



**CD
MX**

**PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS
Y EMPRENDEDORES**

Stephanie Salas Perez

XXXXX 2020

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Stephanie Salas Perez

XXXXXX de 2020

Clasificación temática: Tecnología, Trabajo, Medios digitales.

RESUMEN

Los avances tecnológicos, han ido incrementando en medida que va avanzando el tiempo por tal motivo los empresarios y empresas tienen que incorporarse más rápido a la vida digital para que no estén en un retraso tecnológico. Sin embargo, el acceso a los mercados con vías de internet son las que han aumentado su productividad y al mismo tiempo sus ventas, esto genera que las empresas contraten más mano de obra calificada como no calificada.

En esta investigación se analizarán las compras en línea y como ha ido creciendo con el paso de los tiempos, el porcentaje de género de las personas que participan en las compras en línea, las zonas con más compras en línea y el rango de edades que participan.

Contenido

I.	Introducción.....	1
	Problemática abordada.....	2
II.	Justificación.....	3
III.	Planteamiento del problema	4
IV.	Objetivos.....	5
V.	Marco teórico	6
VI.	Formulación de la hipótesis	9
VII.	Pruebas cuantitativas y/o cualitativas de la hipótesis.....	10
VIII.	Conclusiones	37
	Posibles soluciones propuestas	38
IX.	Bibliografía	39

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

I. Introducción

Los avances tecnológicos, han ido incrementando en medida que va avanzando el tiempo por tal motivo los empresarios y empresas tienen que incorporarse más rápido a la vida digital para que no estén en un retraso tecnológico. Sin embargo, el acceso a los mercados con vías de internet son las que han aumentado su productividad y al mismo tiempo sus ventas, esto genera que las empresas contraten más mano de obra calificada como no calificada.

En esta investigación se analizarán las compras en línea y como ha ido creciendo con el paso de los tiempos, el porcentaje de género de las personas que participan en las compras en línea, las zonas con más compras en línea y el rango de edades que participan.

En este momento nos enfocaremos en tomar acciones para combatir la vulnerabilidad, el desequilibrio y la desigualdad en el país. Es importante mencionar que las desigualdades digitales aún son desproporcionadas dentro del territorio por eso es preciso reconocer que sólo las zonas más grandes del territorio, son los ejes importantes que ha delimitado la participación y fortalecimiento de las demás regiones.

Los sectores de la economía han diversificado la oferta, el desarrollo de productos y servicios locales, así como la incorporación a nuevos mercados. Esto ha generado que haya más empleos, en una población cada vez más preparada, y que se encuentren opciones de trabajo y que se oferten con mayor remuneración.

Las desigualdades regionales es un factor que tiene relevancia en este tema ya que las desigualdades en temas tecnológicos y digitales son diferentes en las zonas así como el acceso y la preparación para las nuevas tecnologías.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Problemática abordada

El problema central de esta investigación es la de saber cómo las practicas digitales en México han modernizado a empresas y empresarios, esto se debe a que dicha práctica en México han toma un rumbo importante para las empresas y emprendedores debido a que las nuevas tecnologías son muy importantes para incrementar sus ventas y hacer una red de negocios más rentable y menos costosa.

Las ventas en línea en México son la nueva era de las ventas digitales que esta toma terreno en todo el territorio, aunque hay algunas zonas que esta lento, es por eso que analizaremos cuales son las zonas menos favorecidas por esta prácticas.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

II. Justificación

Es importante realizar esta investigación ya que nos dará un panorama más amplio de porqué han incrementado las ventas en línea y en que se ha beneficiado a los emprendedores y empresas, la sociedad en general se beneficia de este nuevo modelo de negocio ya que es muy atractivo para los diferentes tipos de productos en el mercado.

Los avances de las tecnologías han hecho que muchas empresas y emprendedores tomen nuevas rutas de comercializar sus productos esto se debe a que las plataformas digitales son más funcionales para que sus productos puedan llegar a lugares donde no se había podido llegar como a otros países o incluso en otros estados de la república, todo esto sin la necesidad de salir de casa.

Las plataformas digitales es un nuevo modelo de negocio en el cual pueden incrementar sus ventas, las empresas han tomado nuevas medidas tecnológicas en las cuales incluyen los envíos gratuitos.

Para que las empresas se involucren en las ventas digitales es muy sencillo ya que no se requiere de una gran inversión para arrancar el negocio sino que solo es necesario conocer las plataformas digitales para poder promocionar, vender y enviar sus productos.

En la actualidad hay una falta de conciencia, capacitación y modernización en la digitalización, las prácticas tecnológicas es el uso de los nuevos modelos de negocio que los beneficiarios no solo son los vendedores sino los compradores ya que el método es muy práctico para todos, esto ha provocado que cada vez sean más los empresarios que se incorporan a este nuevo modelo de negocio

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

III. Planteamiento del problema

La presente investigación será una guía de cómo ha ido incrementado el comercio electrónico y que ha favorecido a empresarios y empresas así como su crecimiento al paso de los años y quienes son los principales consumidores en este nuevo modelo de consumo digital.

Observaremos cuales son las personas que más participan en estos rubros de la economía digital, cuales son las practicas digitales los productos más buscados y vendidos en línea.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

IV. Objetivo

El objetivo es analizar cómo ha ido creciendo el mercado para las empresas y emprendedores con las practicas digitales y como es un modelo de negocio es más importante, por el cual cada vez más personas se han estado involucrando en estas nuevas prácticas para incrementas sus ganancias.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

V. Marco teórico

Por Las prácticas digitales en México ha tenido presencia en las plataformas digitales que existen y como lo menciona **Federico Stefano** en su publicación Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son un componente fundamental del tejido empresarial latinoamericano. Su importancia se manifiesta en dimensiones como su participación en el número total de empresas y creación de empleo. En contrapartida, su contribución al PIB es de solo el 30% (cifra que alcanza, en promedio, al 60% en los países de la OCDE, reflejando altas brechas de productividad entre ambas regiones y grupos de empresas). La estructura productiva heterogénea y la especialización en productos de bajo valor agregado que distingue a América Latina influyen en el desempeño de estas firmas y se manifiesta en esa brecha de productividad y un mínimo aporte exportador.

La digitalización tiene el potencial de alterar estos patrones tradicionales. Varios estudios

Muestran que el incremento en el uso de Internet y la banda ancha aumenta el comercio de bienes y servicios y la variedad de exportaciones. Para las empresas, el uso intensivo de Internet, incluido el uso de tiendas en línea y plataformas mundiales de comercio electrónico, está asociado con exportaciones y la diversificación de los mercados, así como con costos de comercio más bajos. **Kati Suominen**

Los desafíos que las nuevas tecnologías plantean a las empresas, especialmente a las de menor tamaño, la transformación generada por la difusión de las tecnologías digitales y la aceleración de los procesos de innovación que esto ha determinado no es un fenómeno que caracterizará el futuro de las empresas, sino que es ya una realidad del presente que, querer o no, los actores involucrados en el desarrollo de las empresas **Marco Dini**

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Toda esta revolución tecnológica ha favorecido la constitución de una experiencia digital que haya sus atributos distintivos entre los usuarios conocidos como nativos digitales (aquellos que han nacido y crecido en esta etapa de desarrollo tecnológico) y los inmigrantes digitales (usuarios que han tenido que llegar y adaptarse al mundo de las Tecnologías de la Información y Comunicación o tic) **(Prensky, 2001)**.

Las empresas son, en una economía de mercado real, un conjunto heterogéneo que exhibe conductas, estrategias y desempeños altamente diversos. Cualquier generalización y/u homogeneización de su tratamiento sea bajo la noción de “clase capitalista” o de “firma representativa” implica desconocer esta diversidad. A su vez, poner a la diversidad en primer plano no es necesario únicamente para comprender mejor la dinámica microeconómica, sino también para analizar los procesos de desarrollo en el largo plazo. Esto es así en tanto justamente, como se señaló más arriba, es la heterogeneidad de conductas y estrategias la que garantiza que exista una verdadera competencia de ideas e innovaciones en la sociedad, factor crucial para el crecimiento a largo plazo. En otras palabras, si no incorporamos la heterogeneidad y diversidad microeconómicas al análisis, difícilmente podamos comprender la dinámica de conjunto de un sistema económico. **(Andrés López CEPAL 2006)**

Un ámbito especialmente importante de reflexión concierne los desafíos que las nuevas tecnologías plantean a las empresas, especialmente a las de menor tamaño. Como mencionado al comienzo de este documento, la transformación generada por la difusión de las tecnologías digitales y la aceleración de los procesos de innovación que esto ha determinado no es un fenómeno que caracterizará el futuro de las empresas, sino que es ya una realidad del presente que, querer o no, los actores involucrados en el desarrollo de las empresas (hacedores de políticas, universidades, asociaciones empresariales, sociedad civil, etc.) no pueden evadir.

Marco Dini

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

La actividad de exportación puede ocurrir como resultado directo de la venta en línea (por la cual un cliente extranjero realiza un pedido en línea y la transacción se completa digitalmente por el mismo medio) o como resultado de que el cliente extranjero descubre el sitio de web o la tienda en línea de la empresa, pero las contrapartes completan la transacción fuera de los canales electrónicos. Los datos de la encuesta sugieren que ambas cosas pueden estar ocurriendo: el 87 por ciento de las empresas que venden en línea y exportan, también realizan sus transacciones de exportación de forma electrónica. **Kati Suominen**

La naturaleza dinámica de las plataformas digitales se relaciona sobre todo con la necesidad de encontrar innovaciones disruptivas para volverse exitosas o conservar su posición en el mercado. Las innovaciones disruptivas no solo son tecnológicas, también pueden referirse a un modelo de negocios. La característica fundamental es su carácter “disruptivo”; es decir, su potencial para crear nuevos mercados y extinguir los antiguos, o ambas cosas. **Niccolò Comini**

La red está continuamente cambiando y mejorando. Las líneas de conexión están permanentemente sustituyéndose por líneas más rápidas, en un proceso de modernización que todavía no ha terminado. Continuamente se adoptan nuevos estándares, los cuales junto al incremento de la velocidad de transmisión en toda la Red posibilitan la continua aparición de nuevos servicios multimedia, incorporando audio y video digital en tiempo real. **Pedro Rubio Domínguez**

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

VI. Formulación de la hipótesis

El comercio electrónico es la nueva manera de hacer negocios hoy en día, se puede comprar casi en todo territorio sin la necesidad de salir de tu casa o trabajo y es lo que están aprovechando los emprendedores y empresas, para que haya un mayor desarrollo dentro del territorio nacional es necesario implantar incentivar las nuevas prácticas digitales para que haya más movilidad del dinero, los rubros económicos y sociales en los cuales se puede encontrar que la población que participa en estas nuevas prácticas son las personas de 18 a 45 años de edad y lo que permite este nuevo modelo de negocio es menos discriminación a la hora de las compras.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

VII. Pruebas cuantitativas y/o cualitativas de la hipótesis

El proceso de ventas digitales en México ha evolucionado y por eso los empresarios y empresas se tienen que adaptar a las nuevas tecnologías esto para que no se queden en un rezago de ventas.

Muchas de las empresas en el país aún no cuentan con ventas en línea y esto se debe a que no las conocen o los costos no coinciden con sus ganancias, es por eso que en esta investigación observaremos como han ido incrementado el mercado online, las prácticas digitales en México son las nuevas estrategias para modernizar empresas aunque muchas empresas y empresarios aún no han podido acceder.

Según la asociación mexicana de internet realizo un estudio a 100 empresas en el 2014 el cual arrojo los siguientes datos:

Gráfica 1
Estudio de marketing digital y social media 2014



Fuente: elaboración propia basada en Asociación Mexicana de Internet

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

En la **Gráfica 1** muestra que de las 100 empresas estudiadas 79% tienen presencia en la red social Facebook que representa una de las plataformas digitales más importantes para hacer publicidad de la empresa.

Gráfica 2
Estudio de marketing digital y social media 2014

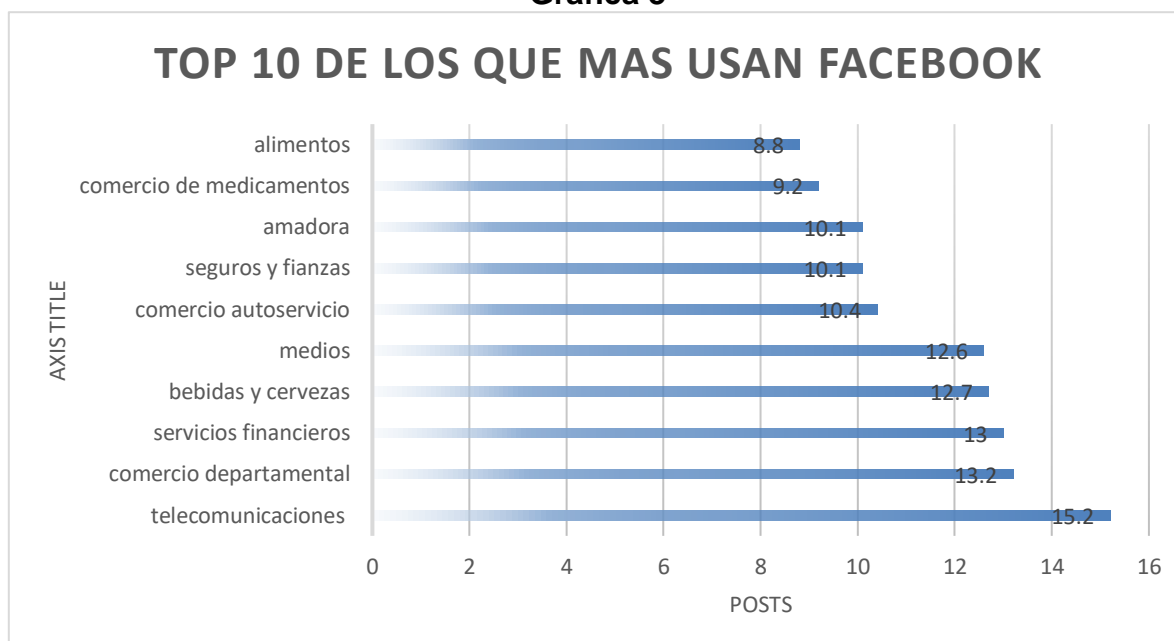


Fuente: elaboración propia basada en Asociación Mexicana de Internet

En la **Gráfica 2** nos muestra la presencia de las 100 empresas en Twitter nos indica que la presencia fue de 80% en comparación con Facebook que fue de 79% el cual refleja que el año 2014 las empresas tenían más presencia en twitter.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Gráfica 3



Fuente: elaboración propia basada en Asociación Mexicana de Internet

En la **Gráfica 3** observamos las empresas que más usan Facebook que tienen arriba del 13% fueron servicios financieros con 13%, comercio departamental 13.2% y telecomunicaciones fue de 15.2%

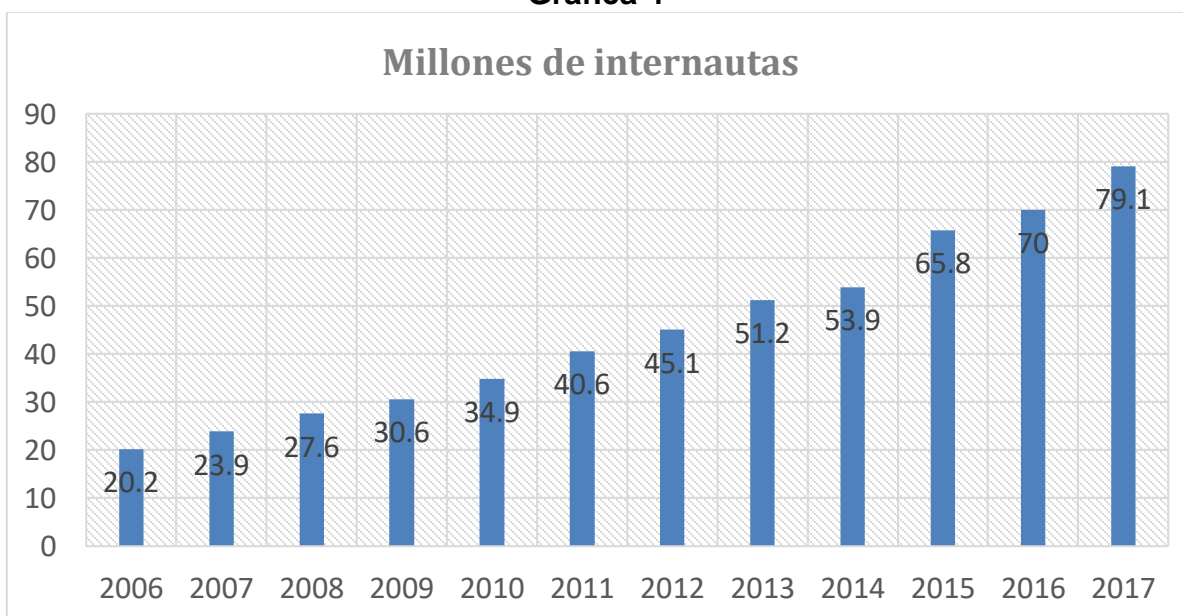
El género de las personas que más visitan las páginas de las empresas son los hombres con 53.5% y las mujeres es de 46.5%, las edades de las personas que más visitan son de 25 a 34 años de edad, las de 6 a 11 años de edad la participación es de 0%, de 12 a 17 años de edad la participación es de 0.03%, las personas de 18 a 24 años de edad su participación es de 14.80%, la participación de las personas de 35 a 44 años de edad es de 27.90%, personas de 45 a 54 años su participación es de 8.40%, las personas de 55 o más años su participación es de 3.70%, por lo que podemos ver que las de 25 a 34 años son las personas más activas y rentables dentro de las nuevas tecnologías, el estado civil de las personas activas son las que se encuentran solteras con un 51% los casados son de 31.90%, los viudos su participación fue de 0.70%, las personas que se encuentran en unión libre fue de 9.40% y por último las que se encuentran divorciadas o separadas su porcentaje de

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

participación fue de 7.10%, el grado de estudio de las personas que más interactuaron fueron los que tienen licenciatura completa con un 53.20%, con grado de posgrado obtuvieron un 29.40%, personas con licenciatura incompleta obtuvieron 4.70%, personas de primaria o secundaria 0.30%, las personas que no estudian obtuvieron un 0.70% y por ultimo las horas que pasan al día revisando las redes sociales de las empresas, teniendo como un mínimo de 4.3 hora y un máximo de 24 horas, las mujeres pasan 12 horas y los hombres 10 horas.

Según el Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018 realizado por **Asociación de internet MX** revela que los usuarios de internet en México del periodo 2006 al 2017 se han incrementado considerablemente como se puede observar en la **Gráfica 4** donde observamos que el 2006 tiene 20.2 millones de internautas y para el 2017 se incrementó en 79.1 millones de internautas.

Gráfica 4



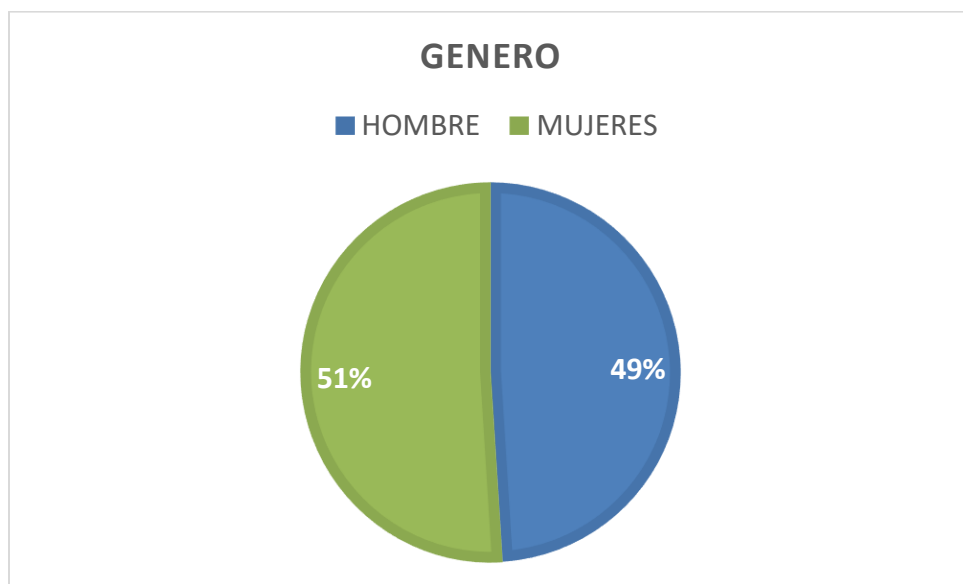
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 5** podemos observar que el caso de género incremento en el 2017 con la participación de las mujeres en 51% y los hombres con el otro 49% por lo que las mujeres también son grandes consumidoras en online

**PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y
EMPRENEDORES**

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

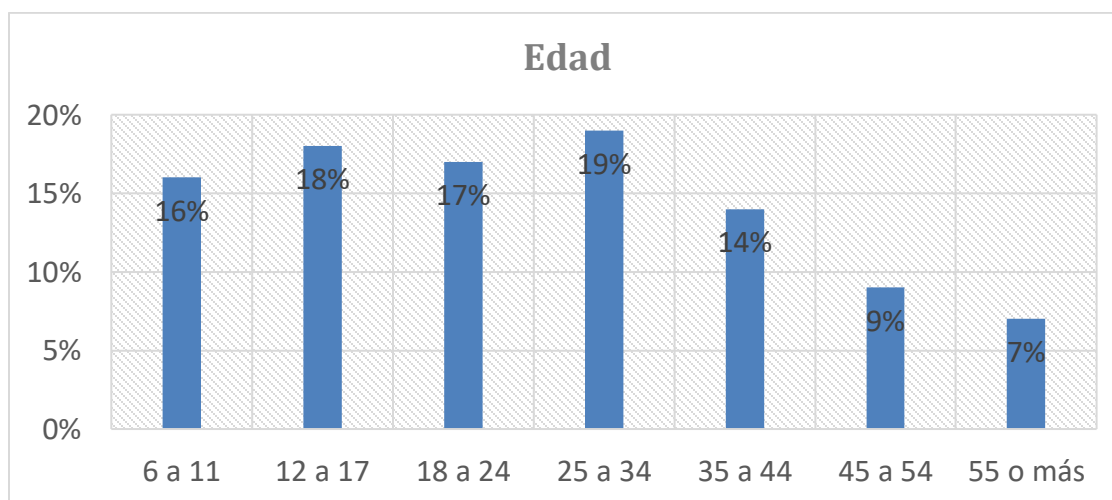
Gráfica 5



Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 6** observamos las edades de las personas que tienen hábitos de internet son los 6 a 11 años con una participación del 16%, las personas de 12 a 17 años tienen una participación del 18%, las personas de 18 a 24 años ocupan el 17% de participación, las personas de 25 a 34 años de edad ocupan el 19% de la participación, las personas de 35 a 44 años ocupan una participación de 14% y por ultimo las personas de 45 a 54 años ocupan un 9% y las personas de 55 o más años ocupan un 7%.

Gráfica 6



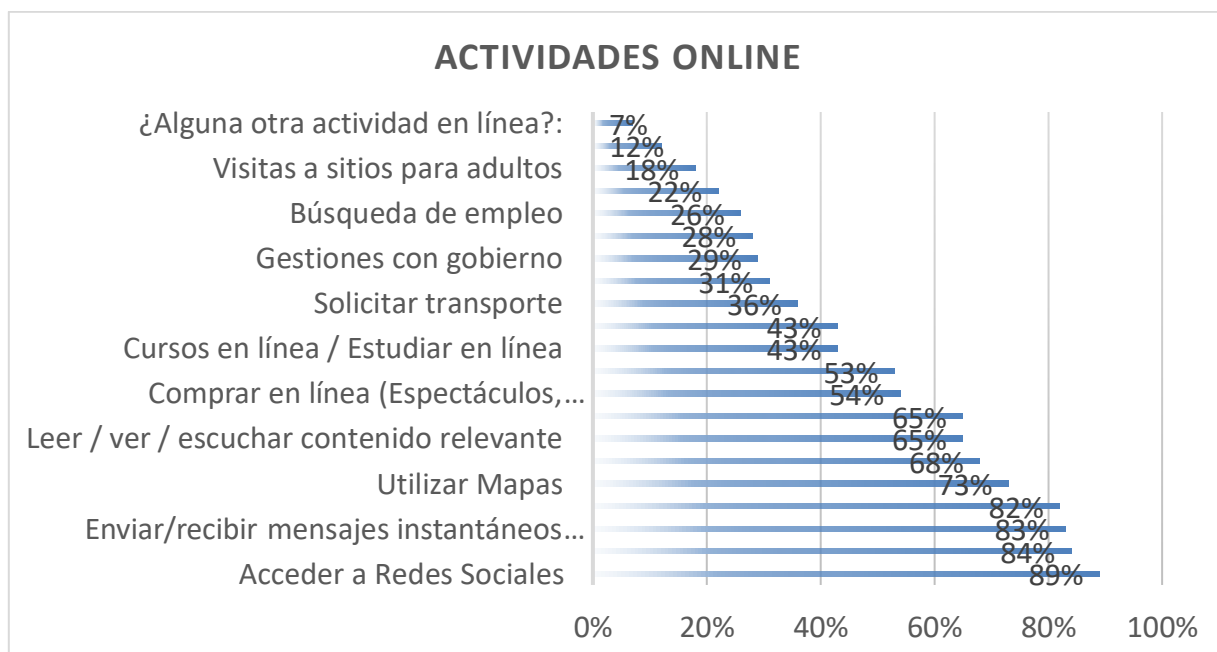
PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

Las zonas que más concentran la participación en internet es el centro sur con una participación del 23%, la zona de noroeste cuenta con el 16% de participación, la zona del oeste cuenta con la participación de 14%, la zona de noroeste cuenta con el 13% de la participación, en la zona del centro norte cuenta con la participación 11%, la zona del este su participación es de 10%, la zona del sureste cuenta con la participación del 7% y por último la zona de suroeste cuenta con la participación del 6%.

La preferencia por la que los usuarios utilizan dispositivos para navegar es el Smartphone con un 89%, la laptop cuenta con el 49% de preferencia, las computadoras de escritorio cuentan con una preferencia del 34%, las Tablet cuentan con una preferencia de 23%, los aparatos electrónicos cuentan con el 6% de preferencia, las consolas de videojuegos cuentan con el 2% de preferencia y por ultimo otros dispositivos tienen una preferencia de 3%.

Gráfica 7



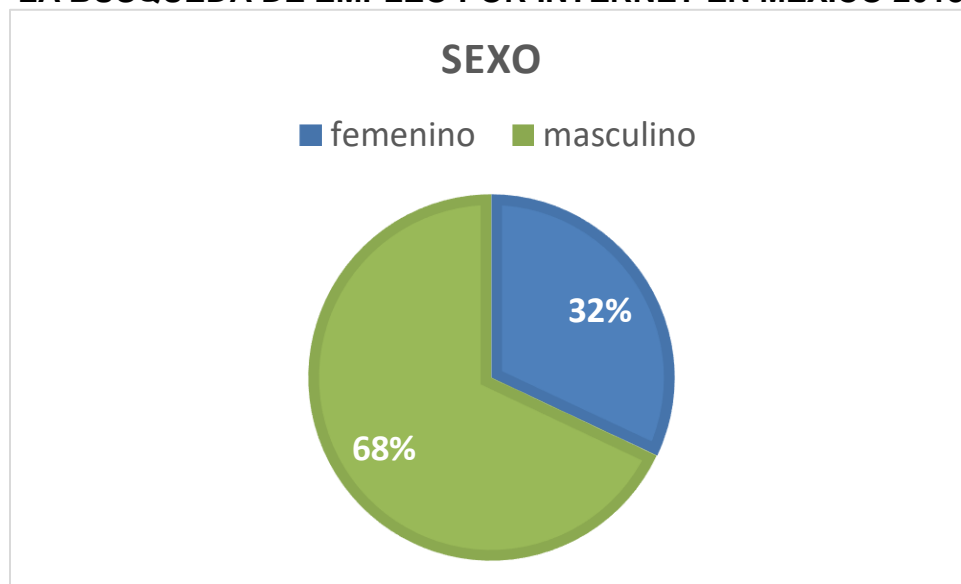
PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 7** observamos las actividades que más realizan los usuarios en el territorio del país es de acceder a redes sociales con un 89%, enviar y recibir mensajes 83%, utilizar mapas con un 73% leer, ver y escuchar contenidos cuenta con un 65%, y las compras en línea se cuentan con un porcentaje de 54%.

El porcentaje de las personas que compran en línea es de 65%, el otro 35% no compra en línea por lo que los principales motivos por los que la gente no compra es porque prefieren ir a la tienda con un 69%, porque no los convencen las ofertas con un 31%, los que no compran por internet es del 23%, porque no tienen dinero es el 23%, los que no han tenido la necesidad es de 15% y el otro 15% dicen que no es seguro.

Gráfica 8
LA BÚSQUEDA DE EMPLEO POR INTERNET EN MÉXICO 2018



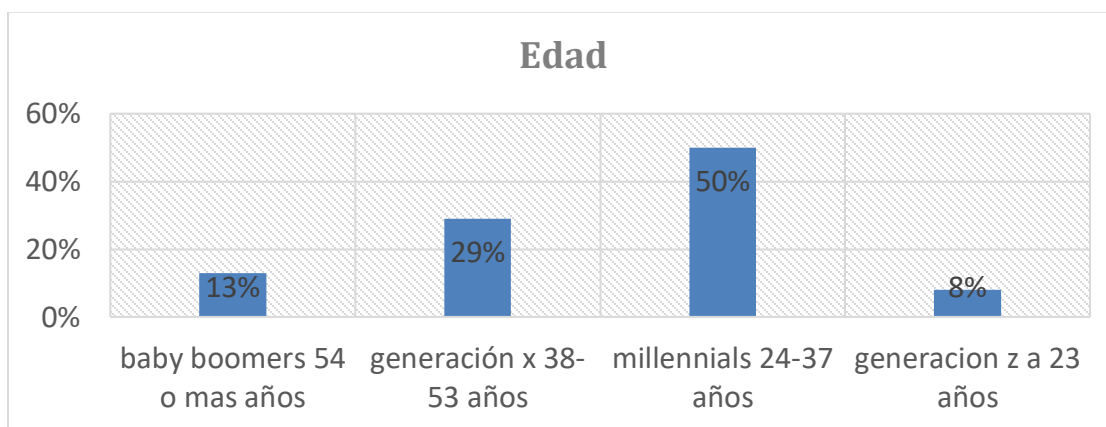
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 8** observamos las plataformas digitales no solo les han servido a las empresas y emprendedores para vender, incrementar su ventas o ganancias, sino también para incorporar gente a su equipo de trabajo por lo que tan solo en el 2018

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

las personas que buscaron empleos en internet fue el caso de los masculinos con un 68% y las femeninas fue de 32%, observando esta grafica podemos notar que es una gran oportunidad para quienes aprovechan las tecnologías no solo para vender sino para crecer su negocios con gese capacitada.

Gráfica 9

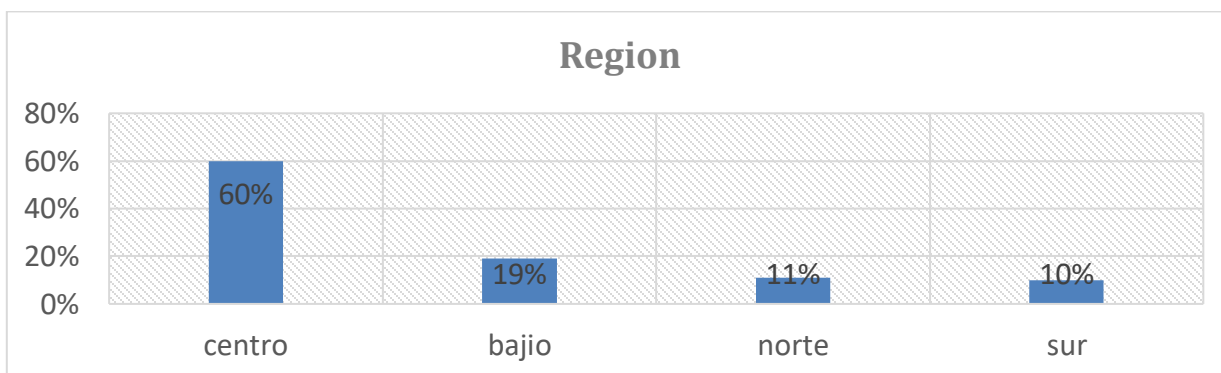


Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 9** observamos las personas que más buscan empleo en el 2018 y que en ese entonces los millennials, estaban en un rango de edades de 24 a 37 años y contaban con el 50%, después le siguen la generación x que tenían de 38 a 53 años contaban con el 29%, con 13% de búsqueda de empleo los baby boomers que tenían de 54 años o más y por último la generación z con una edad de menos de 23 años y que cuentan con el 8%.

Gráfica 10

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

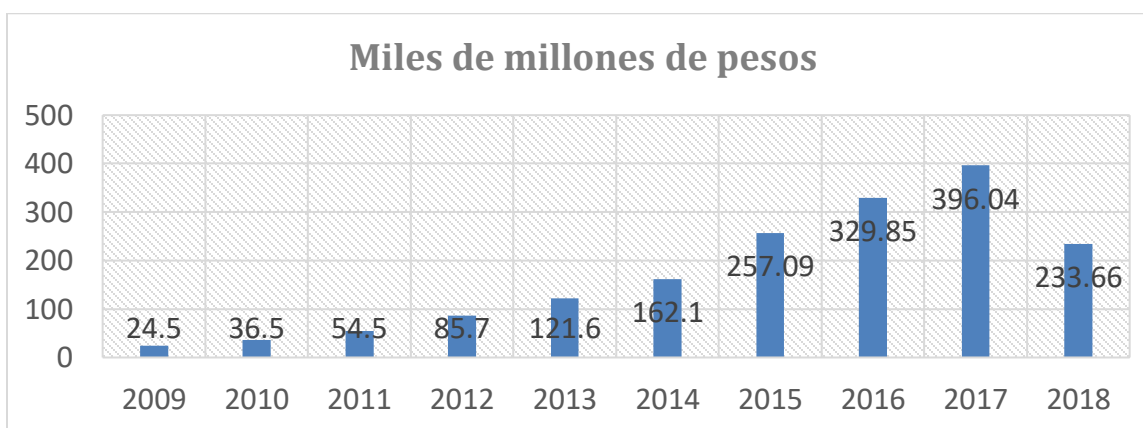


Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 10** observamos la región que más busca empleo en línea es el centro con un porcentaje de 60%, seguido por el bajo con el 19%, la región del norte cuenta con un porcentaje de 11% y por último el sur con el 10%, esto nos indica que aún hay zonas en donde no han utilizado las tecnologías para favorecer como lo es el caso del sur, sin en cambio la región del norte no ocupan mucho este método para buscar empleo ya que las personas en esa región suelen durar más tiempo con empleo y menos probable de que las despidan.

Gráfica 11

Estudio de Comercio Electrónico en México 2018 junio



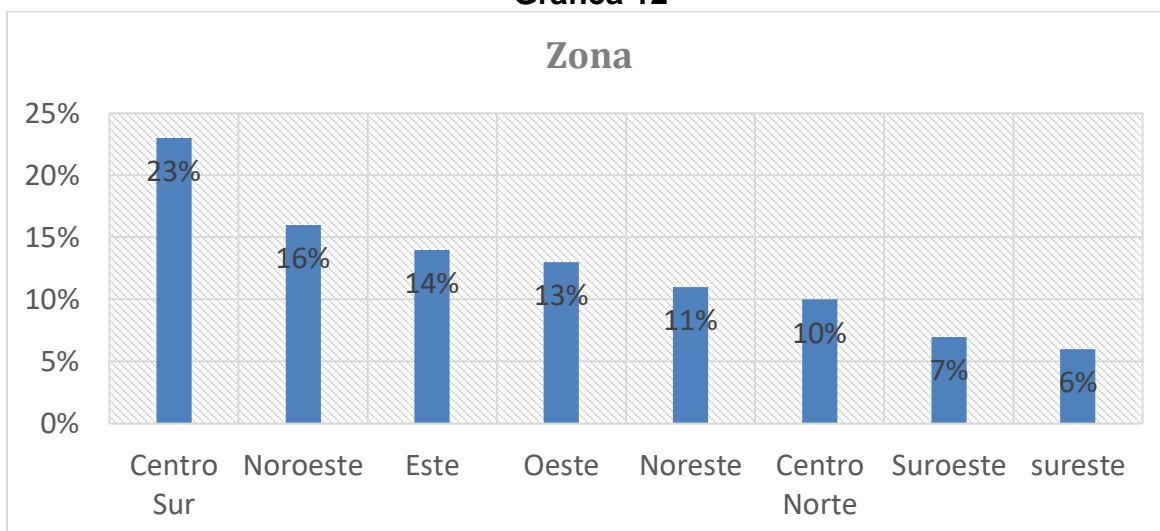
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 11** observamos en el 2009 el comercio electrónico tuvo una ganancia de 24.5 miles de millones de pesos, tan solo el año del 2015 tuvo una ganancia de

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

257.09 mil millones de años, el año 2016 su ganancia fue de 3329.85 mil millones de años, el año del 2017 tuvo una ganancia de 396.04 mil millones de pesos, esto refleja que los en el transcurso de los años el comercio electrónico en México ha crecido por eso que los empresarios y emprendedores tienen un nuevo modelo económico y rentable para toda clase de empresarios y emprendedores desde los minoristas hasta los mayoristas, en este sentido los que más participan son los hombres con un 51% y las mujeres con el 49% lo que podemos ver que es muy parejo, las edades de las personas que tuvieron participación en el comercio electrónico fueron de 18 a 24 con el 26% de participación, las personas de 25 a 34 años es el sector más participativo con un 29%, las personas de 35 a 44 años tuvieron una participación del 21%, las personas de 45 a 54 años tuvieron una participación del 13%, y por último las personas de 55 años y más tuvieron una participación del 11%.

Gráfica 12



Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 12** observamos que las zonas con mayor participación son el centro sur con una participación del 23%, seguido por la zona de noroeste con una participación del 16%, estas zonas representan la gran parte de la participación, por tal motivo

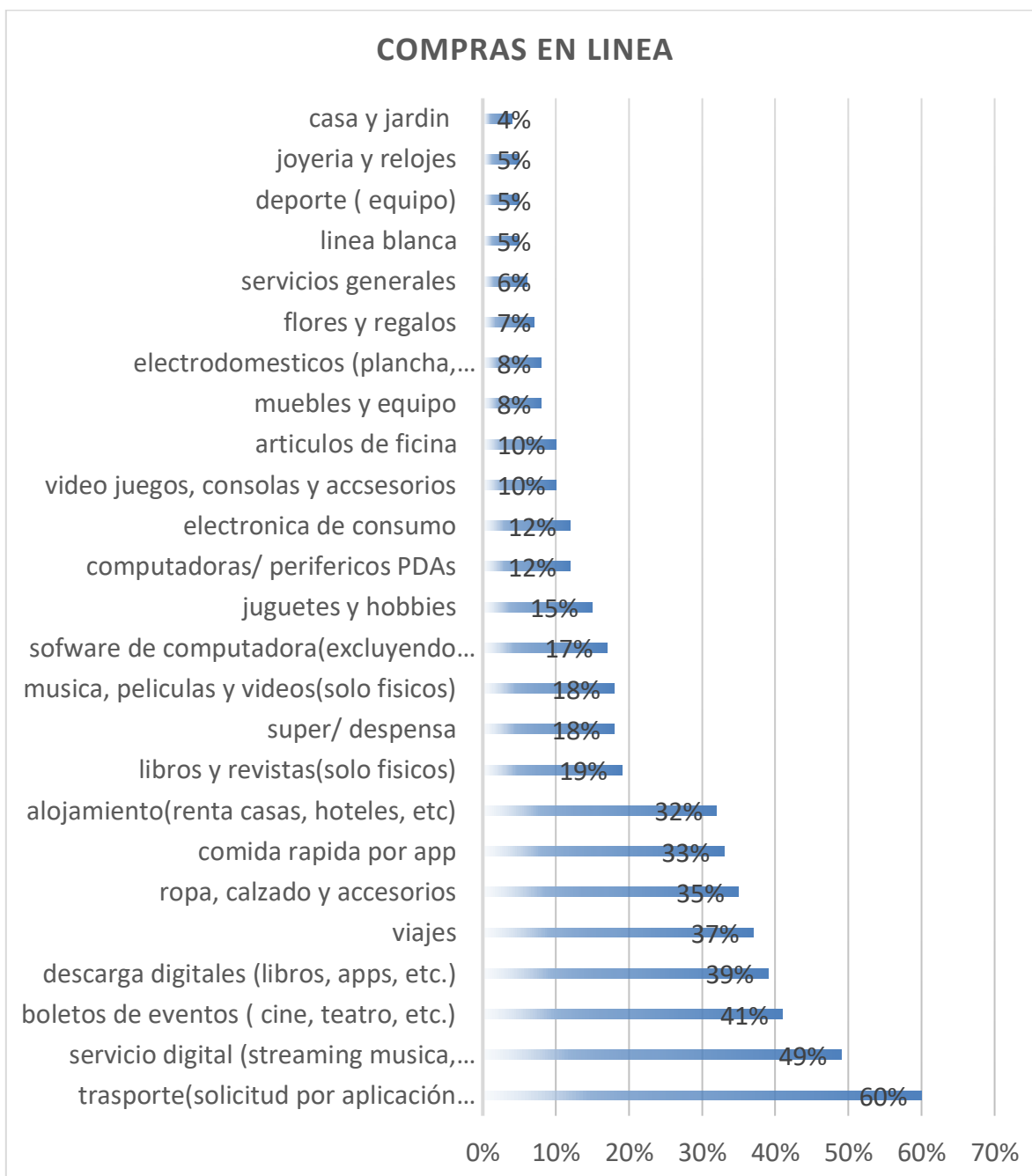
PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

queda claramente que el comercio electrónico su mayor aportación es en el centro sur.

En los últimos 3 meses las compras en línea fue del 60% de las personas que compraron el otro 40 % las personas no compraron, el porcentaje de las mujeres que compraron fue del 47%, los hombres, en el caso de las edades los hombres fueron los que más participaron en todas las edades en el caso de las edades de 18 a 24 años los hombres tuvieron una participación de 85% y las mujeres fue de 15%, las personas de 25 a 34 años los hombres tuvieron un 68%, y las mujeres tuvieron 32%, las personas de 35 a 44 años tuvieron en los hombres 68% y las mujeres fue de 32%, las personas de 45 a 54 años tuvo en los hombres 88% y en el caso de las mujeres fue de 12% y por último las personas de 55 años y más tuvo en los hombres 91% y las mujeres fue de 9%.

Gráfica 13

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

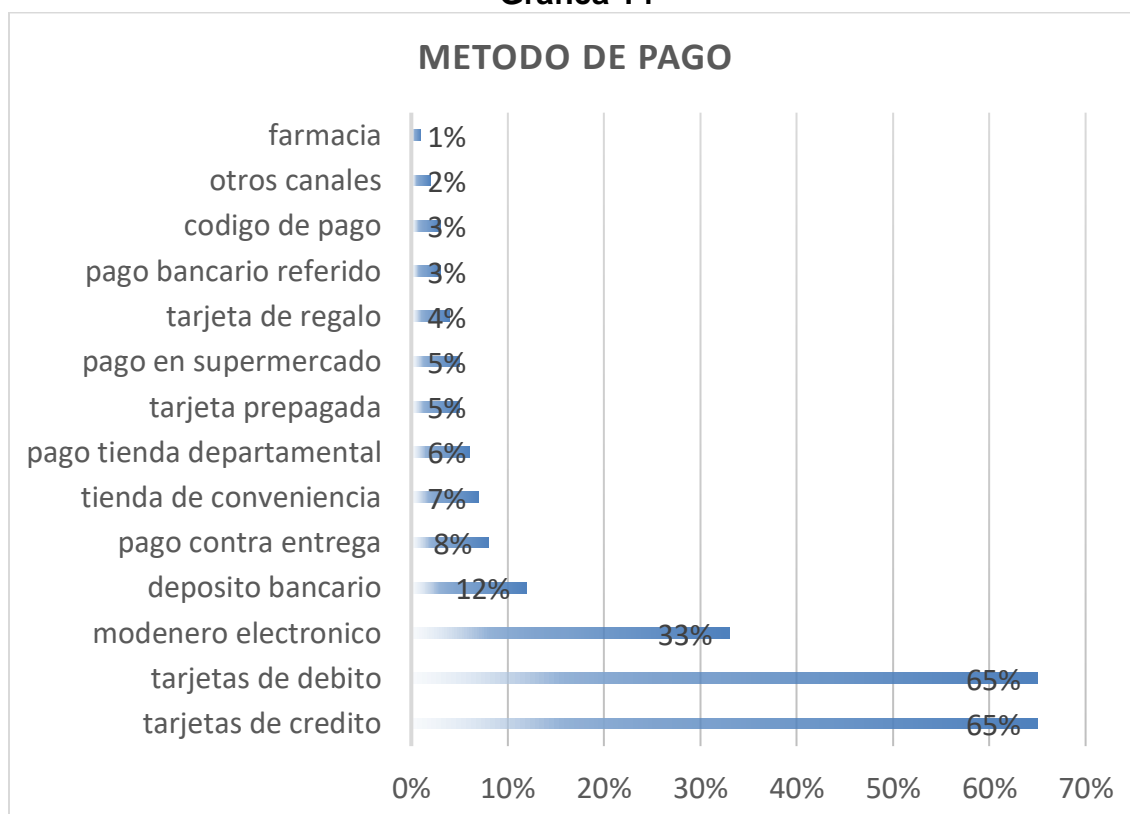


Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

En la **Gráfica 13** observamos las compras en línea con mayor participación de las cuales fueron los servicios de transporte por aplicación con 60%, los boletos de cine, teatro 49%, viajes con un 41%, la comida rápida 'por app' lo que puede ser un margen para los futuros emprendedores.

Gráfica 14



Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

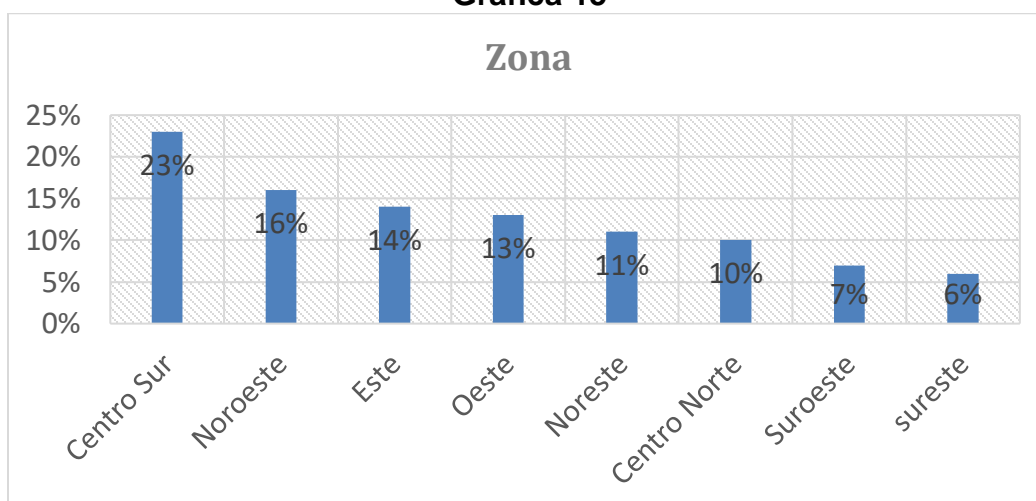
En la **Gráfica 14** observamos el método que más se utiliza para pagar las compras electrónicas son las tarjetas de crédito que el 65% la utiliza seguido por las tarjetas de débito que cuenta con el 65%, seguido por el monedero electrónico con un 33%, es por eso que las compras en línea están ganando terreno sobre los métodos de comercio tradicionales.

La Asociación de internet MX realizó una Estadística digital basándose en el buen fin de Noviembre del 2018, para eso realizó 1,592 entrevistas digitales de las cuales

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

indica que el 51% de los compradores fueron mujeres el otro 49% fueron hombres, las edades de las personas que participaron en el buen fin fueron de 18 a 24 años con un porcentaje de 26%, las personas de 25 a 34 años son los que más participaron durante el buen fin, las personas de 35 a 44 años su participación fueron de 21%, para las personas de 45 a 54 años el porcentaje de participación fue de 13% y por ultimo las personas de 55 o más años tuvo una participación del 11%.

Gráfica 15

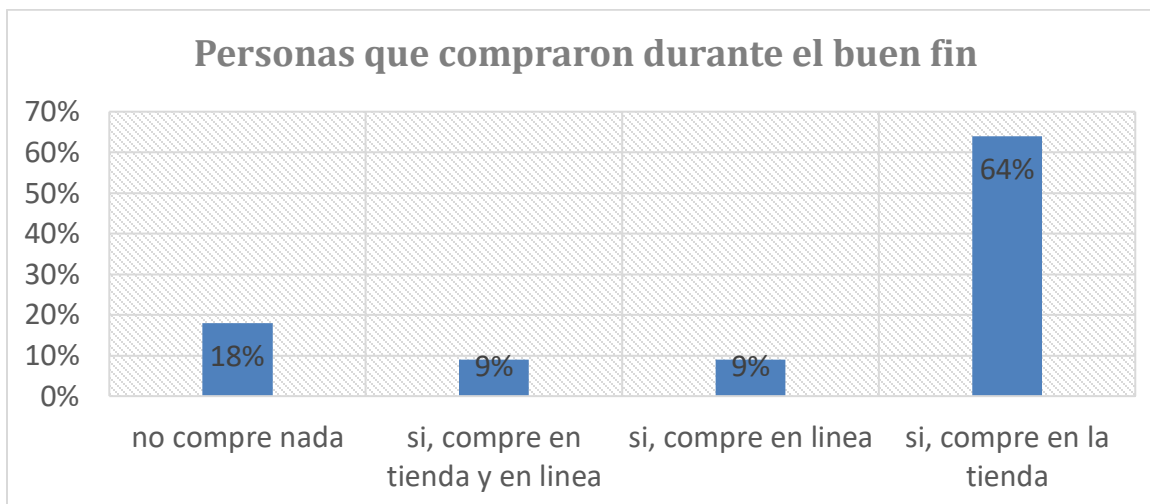


Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 15** observamos las zonas que más participaron durante el buen fin es el Centro Sur con una participación de 23%, la zona de Noroeste tuvo una participación 16%, la zona del Este su participación fue de 14% por lo que concentran más del 50% de las durante el buen fin.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Gráfica 16

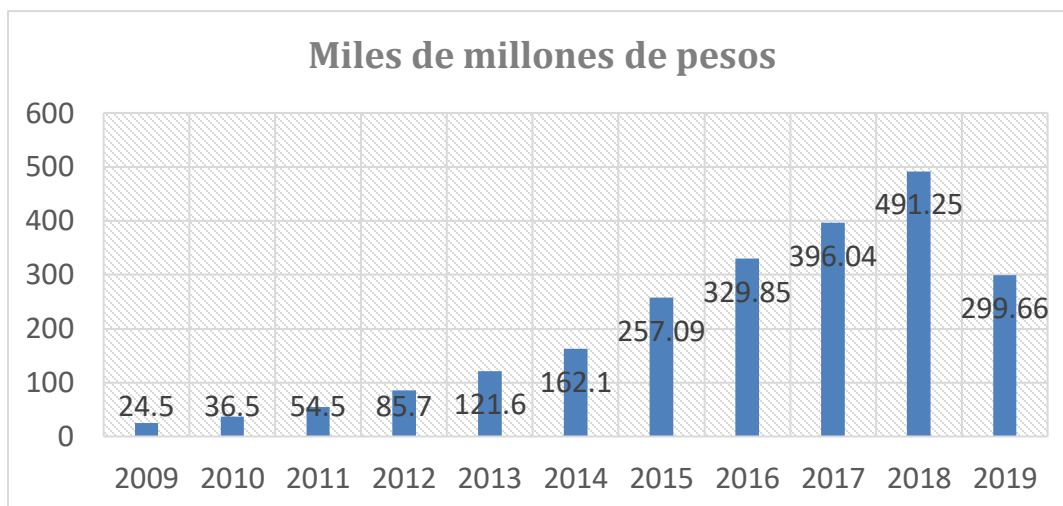


Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 16** observamos que durante el buen fin del año 2018 la mayoría de personas que compraron algo fue en la tienda con una participación del 64%, las personas que compraron el line apenas alcanzaron el 9% de la participación, por lo que a mucha gente aún le causaba desconfianza, pero las personas que si compraron en línea por edades quedo de la siguiente manera: las personas de 18 a 24 años tuvieron un porcentaje del 8%, las personas de 25 a 34 años tuvieron una participación del 20% durante el buen fin, las personas de 35 a 44 años su participación fueron del 34%, para las personas de 45 a 54 años el porcentaje de participación fue de 16% y por ultimo las personas de 55 o más años tuvo una participación del 22%.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Gráfica 17
Estudio de Comercio Electrónico en México Diciembre 2019



Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

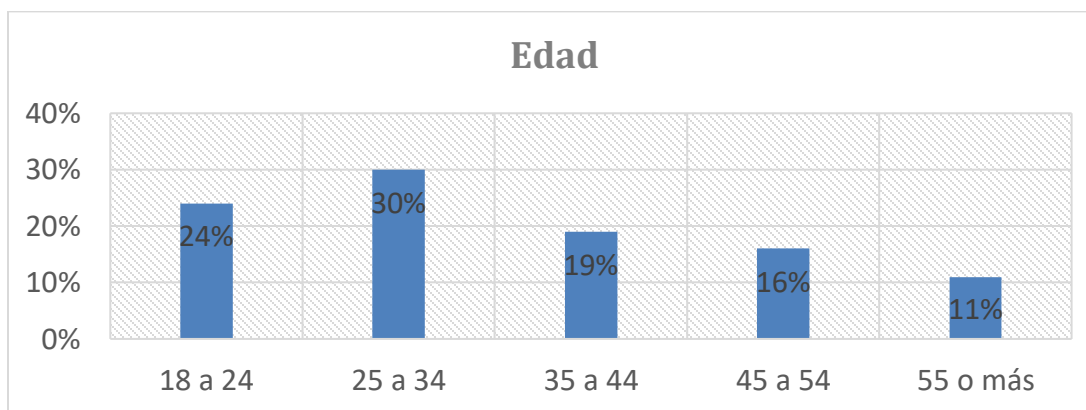
En la **Gráfica 17** observamos las empresas y emprendedores habían tenido un crecimiento constante durante los últimos 9 años, los mejores años de ventas electrónicas fueron el 2015 con una derrama económica de 257.09 mil millones de pesos, para el 2016 la derrama económica creció a 329.89 mil millones de pesos, en el 2017 la derrama económica creció a 396.04 mil millones de pesos y por último en el 2018 la derrama económica creció hasta 491.25 mil millones de pesos, pero para diciembre del 2019 no se obtuvo las ganancias que se esperaban ya que apenas se alcanzaron 299.66 mil millones de pesos hubo un desplome considerable.

Durante el año 2019 las personas que más compraron fueron las mujeres con una participación del 51%, los hombres participaron con el 49% de participación según la asociación de internet MX, por lo que las mujeres se han convertido en un gran promotor de estas prácticas digitales y que están más participativas en el comercio electrónico.

**PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y
EMPRENEDORES**

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

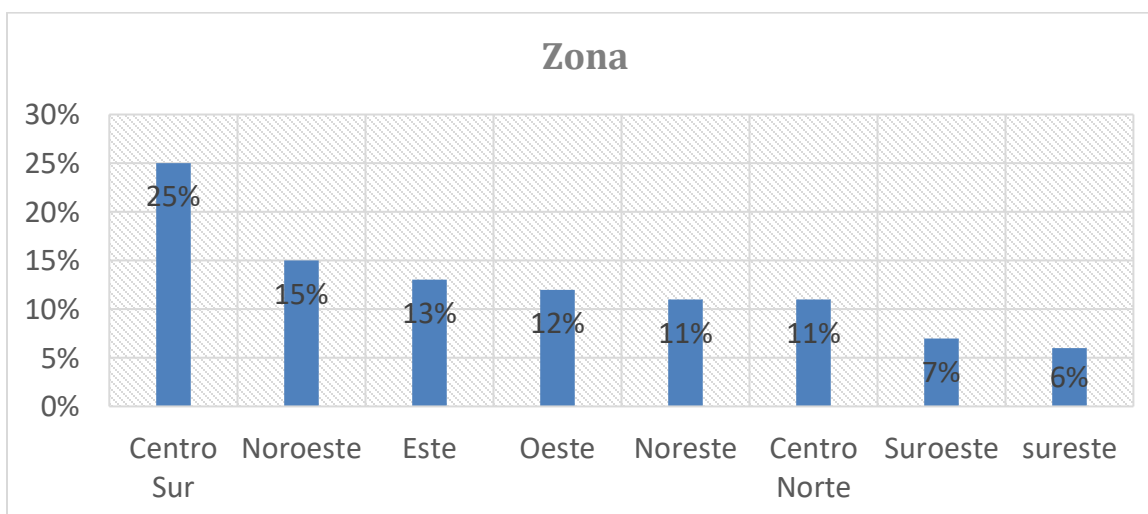
Gráfica 18



Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 18** observamos las personas que más participan en las compras en línea son las que se encuentran en el rango de edades de 25 a 34 años con una participación del 30%, las personas de 18 a 24 años su participación fue de 24% lo que concentraron más del 50%, lo que quiere decir que las personas jóvenes son las que se interesan más por las practicas digitales.

Gráfica 19



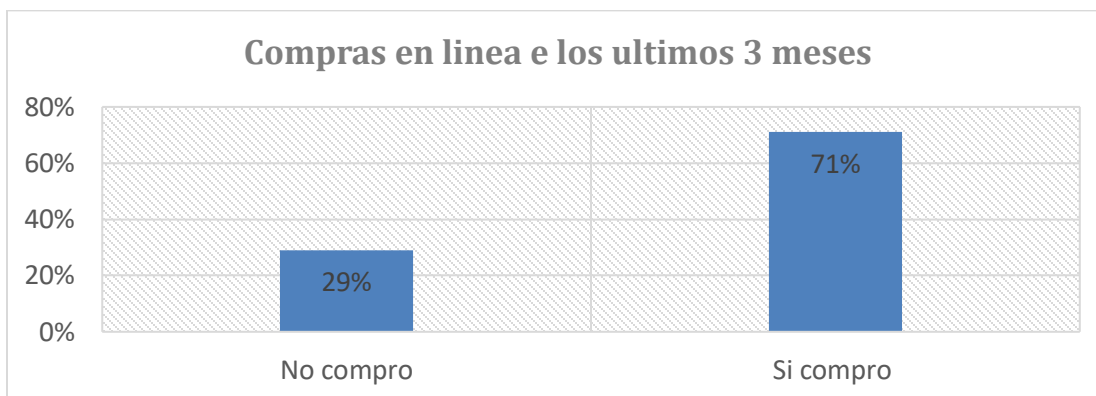
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 19** observamos las zonas que concentran más del 50% son la zona del Centro Sur con una participación del 25%, la zona de Noroeste tuvo una

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

participación del 15%, la zona del Este tuvo una participación del 13%, las que zonas que menos participan son la zona del Suroeste con una participación del 7% y la zona del sureste que su participación fue de 6%.

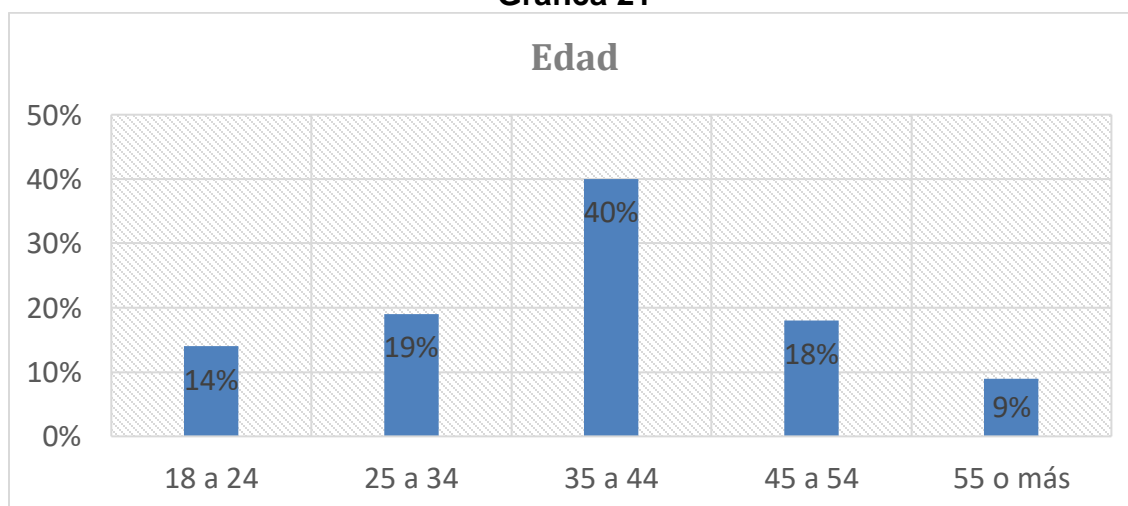
Gráfica 20



Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 20** observamos las compras en líneas de los últimos meses del 2019 según la asociación de internet MX el 29% no compro el otro 71% compro en línea, de los cuales el 51% lo hicieron las mujeres el otro 49 fueron hombres.

Gráfica 21



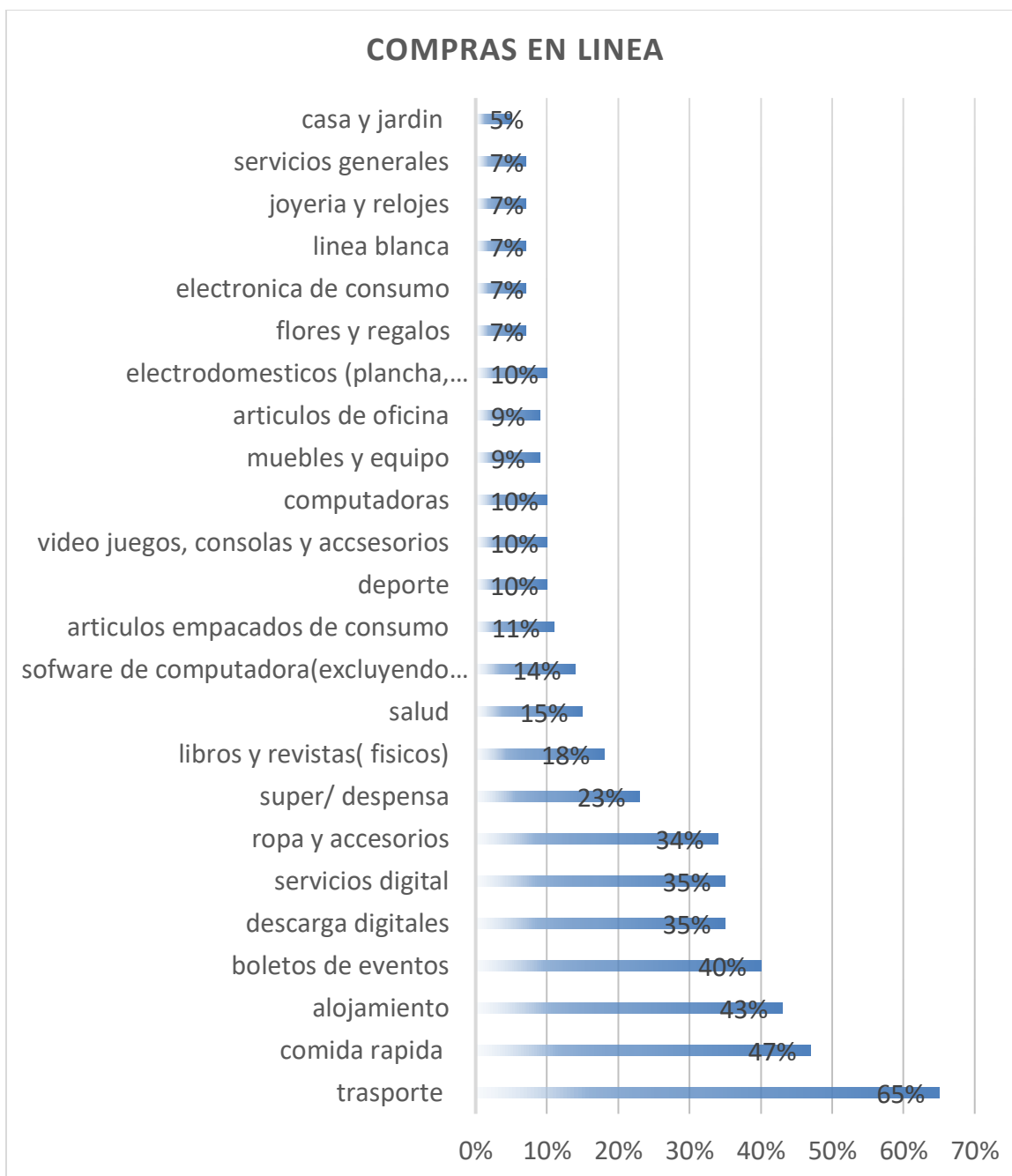
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

En la **Gráfica 21** observamos las personas que más compraron durante estos últimos meses fueron las personas de un rango de edades de 35 a 44 años con un porcentaje de participación de 40% las personas que menos compraron fueron las personas de rango de edad de 55 o más años y su porcentaje de participación fue de 9%.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Gráfica 22



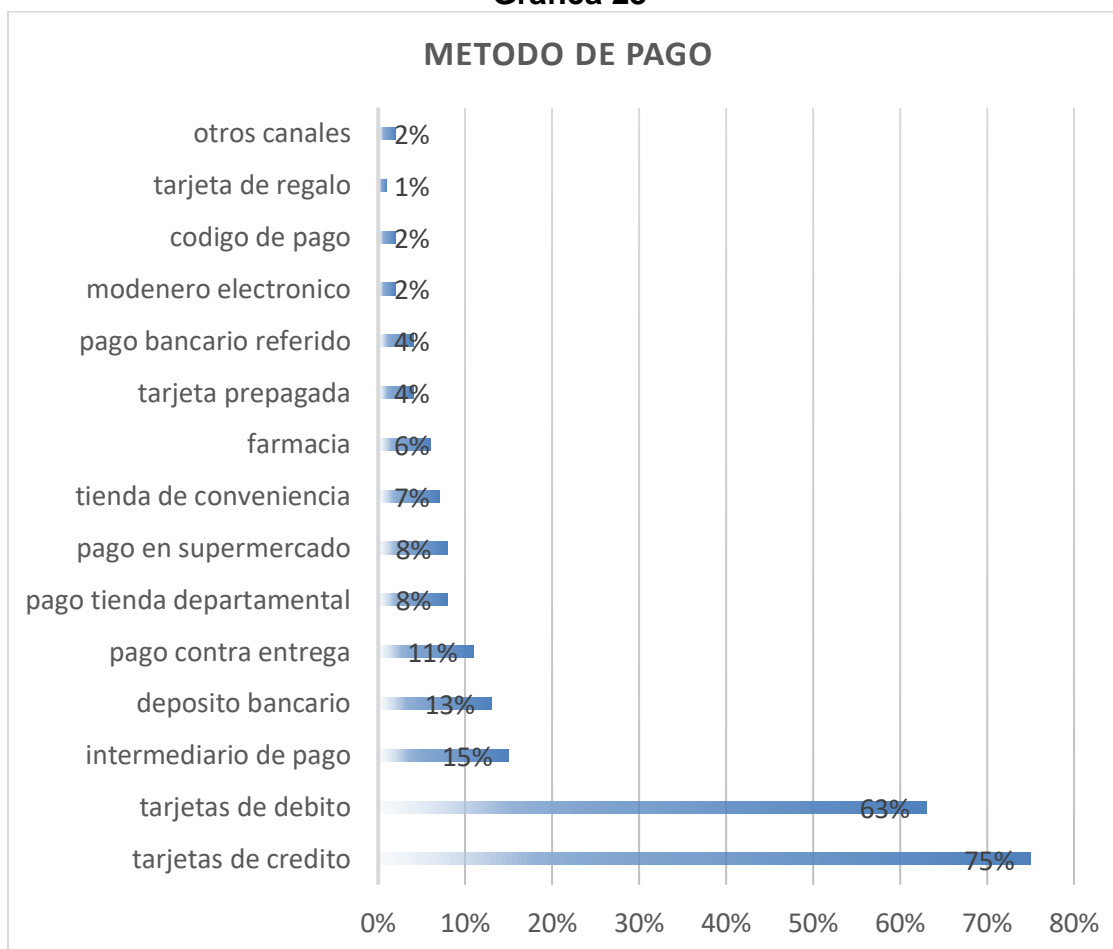
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 22** nos muestra las compras en línea durante los últimos tres meses del 2019, los productos más vendidos en línea fueron: el transporte con una

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

participación del 65%, el alojamiento obtuvo un 43% de participación, las descargas digitales obtuvieron 35% ropa y accesorios tuvieron una participación del 34%,

Gráfica 23



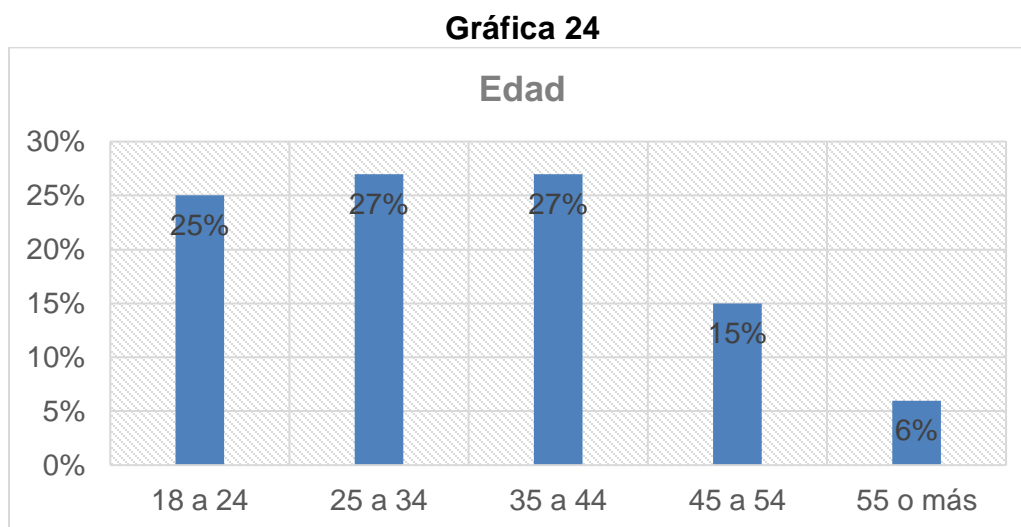
Fuente: elaboración propia basada en Asociación de Internet Mx

En la **Gráfica 23** nos muestra los métodos de pagos más utilizados durante los últimos tres meses fueron las tarjetas de crédito con el 75%, las tarjetas de débito tienen un participación del 63%, los intermediarios de pagos presentan el 25% de participación, el pago contra entrega cuenta con el 11% de participación.

Según la asociación mexicana de venta online que realizó un levantamiento en enero del 2020 comenta que los principales consumidores fueron los hombres con

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

una participación del 51% y las mujeres el 49%, la participación de compras de hombres y mujeres es casi similar la variación es muy poca, esto nos puede indicar que el mercado electrónico es muy atractivo para ambos géneros ya que en línea pueden encontrar cualquier tipo de mercancías y que cobran sus necesidades esto añadiéndole que te lo llevan hasta la puerta de tu casa o trabajo.



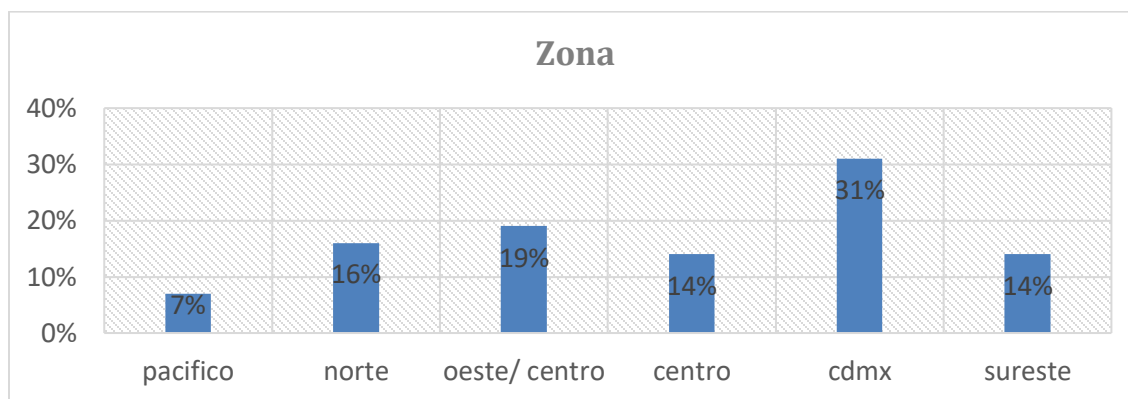
Fuente: elaboración propia basada en (AMVO¹)

En la **Gráfica 24** nos muestra los compradores por edades ya no tienen tanta variación como se muestra en la gráfica anterior las personas de 18 a 24 años tienen una participación de 25%, las personas de 25 a 34 años tienen 27%, teniendo un empate con las personas de 35 a 44 años que también tiene el 27% estos tres grupos de rango de edades tienen más del 50% de participación en las compras online.

¹ La Asociación Mexicana de Venta Online

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

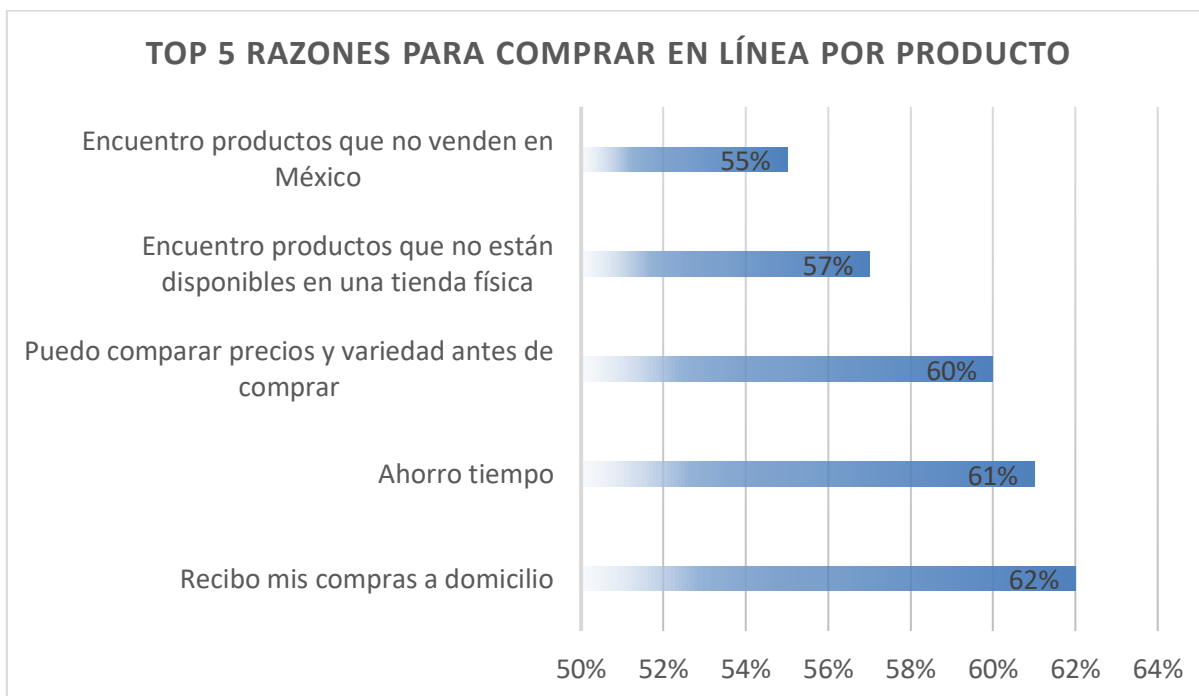
Gráfica 25



Fuente: elaboración propia basada en (AMVO²)

En la **Gráfica 25** nos muestra las zonas con más participan en las compras en línea, la CDMX la cual concentra el 31% de participación, la zona de Oeste Centro cuenta con una participación del 19% estas dos zonas son las más importantes para las empresas y emprendedores que venden en línea ya que concentran el 50% de las compras.

Gráfica 26



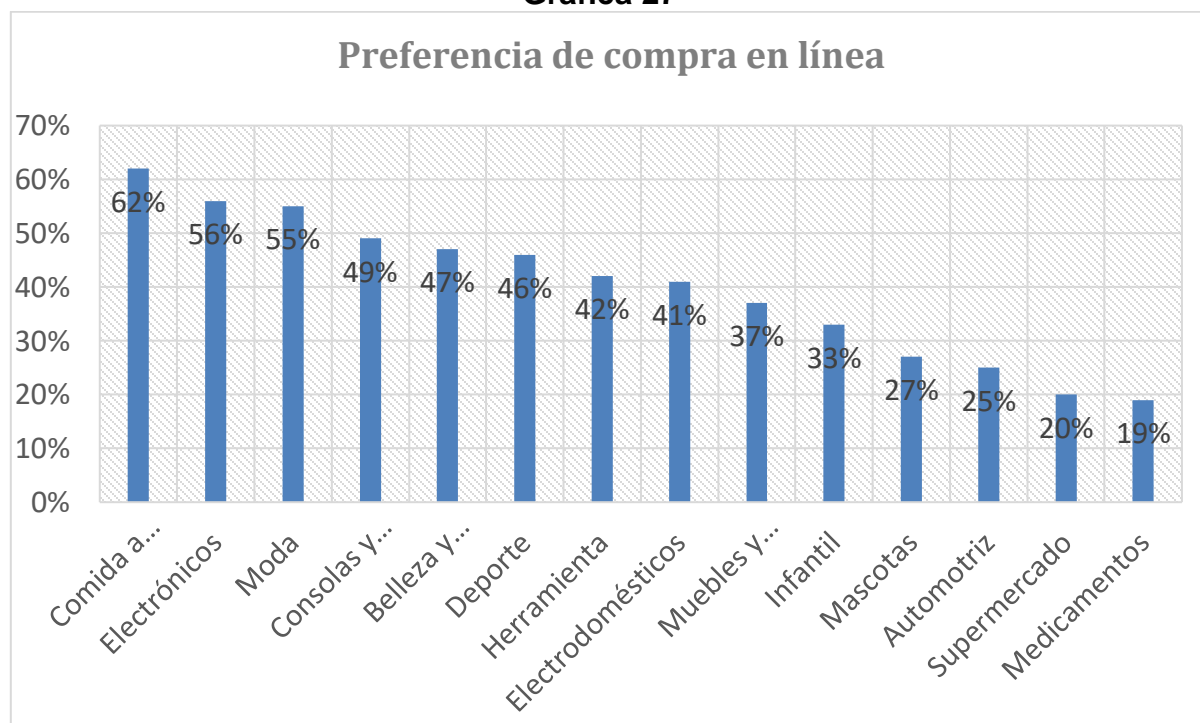
² La Asociación Mexicana de Venta Online

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Fuente: elaboración propia basada en (AMVO³)

En la **Gráfica 26** la asociación mexicana de ventas online nos da el top las 5 razones por las que las personas les gusta comprar en línea es recibirlas en domicilio como lo muestra la gráfica anterior es el 62% de los compradores, ahorro de tiempo es de 61%, el comparar precios y variedad antes de comprar es una de las presencias, ya que al 60% le agrada, para las personas comprar en línea se está convirtiendo en un estilo de vida ya que es más accesible porque lo puedes hacer des de la comodidad de un dispositivo te ahorra tiempo, esfuerzo, con la comodidad y seguridad que estas generan

Gráfica 27



Fuente: elaboración propia basada en (AMVO⁴)

En la **Gráfica 27** las preferencias que la gente tiene para comprar en línea son los siguientes productos: comida que ocupa el 62% de la preferencia, los electrodomésticos con el 56%, la moda con el 55%, la belleza con el 47%, en los

³ La Asociación Mexicana de Venta Online

⁴ La Asociación Mexicana de Venta Online

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

últimos lugares podemos encontrar que solo el 25% de preferencia es para automotriz, el 20% para supermercados y ocupando el último lugar con un 19% de preferencia son los medicamentos, como podemos observar las compras en línea se están volviendo indispensables para todo el público ya que no hay restricciones ni discriminación son más rápidas y seguras las compras.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

VIII. Conclusiones

Las prácticas digitales por las que están pasando las empresas y emprendedores es un momento en el que se está incrementando las ventas, las plataformas digitales son instrumentos con los cuales se pretenden llegar a nuevos clientes y así poder atender las necesidades de los clientes.

Con las prácticas digitales se puede ayudar a la población a estar más conectada con los bienes y servicios que requiera y así favorecer a sus necesidades, en los últimos años el comercio electrónico ha incrementado sus ganancias favorablemente, esto se debe a la población en general a participado dando su voto de confianza a este nuevo modelo de negocio que no solo favorece a los emprendedores y empresas sino que también a los consumidores como ahorrándoles tiempo, permitiéndoles comparar los mejores precios así como los mejores productos y las mejores plataformas de envío, esto ayuda a tener un crecimiento individual y en conjunto, los clientes también tiene recompensas y ofertas, ya que sin ellos no se podrían tener los avances que se han obtenido.

El comercio electrónico está siendo para el país un desarrollo económico el cual está aumentando las derramas económicas el cual está tomando fuerza en todos los sectores de la economía, el fortalecimiento económico en el país ha tenido avances favorables que como podemos ver en la investigación, en los últimos años la economía local han crecido favorablemente, esto se debe a la participación de los clientes que han ayudado a que los empresarios y emprendedores tengan un crecimiento individual y en conjunto.

Las practicas digitales han modernizado a empresas y emprendedores con mayor participación en el tema de comercio electrónico tiene muchos retos por afrontar, ya que hay muchas zonas que aún no tienen tanta participación en el comercio electrónico, la zona con mayor participación fue el centro sur y las mujeres compras

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

de igual manera que los hombres, el año que mejor le fue al comercio electrónico fue en el 2018 y el método de pago más usado fue las tarjetas de crédito.

Posibles soluciones propuestas

Las zonas que menos han sido favorecidas en esta nueva era de las ventas digitales se tienen que atender, con focalizar y canalizar cuales son, generar ayuda gubernamental, para que puedan tener capacitación y al mismo tiempo apoyos en los diferentes sectores.

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

IX. Bibliografía

M. Dini, “Centros de desarrollo empresarial en América Latina: lecciones de política de cinco experiencias institucionales”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/21), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2019.

K. Suominen, “El comercio digital en América Latina: ¿qué desafíos enfrentan las empresas y cómo superarlos?”, serie Comercio Internacional, N° 145 (LC/TS.2019/76), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2019.

EMPRESARIOS, INSTITUCIONES Y DESARROLLO ECONÓMICO: EL CASO ARGENTINO Andrés López

M. Dini y G. Stumpo (coords.), “Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/75), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018.

María Isabel Pavez, consultora de la División de Desarrollo Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en el marco del proyecto CEPAL-UNICEF UNI/12/001, bajo la supervisión de María Nieves Rico y Daniela Trucco, Oficiales de Asuntos Sociales de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Guillermo Sunkel y Daniela Trucco, de la División de Desarrollo Social de la CEPAL, en el marco de las actividades del programa @LIS2, Alianza para la Sociedad de la Información 2 –Diálogo político inclusivo e intercambio de experiencias, desarrollado en conjunto por la CEPAL y la Unión Europea.

Perspectivas de la OCDE sobre la Economía Digital 2017, Publicado originalmente por la OCDE en inglés bajo el título: OECD Digital Economy Outlook 2017. © 2017 OECD

PRACTICAS DIGITALES EN MÉXICO: MODERNIZANDO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

El Plan Estatal de Desarrollo 2017–2021 Gobierno del Estado de Chihuahua.

Estudio de inversiones gubernamentales en Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) Asociación de Internet.com 2017.

Competencias digitales y docencia: una experiencia desde la práctica universitaria Genaro Aguirre Aguilar, Ma. del Rocío Ruiz Méndez, Universidad Veracruzana Universidad del Valle de México.

Prioridades para México en materia de internet y economía digital Asociación de Internet.com.

OECD (2018) Plataforma digitales y competencia en México.

La modernización industrial en México Enrique de la Garza Toledo.

VISIÓN MÉXICO 2020 Políticas públicas en Materia de Tecnologías de Información y Comunicaciones para impulsar la competitividad de México.

Mentz, Brígida von Reseña de "Empresas y modernización en México desde las reformas borbónicas hasta el porfiriato" de Reinhard Liehr (ed.) Historia Mexicana, vol. LVII, núm. 3, enero-marzo, 2008, pp. 956-963 El Colegio de México, A.C. Distrito Federal, México

Prácticas comunicativas en entornos digitales Delia Covi Druetta Primera edición: 19 de junio de 2018.

Estudio sobre los Servicios Financieros de los Usuarios de Internet en México 2019 Septiembre 2019 Asociación de internet mx

La Asociación Mexicana de Internet presenta su Tercer Estudio de Marketing Digital y Redes Sociales en México.

Es una investigación de análisis de la Partido Acción Nacional en la Ciudad de México.
Registro ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor en trámite
Partido Acción Nacional en la Ciudad de México
Durango No. 22, Col. Roma, C.P. 06400, México, CDMX.