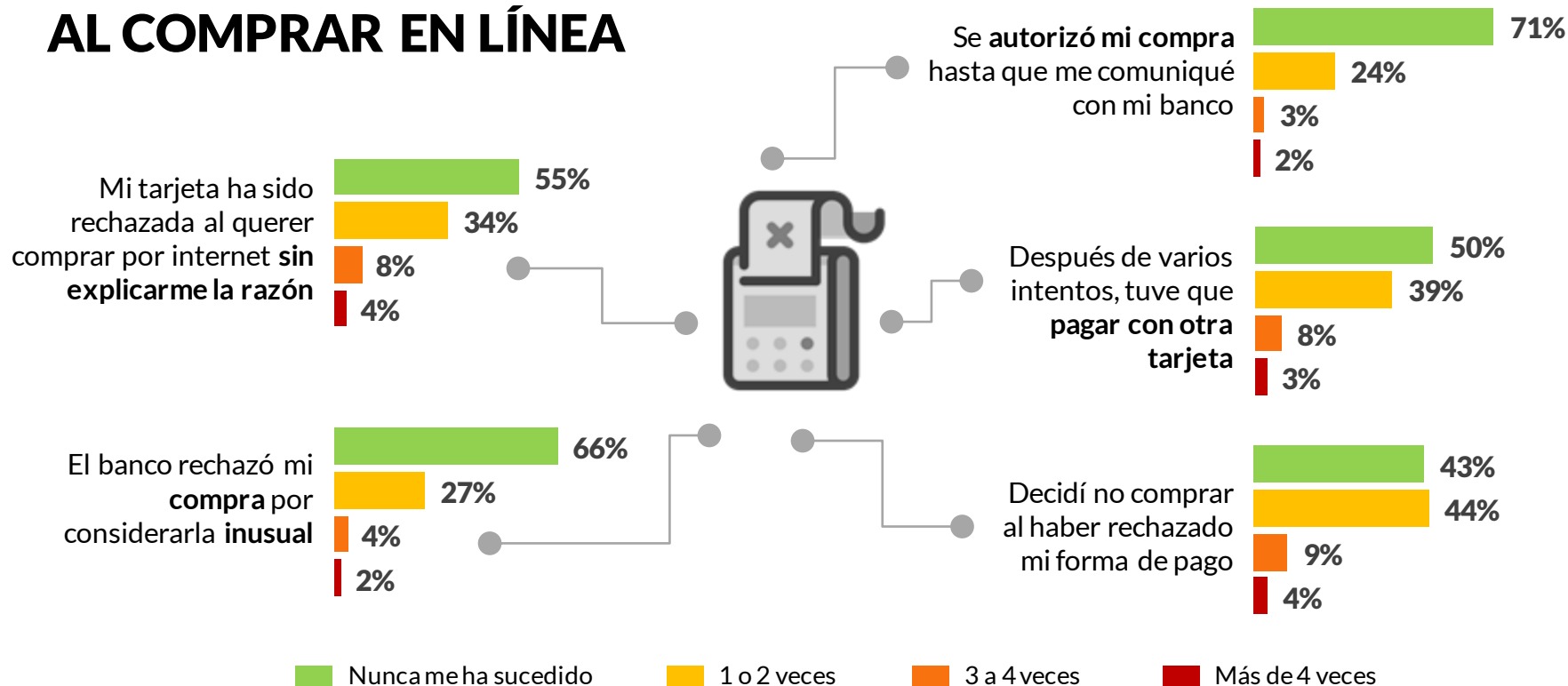
NIVEL DE SEGURIDAD EN LA COMPRA EN LÍNEA



PERCEPCIÓN SOBRE LA SEGURIDAD AL COMPRAR EN LÍNEA



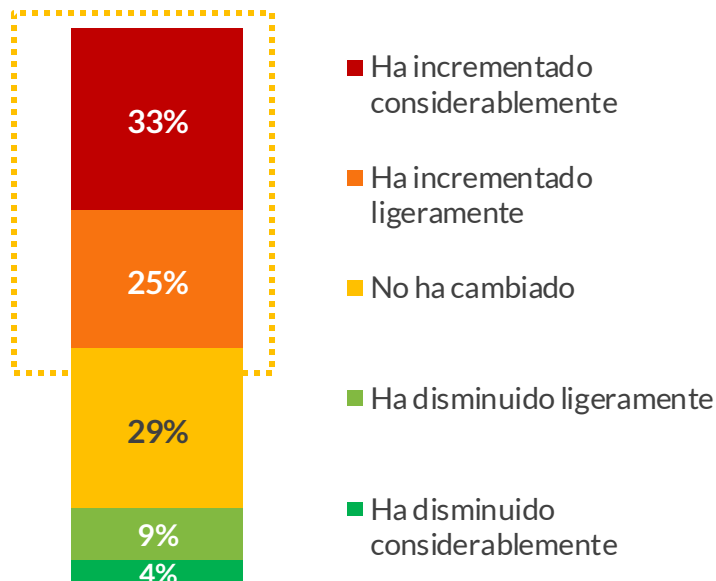
INCIDENCIA DE RECHAZO DEL PAGO AL COMPRAR EN LÍNEA



FRAUDE ELECTRÓNICO DURANTE LA COMPRA EN LÍNEA

6 de cada 10 compradores
considera que ha incrementado
el riesgo a ser víctima de fraude electrónico

Percepción del riesgo a ser víctima de fraude electrónico en el último año



DISPOSICIÓN A COMPARTIR INFORMACIÓN COMO MÉTODO DE VERIFICACIÓN AL COMPRAR EN LÍNEA

% Muy dispuesto + % Algo dispuesto

Información básica

- 52%** Correo electrónico
- 50%** Nombre

Información secundaria

- 44%** Código Postal
- 41%** Fecha de nacimiento
- 41%** Número telefónico
- 32%** Dirección



Información digital

- 32%** Historial de compra
- 29%** Tipo y Fabricante del dispositivo donde se realiza la compra
- 28%** Tipo de buscador
- 25%** Futuras compras planeadas
- 23%** Aplicaciones instaladas en el dispositivo donde se realiza la compra
- 21%** Número de serie del dispositivo donde se realiza la compra
- 21%** Configuración del buscador
- 18%** Dirección IP

AMVO

ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE

GRACIAS.

www.amvo.org.mx/estudios

Para mayor información sobre el reporte:

Daniela Orozco
Head of Market Research AMVO

 daniela@amvo.org.mx