



# Crecimiento de las ventas Online en México derivadas del COVID-19.



¿Qué opción refleja mejor tu forma de comprar los siguientes productos/servicios por internet en los últimos 7 días?

## Productos comprados Online durante la pandemia

Así mismo, son las categorías que más nuevos compradores están teniendo relevancia se concentran en Comida a domicilio, Moda y Medicamentos.

La información fue obtenida de encuestas realizadas en 4 diferentes "Olas"

- **Ola 1 (A)**= 303 encuestas
- **Ola 2 (B)**= 313 encuestas
- **Ola 3 (C)**= 311 encuestas
- **Ola 4 (D)**= 300 encuestas

Por primera vez	Ola 1 (A)	Ola 2 (B)	Ola 3 (C)	Ola 4 (D)
Comida a domicilio	5%	5%	10% AB	9%
Moda	6%	5%	6%	9% B
Supermercado	8%	9%	9%	7%
Productos para aseo del hogar	5%	9% A	6%	8%
Electrónicos	3%	5%	4%	7% A
Belleza y cuidado personal	3%	3%	3%	6%
Medicamentos	5% C	5% C	2%	8% C
Herramientas	4%	3%	5%	5%
Consolas y videojuegos	3%	2%	4%	4%
Mascotas	5%	5%	3%	3%
Deportes	3%	2%	3%	5% B
Electrodomésticos	3%	4%	5%	4%
Muebles y Home Decor	2%	3%	3%	5%
Automotriz	1%	1%	2%	6% ABC
Infantil	3%	2%	1%	5% BC



Durante los últimos 7 días, ¿cuáles fueron las razones por las que compraste productos y/o servicios por internet?

## TOP 5 razones para comprar Online durante la pandemia

Durante la pandemia, las razones más fuertes para comprar online se han mantenido, siendo el no salir de casa, evitar aglomeraciones y la necesidad de recibir las compras en el domicilio las más relevantes.

	Ola 1 (A)	Ola 2 (B)	Ola 3 (C)	Ola 4 (D)
No quería salir de casa por la pandemia COVID-19	55%	55%	61%	51%
Quería evitar aglomeraciones en Tienda Física	48%	40%	46%	43%
En internet encontré más promociones y descuentos que en una Tienda Física	35%	31%	27%	32%
Necesitaba recibir mis compras a domicilio	34%	38%	43%	40%
Pude comparar precios y variedad antes de comprar	31%	27%	25%	25%



¿Qué opción refleja mejor tu forma de comprar los siguientes servicios por internet en los últimos 7 días?

## Servicios comprados Online durante la pandemia

Los servicios online también adquieren nuevos compradores, especialmente servicios de banca por internet, y pago de servicios (luz, agua, gas).

Por primera vez	Ola 1 (A)	Ola 2 (B)	Ola 3 (C)	Ola 4 (D)
Servicios bancarios	5%	4%	5%	6%
Telefonía móvil	5%	5%	4%	5%
Pago de servicios	5%	7%	6%	7%
Servicios de suscripción	4%	5%	3%	5%
Movilidad urbana	2%	2%	1%	5%
Entretenimiento	5%	4%	3%	3%
Educación	3%	4%	5%	5%
Espectáculos y eventos	2%	2%	1%	3%
Viajes	0%	1%	2%	3%