

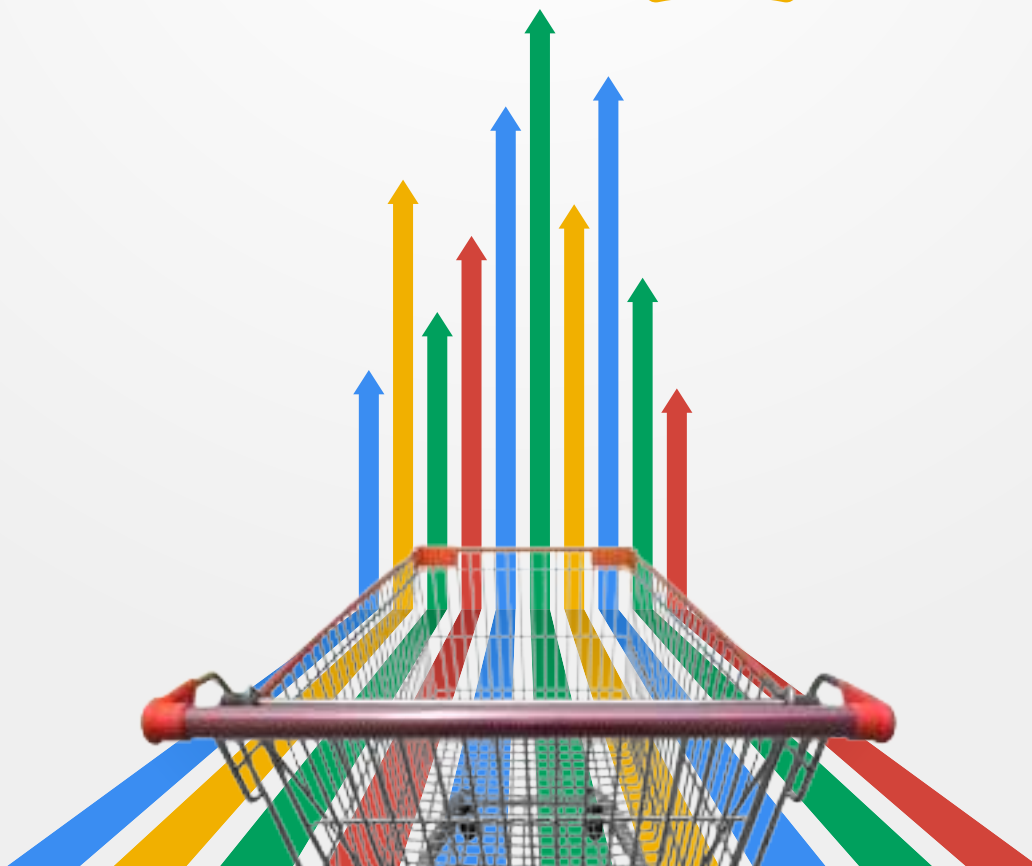


**OBSERVATORIO
ECOMMERCE**

Cámara Peruana de Comercio Electrónico

REPORTE OFICIAL DE LA INDUSTRIA ECOMMERCE EN PERÚ

Crecimiento de Perú y Latinoamérica 2009-2019



Créditos



Que problemas queremos solucionar

Siendo los DATOS el recurso más valioso en esta era digital, es natural que no se encuentre mucha información sobre el estado del comercio electrónico en el ecosistema, y la poca data que hay, es contradictoria entre los diferentes medios que la manipulan.

Nuestro propósito

Buscamos generar contenido que se sustente en data, que permita iniciar conversaciones entre los distintos actores del ecosistema, propiciando el entendimiento y la colaboración para impulsar un objetivo en común:

“El crecimiento de las compras Online en el País.”



Metodología de trabajo

Nuestro comité OBSERVATORIO ECOMMERCE, está conformado por marcas referentes de la industria, quienes comparten, consolidan y validan insights basados en data, compartiendo con el ecosistema de forma transparente y 100% colaborativa, información relevante que pueda ayudar en la toma de decisiones.

Se entrevistan a los TOP PLAYERS de la industria, y se comparte la información en diferentes formatos (Newsletters, blogs, ebooks, videos).

Crecimiento Ecommerce Perú y Latinoamérica 2009-2019

Cifras de volumen de venta online

“El Ecommerce en Latinoamérica se ha triplicado en los últimos 10 años. Pasamos de tener ventas de 18 mil millones de dólares en el 2009 a USD 53,200 mil millones en el 2018, según eMarketer. Por otro lado, Mastercard estima que para este 2019, se espera que ascienda a en USD 80 mil millones.”

Panorama y perspectiva del ecommerce en Perú

Si bien Perú es un mercado pequeño en la industria ecommerce, ocupando el sexto lugar en Latinoamérica, ha dado un salto significativo en la última década. En el 2009 representaba solo el 1.27% del valor del comercio electrónico en la región. En el 2019 ya representa el 5% en este mercado.

Los consumidores peruanos prefieren usar efectivo para las transacciones con bastante frecuencia, lo que limita la penetración del comercio electrónico en el país. Sin embargo, de acuerdo a AMI analysis, al ritmo de crecimiento al que vamos, el mercado de Ecommerce en Perú puede alcanzar los US\$14,000 millones para el 2022.

» Perú en cifras 2019



USD 4 mil millones volumen compras en ecommerce.



72.9% penetración Internet.



6 millones de compradores online.



31 millones de Smartphones 77% con conexión a Internet.



2.3% representa el ecommerce del total del retail.



42% representa mobile ecommerce.



USD 1 mil millones movería el ecommerce Transfronterizo.



65% del volumen ecommerce está concentrado en Lima.

» Dispositivos usados para compras Online Mobile vs Desktop

Las transacciones de ecommerce que se llevan a cabo desde dispositivos móviles (smartphones y tablets) en Perú viene creciendo.



Mobile

USD 1.68 mil millones



Desktop

USD 2.32 mil millones



Total

USD 4 mil millones

Fuente: Statista, BS Latam, PPRO y CAPECE.

» Cross-Border vs Domestic e-Commerce

El comercio electrónico transfronterizo en nuestro país está experimentando un crecimiento. Si en el 2015 esto representaba el 14% solo de las compras online, en el 2019 representó el 25%.



Cross-border

USD 1 mil millones



Doméstico

USD 3 mil millones

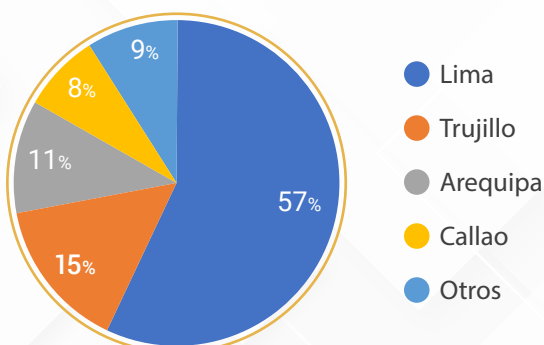


Total

USD 4 mil millones

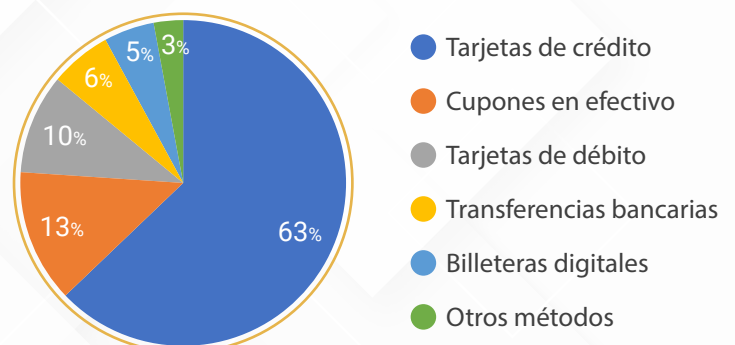
Fuente:BS Latam, PPRO y statista.

» Distribución de los compradores digitales en Perú



Fuente: BS Latam

» Principales métodos de pago utilizados en el Comercio electrónico en Perú



Fuente: American Market Intelligence

» Crecimiento de Ecommerce por categorías

La mayoría de estimaciones sobre el volumen del mercado de ecommerce en el país, se basan en las ventas retail, pero las compras Online van mucho más allá de ello.

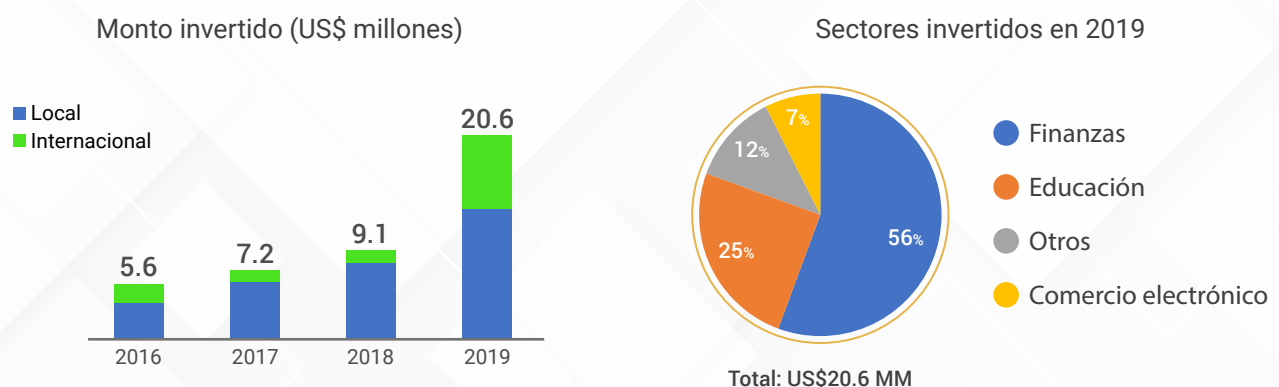
#ElDato

Según un estudio de DATUM del 2019, el 26% de los peruanos compra Online, sin saber que lo hace.

En el último estudio de Hootsuite, basado en información de STATISTA, se muestra el crecimiento de categorías que forman parte de este nuevo ecosistema que ya despegó con fuerza en nuestro país.

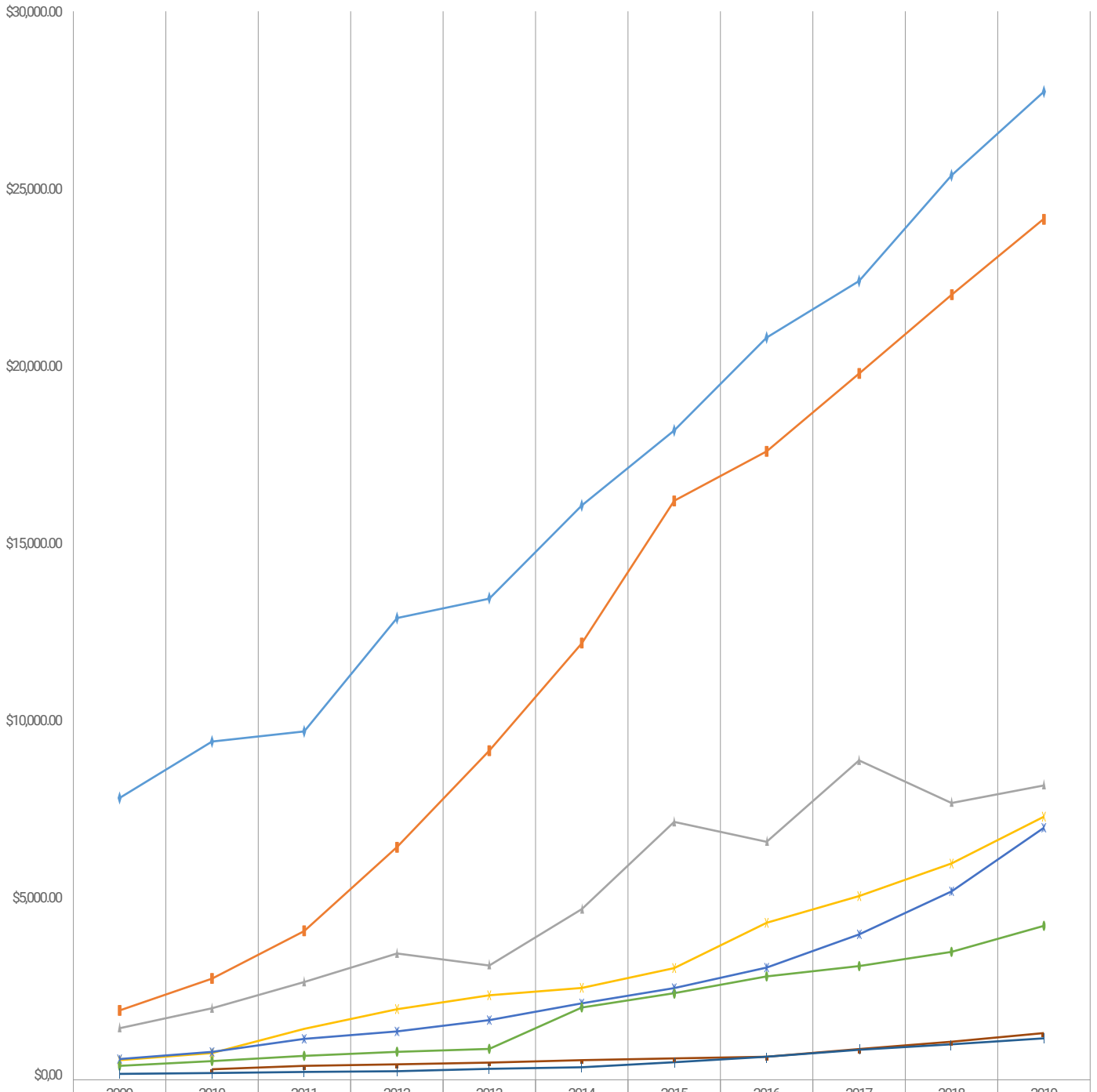


» En el 2019 se duplicó la inversión en Startups en Perú



Evolución del Ecommerce en América latina

BRASIL MÉXICO ARGENTINA COLOMBIA CHILE PERÚ BOLIVIA ECUADOR



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BRASIL	\$7,860.00	\$9,450.00	\$9,740.00	\$12,907.00	\$13,460.00	\$16,108.00	\$18,200.00	\$20,835.00	\$22,420.00	\$25,370.00	\$27,730.00
MÉXICO	\$1,850.00	\$2,750.00	\$4,110.00	\$6,470.00	\$9,200.00	\$12,200.00	\$16,220.00	\$17,630.00	\$19,800.00	\$22,050.00	\$24,150.00
ARGENTINA	\$1,358.00	\$1,928.00	\$2,660.00	\$3,460.00	\$3,148.00	\$4,710.00	\$7,200.00	\$6,661.00	\$8,930.00	\$7,764.00	\$8,200.00
COLOMBIA	\$450.00	\$660.00	\$1,350.00	\$1,900.00	\$2,291.00	\$2,500.00	\$3,045.00	\$4,320.00	\$5,092.00	\$6,000.00	\$7,680.00
CHILE	\$514.00	\$730.00	\$1,066.00	\$1,275.00	\$1,592.00	\$2,036.00	\$2,480.00	\$3,074.00	\$4,000.00	\$5,200.00	\$7,000.00
PERÚ	\$276.00	\$426.90	\$611.00	\$690.00	\$1,700.00	\$1,900.00	\$2,340.00	\$2,810.00	\$3,100.00	\$3,500.00	\$4,000.00
BOLIVIA	\$75.00	\$100.00	\$122.00	\$150.00	\$190.00	\$230.00	\$268.00	\$326.00	\$420.00	\$428.00	\$670.00
ECUADOR		\$200.00	\$300.00	\$350.00	\$400.00	\$460.00	\$520.00	\$600.00	\$800.00	\$1,000.00	\$1,250.00

PRINCIPALES BARRERAS PARA LA COMPRA EN LÍNEA EN LA REGIÓN



México



Colombia



Perú



Brasil



Chile



Argentina

Desconfianza	28	27	29	18	17	20
Miedo a que la información de la tarjeta sea robada	14	20	15	8	8	8
Miedo a que la orden no llegue	13	6	13	10	9	11
No confío que la tienda sea real	1	1	1	0	0	1
No poder ver el producto antes de adquirirlo	28	30	31	10	46★	40
Altos costos de envío antes de adquirirlo	21	15	15	40★	17	21
Mala compra /experiencia en check out	10	9	6	8	2	1
Miedo a tener problemas en la devolución del producto	7	11	6	2	6	8
No se indica la dirección	2	4	3	11	0	0
Necesito ayuda del personal de ventas	0	1	1	1	2	3
Base	100	100	100	100	100	100
<p>Pregunta ¿Cuál es la razón principal por la que no realiza una compra en línea?</p>			<p>★ País líder con importantes diferencias a favor.</p>			

Fuente: Estudio Mastercard Mercado Ecommerce Latinoamérica y El Caribe 2019

TIPOS DE PRODUCTOS COMPRADOS EN LÍNEA EN LA REGIÓN



México



Colombia



Perú



Brasil



Chile



Argentina

Entretenimiento	87	86	65	76	75	83
Tecnología y electrónica	70	69	61	91★	53	75
Ropa, zapatos y joyas	65	57	53	78★	48	48
Food	42	66★	45	60	39	42
Belleza y cuidado Personal	39	42	29	61★	24	33
Travel	37	63	44	57	37	61
Cuidado del hogar	30	31	27	24	31	39
Tarjetas de credito y pago	22	23	15	40★	10	26
juguetes	21	28	20	42★	8	21
Productos de oficina	14	18	6	32★	5	10
Repuestos y accesorios para automóviles	13	13	2	28	6	19
Cuidado de mascotas	12	18	7	18	10	18
Arte y Artesanía	11	10	1	17	3	9
Productos para bebés	11	16	9	22	8	13
Puntuación media	6.82	7.48	4.52	9.72★	4.46	6.72
Base	100	100	100	100	100	100

Pregunta
¿Qué tipo de productos sueles comprar en línea?

★ País líder con importantes diferencias a favor.

Brasil 2019

A pesar que influencia económica de Brasil -que ha disminuido desde 2013 debido a la recesión económica, escándalo e incertidumbre política- esto no afectó al crecimiento del ecommerce. Este país tiene la mayor facturación del comercio electrónico en la región. Sin embargo, el contexto no ha permitido que Brasil despliegue todo su potencial.

Retos: Si bien Brasil es el mercado más atractivo para los inversionistas. No obstante, diversas compañías extranjeras se quejan de las complejas regulaciones fiscales, el proteccionismo y las restricciones a la importación. Además, los usuarios ven como una barrera los altos costo de envío.

	Brasil	Región	Mundo
Población	209.3 M	630 M	7,400 M
Penetración Smartphone	48%	52%	53%
Penetración de Internet	70.2%	60%	58%
Ecommerce % Total retail	3%	3%	16%



Fuente: E-bit, eMarketer, Statista. y ABCOMM.



Ecommerce B2C
USD 27.7 billones



Mobile ecommerce
47% del total



Gasto promedio
USD 145

México 2019

La evolución que ha tenido México en comercio electrónico en los últimos 10 años ha sido memorable. Es el país que más a sostenido su crecimiento del 30%.

Pero esta situación no era así a inicios de esta década. Solo cabe recordar el 2010, cuando el 70% de la población no tenía acceso a internet y solo el 30% estaba bancarizado, según Wip México. ¿Qué es lo que impulsó este crecimiento? Su política digital, cercanía con Estados Unidos y una económica más estable que Brasil y Argentina.

	México	Región	Mundo
Población	129.2 M	630 M	7,400 M
Penetración Smartphone	72%	52%	53%
Penetración de Internet	68%	60%	58%
Ecommerce % Total retail	3%	3%	16%



Fuente: AMIPCI, AMVO, eMarketer, Visa, Statista y Worldpay.



Ecommerce B2C
USD 24.1 billones



Mobile ecommerce
40% del total



Gasto promedio
USD 148

Argentina 2019

Pese a tener menor población que Brasil y México, Argentina empezó esta década entre los primeros y con el mercado más desarrollado en esta industria. Aquí es donde nacieron los ecommerce más grandes de la región.

Sin embargo, años más adelante, la crisis económica y la inflación golpearon a distintos sectores, incluyendo la industria digital. No cabe duda que este país ha tenido todas las herramientas para seguir creciendo, pero que los vaivenes políticos y económicos no le permitieron desplegar todo su potencial.

	Argentina	Región	Mundo
Población	44.5 M	630 M	7,400 M
Penetración Smartphone	55%	52%	53%
Penetración de Internet	92%	60%	58%
Ecommerce % Total retail	2.8%	3%	16%



Fuente: CACE, Visa, Statista y WorldPay, eMarketer.



Ecommerce B2C
USD 8.2 billones



Mobile ecommerce
45% del total



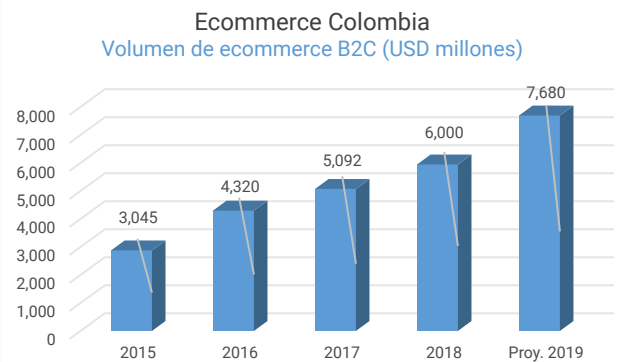
Gasto promedio
USD 120

Colombia 2019

El mercado de comercio electrónico de Colombia supera los 7 mil millones de dólares y es el cuarto más grande en la región, pero no por mucho. Apoyado por una economía abierta, un entorno político estable y una floreciente industria tecnológica, Colombia podría convertirse en el tercer mercado más grande de e-commerce de la región para el 2021, desplazando a Argentina.

Uno de los ejemplos regionales que destacaron está Rappi, la gigante tecnológica colombiana, que ha ayudado a impulsar el consumo online del país donde se originó.

	Colombia	Región	Mundo
Población	49.1 M	630 M	7,400 M
Penetración Smartphone	70%	52%	53%
Penetración de Internet	70%	60%	58%
Ecommerce % Total retail	3%	3%	16%



Fuente: CCCE, Visa, Nielsen, PPRO y Euromonitor.



Ecommerce B2C
USD 7.6 billones



Mobile e-commerce
40% del total



Gasto promedio
USD 140

Chile 2019

A pesar de su pequeño tamaño y la poca cantidad de su población, los indicadores del comercio electrónico de Chile son destacables.

Con la banca más alta, Internet y penetración de teléfonos inteligentes en la región, Chile está mejor desarrollado para desenvolverse en esta industria. El gasto en línea de los chilenos es la más alta de la región, con ventas per cápita de USD 314.

También tiene a grandes almacenes de sus retailers como Falabella, Ripley y Cencosud, que tienen éxito en Argentina, Perú, Colombia y México. Además tiene a LATAM Airlines que es la aerolínea más grande de la región.

	Chile	Región	Mundo
Población	19 M	630 M	7,400 M
Penetración Smartphone	70%	52%	53%
Penetración de Internet	85%	60%	58%
Ecommerce % Total retail	5%	3%	16%



Fuente: CCS, Emarketer, PPRO.



Ecommerce B2C
USD 7 billones



Mobile ecommerce
43% del total



Gasto promedio
USD 158

Perú 2019

Si bien Perú ocupa el sexto lugar en Latinoamérica en cuanto al movimiento del valor ecommerce, diversos estudios coinciden el gran potencial del mercado local en los próximos años. Se estima que crecerá a tasas entre 35 a 40%.

En esa línea, Perú tiene uno de los ticket promedio más alto de la región por compra online. El gasto online representa US\$ 167, siendo los millenials los que más gastan.

Lima y Callao concentra el 65% de transacciones ecommerce en Perú. Por otro lado, el cross border o ecommerce transfronterizo ascendió a un 25% del comercio electrónico.

	Perú	Región	Mundo
Población	33 M	630 M	7,400 M
Penetración Smartphone	65%	52%	53%
Penetración de Internet	72.9%	60%	58%
Ecommerce % Total retail	2,3%	3%	16%



Ecommerce B2C
USD 4 billones



Mobile ecommerce
42% del total



Gasto promedio
USD 167

Principales desafíos a solucionar para impulsar el Ecommerce en el país



Educación digital

80%

De los nuevos emprendimientos fracasan antes de su primer año por no saber como llegar a nuevos clientes.



Informalidad

75%

Perú tiene un 75% de informalidad. El Ecommerce podría ser una estrategia para motivarlos a formalizarse.



Desconfianza

39%

39% De los peruanos desconfía que los productos comprados Online vayan a ser entregados de manera correcta en su domicilio



Protección de datos

55%

De los peruanos teme dar información de tarjeta de crédito y datos personales.



Compra Offline

40%

40% de los Peruanos aún prefiere ver, tocar, y probarse el producto antes de comprarlo, por eso evita comprar Online.

Fuentes consultadas

Latinoamérica

- » Nielsen: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Global-Consumer-Confidence-Report-Q1-2018-Ukraine.pdf>
- » BS latam: <https://www.bslatam.com/InformesEcommerceAmericaLatinaEstadisticasProyeccionesMercadoBSLatAm.html>
- » eMarketer: <https://www.emarketer.com/content/latin-america-ecommerce-2019>
- » PPRO: <https://www.ppro.com/central-and-southern-america/>
- » Mastercard: <https://newsroom.mastercard.com/latin-america/files/2019/12/Whitepaper-Digital-Security-mastercard-ENG-simples-FINAL2.pdf>
- » Visa: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/latino-america.html>
- » AMI: <https://americasmi.com/insights/peru-e-commerce-market-data-2018-2022/>
- » Statista: <https://www.statista.com/topics/2453/e-commerce-in-latin-america/>
- » Euromonitor: <https://www.euromonitor.com/internet-retailing-in-latin-america/report>

Brasil

- » Nielsen: <https://www.ebit.com.br/webshoppers>
- » ABCOMM: <https://abcomm.org/noticias/category/numeros-do-e-commerce/>
- » eMarketer: <https://www.emarketer.com/content/latin-america-ecommerce-2019>
- » Statista: <https://www.statista.com/outlook/243/115/ecommerce/brazil>
- » Visa: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/brasil.html>

México

- » AMIPCI: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/orderby,7/lang.es-es/?Itemid=>
- » AMVO: <https://www.amvo.org.mx/estudios>
- » Euromonitor: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Comercio-electronico-en-Mexico-con-valor-de-505000-millones-de-pesos-en-2018-Euromonitor-20190516-0085.html>
- » eMarketer: <https://www.emarketer.com/content/latin-america-ecommerce-2019>
- » Statista: <https://www.statista.com/outlook/243/116/ecommerce/mexico>
- » Visa: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/mexico.html>

Argentina

- » CACE: <https://www.cace.org.ar/estadisticas>
- » VISA: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/argentina.html>
- » Worpay: https://www.worldpay.com/content/dam/www_worldpay_com/en/docs/wp-global-payments-report.pdf

Colombia

- » CCCE: <https://www.ccce.org.co/comisiones/estadistica#.Xbd6vOhKjIU>
- » Observatorio eCommerce: <https://www.observatorioecommerce.com.co/wp-content/uploads/2018/04/4T-O-ESTUDIO-DE-TRANSACCIONES-DIGITALES-EN-COLOMBIA>
- » Visa: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/colombia.html>

Chile

- » CCS: <https://www.agenciadigital.cl/ecommerce-en-chile-crecimiento/>
- » Visa: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/chile.html>
- » Statista: <https://www.statista.com/study/58456/e-commerce-in-chile/>

Perú

- » CAPECE: <https://www.capece.org.pe/>
- » Visa: <https://www.visa.com.pe/pague-con-visa/ereadiness/peru.html>
- » PPRO: <https://www.ppro.com/central-and-southern-america/>
- » Statista: <https://www.statista.com/outlook/243/298/ecommerce/peru>

Ecuador

- » CECE: <https://drive.google.com/file/d/1zA1A8R3yq--2dv2qztMx18Z8afERgldi/view>
- » BS Latam: <https://rankingslatam.com/>
- » Statista: <https://www.statista.com/outlook/243/208/ecommerce/ecuador>

Bolivia

- » Agetic: <https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20180716/compras-comercio-electronico-se-incrementan-nueve-veces-10-anos>
- » EcommerceFoundation: <https://www.ecommercefoundation.org/free-reports>
- » BS Latam: <https://rankingslatam.com/>
- » Statista: <https://www.statista.com/outlook/243/173/ecommerce/bolivia>

Sobre CAPECE

La Cámara Peruana de Comercio Electrónico, es una comunidad empresarial que ayuda a impulsar el desarrollo del comercio electrónico en el país, con acciones que ayuden a fortalecer la confianza del consumidor en el canal Online. Nuestro propósito es Acelerar el crecimiento de empresas y profesionales, mediante la correcta adopción del comercio electrónico.

Ofrecemos

Somos la plataforma de negocios y contenidos que necesitas para vender en Internet:

- ✓ Conéctate y aprende con los TOP PLAYERS de la Industria
- ✓ Acelera tus Ventas Online
- ✓ Certificar que vendes CON CONFIANZA

Escríbenos

☎ (511) 644 9003

📞 976 079 698

✉ hola@capece.org.pe

🌐 www.capece.org.pe

📍 Av. Arequipa N°2930 San Isidro