



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

México

Com uma população de cerca 130 milhões de habitantes, o México é um dos mercados mais atrativos da América Latina. Para além disso, existem outras razões para as empresas portuguesas exportarem, via comércio eletrónico, para este mercado:

- População jovem e em crescimento, com hábitos de consumo *online*
- Mercado em fase de acelerada transição tecnológica e digital
- Elevados investimentos e melhoria progressiva da infraestrutura e dos serviços logísticos
- Presença de reconhecidos *marketplaces*, como o Mercado Libre, Amazon e Alibaba

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e transações entre empresas (B2B). Este último está também a crescer, representando uma parte considerável do comércio eletrónico mexicano. No México, destacam-se alguns *marketplaces* B2B como: Amazon Business, Alibaba, EBay e Solostocks. Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C, dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

(09/2024)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Conteúdo

1.	Posicionamento do País no e-Commerce Global	3
2.	Maturidade Digital	3
3.	Indicadores de Compras Online	3
4.	Perfil do Consumidor e-Commerce	5
5.	Logística e Distribuição	6
6.	Marketplaces e Retalhistas Online.	6
7.	Meios de Pagamento	7
8.	Quadro Legal e Regulamentar.	7
9.	Recomendações para Exportar Online	10





1. Posicionamento do País no e-Commerce Global

Prevê-se que, em 2028, as compras de *e-commerce* dos mexicanos ultrapassem os 62 mil milhões de USD, o que representa um crescimento médio anual de 13,1% desde 2024. Este ritmo de crescimento é superior tanto à média de crescimento mundial (10,8%) como à média de crescimento para a América do Norte (10,2%). Em 2023, o volume de negócios de *e-commerce* foi de 32 mil milhões de USD, o que tornou o México no 14º maior mercado mundial, o de menor dimensão da América do Norte, mas o 2º maior da América Latina. Esta evolução global encerra, porém, dinâmicas próprias em termos setoriais.

(09/2024)

1.1. Top Países

Posição	Mercado	Compras e-commerce (milhões de USD)
1	China	1 225 000
2	Estados Unidos América	1 066 000
3	Japão	151 000
4	Reino Unido	118 300
5	Alemanha	89 710
14	México	32 800

Fonte(s): Statista, outubro 2023. Dados referentes a 2022

2. Maturidade Digital

O México tem um ambiente digital razoável e propício ao comércio eletrónico. Em 2023, a taxa de penetração da internet superou em 12,9 pp a média mundial (69,3%), tal como a dos *smartphones* que ficou 15,8 pp acima da média mundial (51,2%). De notar que existem enormes assimetrias no acesso à internet ao longo do país, com alguma da população rural a manifestar grande dificuldade nesse acesso. Ainda assim, espera-se que em 2028, a taxa de penetração da internet atinja 93,0% e a dos *smartphones* 94,7%.

- **54 / 64 - Digitalização** Fonte(s): IMD World Competitiveness Ranking, 2023
- **105,7 milhões - Utilizadores de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **82,2 % - Taxa de penetração de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **67 % - Taxa de penetração de smartphones** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2022

(09/2024)

3. Indicadores de Compras Online

O México é um mercado com elevado potencial no que respeita ao e-commerce. A percentagem de consumidores *online* deverá atingir os 89,6% em 2028, muito acima das previsões para a média mundial (47,4%) e portuguesa (38,5%), mas ligeiramente abaixo da previsão para a média da América do Norte (92,8%), que abrange os EUA e Canadá.

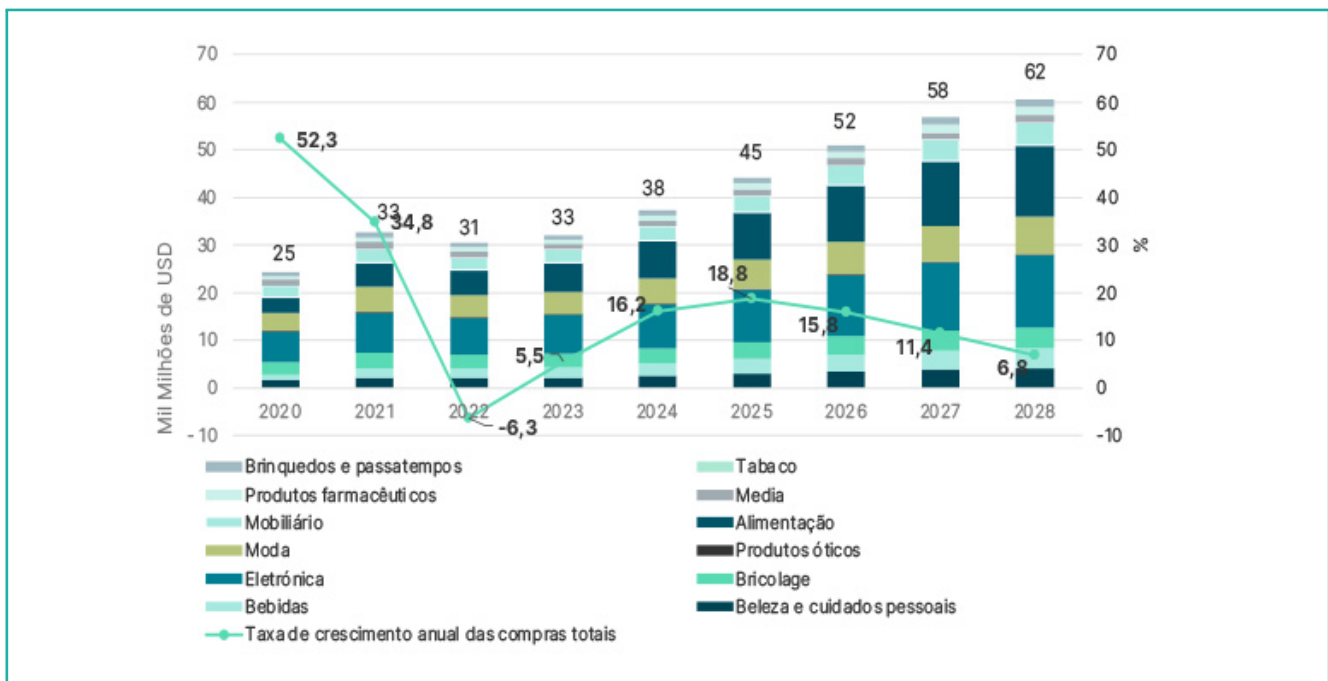
- **67,9 milhões - Compradores online** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **70,4 % - Compradores online no total da população** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(09/2024)



3.1. Compras em e-Commerce

Prevê-se que as compras *online* dos mexicanos continuem a crescer. Comparativamente, o crescimento médio anual de 2024-2028 (13,1%), deverá ser superior em 1,5 pp ao registado no período 2020-2024. De 2024 a 2028, perspectiva-se que seja a categoria de Alimentação a registar o maior crescimento médio anual (17,5%), enquanto os Produtos óticos serão a categoria de menor crescimento médio anual (4,1%).



Fonte(s): Statista, maio 2024

(09/2024)

3.2. Gasto Médio por Comprador e-Commerce

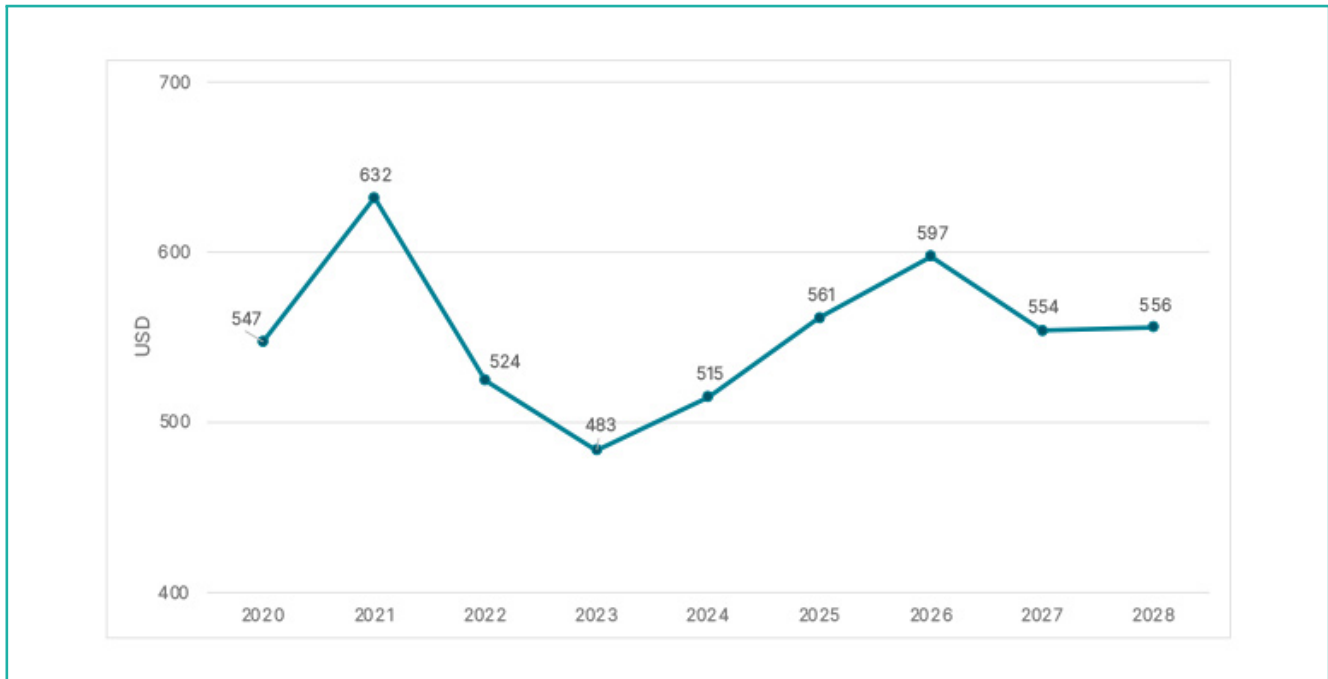
Prevê-se que o gasto médio *online* dos mexicanos atinja os 515 USD em 2024, devendo-se registar um crescimento médio anual de 1,9% até 2028. Trata-se de um valor muito inferior às previsões de consumo *online* para a China (1 553 USD), à média mundial (1 620 USD) e às previsões para Portugal (1 684 USD), no mesmo ano. Naturalmente, a distribuição do valor por categoria de produtos difere conforme o e-mercado em causa.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce



Fonte(s): Statista, maio 2024

(09/2024)

4. Perfil do Consumidor e-Commerce

Os e-consumidores mexicanos ainda preferem utilizar o portátil (60,4%) ao *smartphone* (39,7%) para realizar compras *online*. Concentram-se entre os 18 e os 44 anos (75,1%) e é uma atividade, sobretudo, dos escalões de rendimento médio e alto (72,3%). As mulheres compram ligeiramente menos do que os homens (46,8% vs 53,2%).

Além disso, o consumidor mexicano:

- Confia cada vez mais nas compras digitais, apesar de alguns receios face ao pagamento
- Procura o *comércio eletrónico* para encontrar produtos indisponíveis em loja, por comodidade, por economia de tempo, para evitar a confusão do comércio físico e para poder comparar preços e opções mais facilmente
- Está habituado a compras transfronteiriças, mas valoriza o serviço e o atendimento na sua língua nativa (castelhano)
- Procura uma experiência omnicanal, adequada às suas necessidades e à circunstância
- Valoriza o fator preço, promoções e descontos
- Informa-se sobre os produtos e serviços que adquire, quer através dos motores de busca quer das redes sociais
- Passa bastante tempo nas redes sociais e utiliza a internet principalmente para comunicar e desenvolver relações sociais
- É influenciado e começa a adquirir diretamente os produtos e serviços nas redes sociais, especialmente no Instagram e Tiktok
- Demonstra à vontade para realizar compras através do *smartphone* e em aplicações *mobile (m-commerce)*, sobretudo as faixas etárias mais jovens



- Está predisposto e interessado em comprar e vender produtos em segunda mão
- Intensifica o consumo em épocas como o Hot Sale, El Buen Fin, Black Friday e Cyber Monday

Fonte(s): Statista, ICEX, Marketing Digital

(09/2024)

5. Logística e Distribuição

O México dispõe de uma extensa rede rodoviária, o que contribui para que o transporte comercial seja realizado maioritariamente por terra. O sistema rodoviário principal é moderno e liga as principais áreas industriais da Cidade do México, Guadalajara e Monterrey.

As infraestruturas e os serviços de logística mexicanos caracterizam-se por:

- Serem razoáveis ao nível da infraestrutura e dos serviços postais
- Apresentarem baixa competitividade de preço
- Terem como principais operadores logísticos a FedEx, DHL, UPS
- Abrangerem serviços locais especializados na *last mile* como: Estafeta, iVoy, Envioclick, 99minutos, envia, Promologistics, Mi envio, Packandpack. Estafeta, iVoy, Shippify, Envioclick, Promologistics, Mi Envio e Packandpack
- **66 / 139 - Desempenho Logístico Internacional** Fonte(s): World Bank, 2023. Dados referentes a 2022
- **61 / 172 - Desenvolvimento Postal** Fonte(s): Universal Postal Union, 2023. Dados referentes a 2022

(09/2024)

6. Marketplaces e Retalhistas Online

Principais *marketplaces* e retalhistas de *e-commerce* em termos de vendas líquidas (2023):

- Os cinco primeiros são: amazon.com.mx (3 544 milhões de USD), coppel.com (1 451 milhões de USD), walmart.com.mx (1 197 milhões), liverpool.com.mx (1 183 milhões) e bodegaaurrera.com.mx (595 milhões)
- Os cinco principais *players* representam, em conjunto, 49% do total de receitas no país dos 100 maiores *marketplaces* e retalhistas *online*
- Dos vinte principais *players*, o que mais cresceu em 2022-2023 foi o coppel.com (79,2%)

(09/2024)

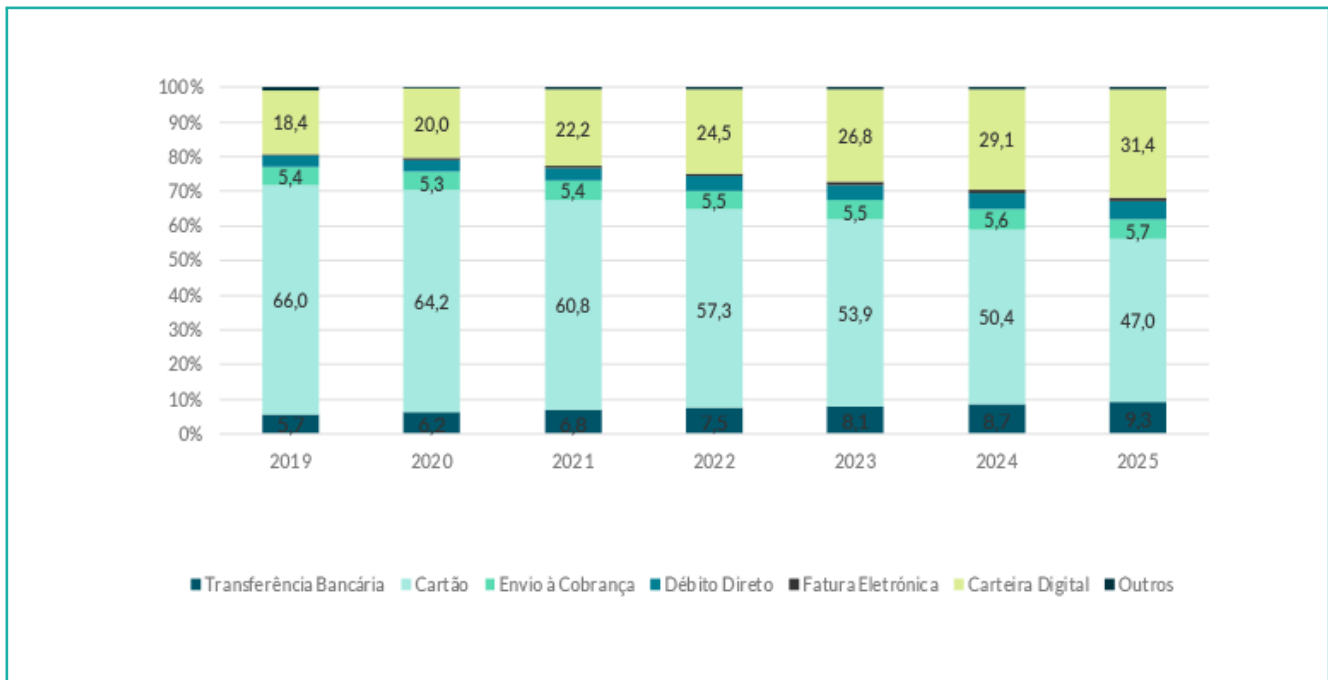


AICEP

Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

7. Meios de Pagamento



Fonte(s): Statista, junho 2022

- O principal método de pagamento *online* é o Cartão (especialmente, Visa, Mastercard e American Express), mas a sua utilização está em considerável decréscimo
- Os pagamentos através de Carteira Digital apresentam uma tendência de crescimento e poderão representar 31,4% das transações em 2025
- As Transferências Bancárias têm registado um aumento e prevê-se que continuem a aumentar nos próximos anos
- As carteiras digitais estão em crescimento e as mais utilizadas são: Paypal, Mercado Pago, Kueski Pay, Tripe, Pay U, Conekta, Safety Pay e Openpay
- O Envio à Cobrança continua expressivo, devido à desconfiança de uma parte da população face aos métodos de pagamento no digital
- O OXXO Pay é um método de pagamento local, que permite a emissão de um “voucher” de compra e o seu pagamento numa das lojas físicas da OXXO, sendo bastante popular no país

Fonte(s): Statista, ICEX, EBANK

(09/2024)

8. Quadro Legal e Regulamentar



8.1. Introdução

O comércio internacional *online B2C* acarreta algumas dificuldades extra, para além das já complexas regras do comércio internacional que se aplicam/usam em qualquer negócio *B2B* o (*INCOTERMS*), formalidades alfandegárias, regulamentação dos produtos, etc).

Devido ao relacionamento direto com o consumidor final, é aconselhável conhecer as regras (caso existam) que protegem o consumidor e regulam as vendas à distância do mercado de destino (algumas podem ter natureza imperativa como, por exemplo, as relativas à privacidade e proteção de dados).

(12/2025)

8.2. E-Commerce no México

Quem vende à distância *B2C* para um país terceiro ou crie uma loja *online* nesse mesmo mercado deve acautelar-se e procurar conhecer o respetivo enquadramento legal.

A nível nacional, de acordo com a *Global Cyberlaw Tracker* da UNCTAD (*The case of Mexico*), o comércio eletrónico no México encontra-se devidamente regulado ao nível da proteção do consumidor, cibercrime, transações eletrónicas, privacidade e proteção de dados.

(12/2025)

8.3. Normas e-Commerce

No México não existe legislação específica que regule as trocas comerciais por via eletrónica, pelo que se aplicam as normas do comércio tradicional, nomeadamente, o Código do Comércio e o Código Civil.

Também é de considerar a *Lei Federal de Proteção do Consumidor* a *Lei da Assinatura Eletrónica* e a *Lei da Proteção de Dados Pessoais*.

Ao nível da autorregulação, a *Secretaria de Economía* disponibiliza um conjunto de orientações quanto às boas práticas que devem ser seguidas no comércio eletrónico, consubstanciadas num *Código de Ética em Comércio Eletrónico*, de natureza voluntária.

Por sua vez, o *site ICLG.com* disponibiliza informação atualizada sobre *Data Protection Laws and Regulations* e *Telecoms, Media & Internet Laws and Regulations*, no México incluindo cibersegurança, encriptação e retenção de dados.

A implementação de uma Loja *Online* no México obriga, desde logo, à semelhança da vertente física, ao cumprimento de certas obrigações, como o registo junto das autoridades locais para cumprimento das necessárias obrigações administrativas

Em termos da própria plataforma de vendas *online*, deverá ser assegurado o cumprimento de um conjunto de obrigações, como a disponibilização aos clientes de informações sobre a entidade vendedora, política comercial e produtos.

Fontes de informação disponíveis na *Internet*:

- *Ecommerce en México: Guía completa, tendencias y estadísticas (2024, Tebiko)*
- *Como crear una tienda online en México: Guía definitiva (2025, Nebu-Lab)*
- *Como montar una tienda en línea profesional en México: pasos, costos y errores a evitar (2025, Bastian Soft)*

(12/2025)

8.4. Entidades Responsáveis

Quanto às entidades públicas mexicanas que atuam no âmbito do comércio *online* destacando-se a *Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)* e a *Secretaria Anticorrupción y Buen Gobierno*,



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

A entidade responsável pela administração/registo do *Top Level Domain* “.MX” é a *NIC Mexico* (*ANA ccTLD database*).

(12/2025)

8.5. Importação de Produtos Online

Tal como acontece no comércio *offline*, é o mercado de destino que estabelece as formalidades e os direitos aduaneiros ou outros impostos/taxas aplicadas à importação do produto.

No que se refere ao México, é possível obter essa informação no site *Access2Markets (A2M)*, selecionando o produto a exportar ([VIDEO](#)).

Nos procedimentos e formalidades, para além da documentação exigida para a importação do produto, é ainda disponibilizada informação sobre as regras mexicanas de rotulagem/embalagem e o sistema de qualidade aplicado nos produtos industriais (normas técnicas ou *standards*).

Podem, no entanto, existir algumas especificidades, nomeadamente no comércio *B2C*/envios expresso, que não são referidas no *A2M*.

Com efeito, nos envios expresso (*express shipments*), muito utilizados do comércio *B2C*, não são cobrados direitos aduaneiros quando o valor da mercadoria for inferior a 50 USD (*Global Express Association* | *Alvalara*).

Independentemente do valor da importação ou o tipo de destinatário (*B2B* ou *B2C*) é, ainda, de referir pode haver isenção/redução de direitos aduaneiros em virtude da aplicação do *Acordo Global* entre México e UE.

Para que possa ser aplicada a isenção/redução dos direitos aduaneiros é necessário que as mercadorias sejam consideradas comunitárias de acordo com as *regras de origem* definidas no *Acordo Global* e no desalfandegamento seja apresentada uma das seguintes provas de origem:

- Certificado de Circulação de Mercadorias EUR. 1, emitido pelas alfândegas portuguesas
- Declaração de origem na fatura, emitida por qualquer exportador nas remessas ocasionais de valor igual ou inferior a 6 000 euros ou por um Exportador Autorizado nos demais casos

O estatuto de Exportador Autorizado deve ser solicitado junto da Direção de Serviços de Tributação Aduaneira da *AT* através de *formulário próprio* enviado via *E-Balcão* no Portal das Finanças, escolhendo as opções: BREXIT | Aduaneira | Origens.

No México aplica-se o IVA a uma taxa de 16% na importação da maioria dos produtos (*Mexico - VAT*).

Na Internet é possível encontrar alguns alertas ao consumidor do Governo/serviços públicos mexicanos sobre as compras *online* a empresas estrangeiras, tais como: *Preguntas frecuentes en la importación por la vía postal* / *Aviso de la Agencia Nacional de Aduanas. Formulario Postal SEPOMEX*

(12/2025)

8.6. Propriedade Industrial (marca, patente e design)

O registo efetuado em Portugal apenas produz efeitos em território nacional.

É possível alargar a proteção legal a outros países através de registo internacional (procedimentos: *marcas*; *patentes*; *design*) ou efetuar o registo diretamente no mercado pretendido, junto do *organismo* responsável pela proteção da propriedade industrial, que no caso do México, é o *Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)*.

(12/2025)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

9. Recomendações para Exportar Online

Para exportar *online* com sucesso para o México importa, designadamente:

- Ponderar a entrada no mercado através de *marketplaces* (Mercado Libre ou Amazon, entre outros)
- Criar um *website* acessível ao mercado, com página de *e-commerce* e informação disponibilizada em espanhol
- Ter uma estratégia de promoção (marketing) que inclua tanto meios digitais como meios mais tradicionais
- Apostar em *social commerce* e influenciadores digitais para captar mais rapidamente a atenção do público-alvo
- Disponibilizar os meios de pagamento locais