

Ecommerce 2018: **Tendencias de los compradores digitales** **alrededor del mundo y en LATAM**

11 de octubre 2018

Matteo Ceurvels
Investigador Senior – **LATAM** & España



¿Quién es eMarketer?

"En eMarketer, nuestra misión es ayudar a nuestros clientes a tomar las mejores decisiones en un mundo transformado por lo digital. Lo hacemos agregando, filtrando, organizando y analizando datos y perspectivas esenciales de más de 3,000+ fuentes alrededor del mundo, brindando información para que todos puedan actuar con rapidez en un mundo de cambios interminables".

—Terry Chabrowe, CEO de eMarketer

Lo que vamos a cubrir **hoy**...

- **El panorama político y económico**
- **Las ventas de minoristas**
- **Las ventas minoristas de ecommerce**
- **Las ventas minoristas de mcommerce**
- **Los compradores digitales**

El panorama **político y económico**

A nivel mundial, **el optimismo** sobre las perspectivas de empleo, las finanzas personales y las intenciones de gastar **han disminuido en comparación con el 4T 2017**, aunque hay una gran variación al nivel de país.

Norteamérica

4T 2017: **117**

2T 2018: **121**

Europa

4T 2017: **87**

2T 2018: **87**

OMA

4T 2017: **92**

2T 2018: **93**

APAC

4T 2017: **114**

2T 2018: **112**

LATAM

4T 2017: **87**

2T 2018: **86**

Global

4T 2017: **105**

2T 2018: **104**

La confianza cayó en la mitad de los países de LATAM: Argentina, Brasil, Chile y Perú—mientras que otros—como México, Colombia y Costa Rica—vieron mejoras.



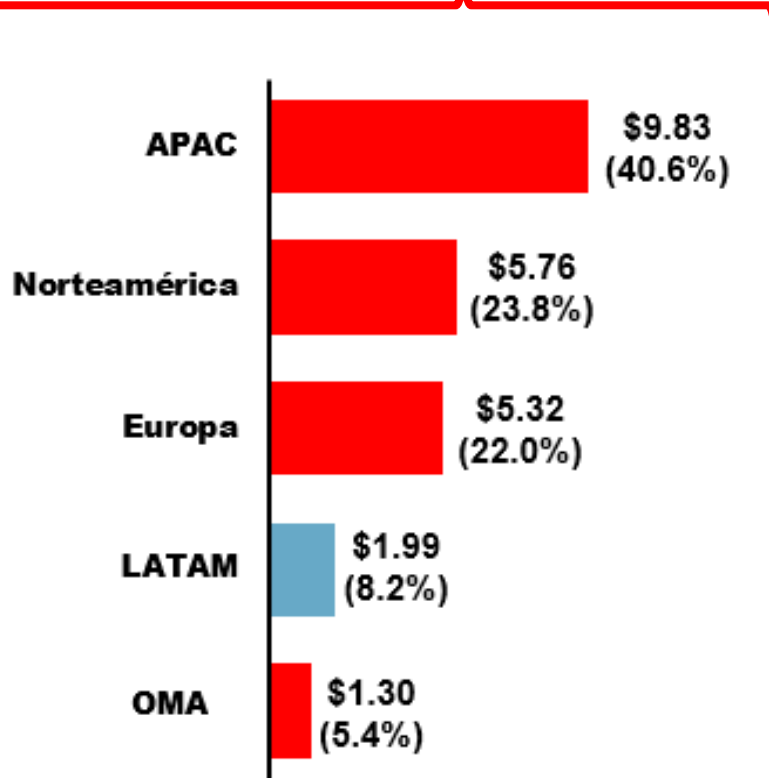
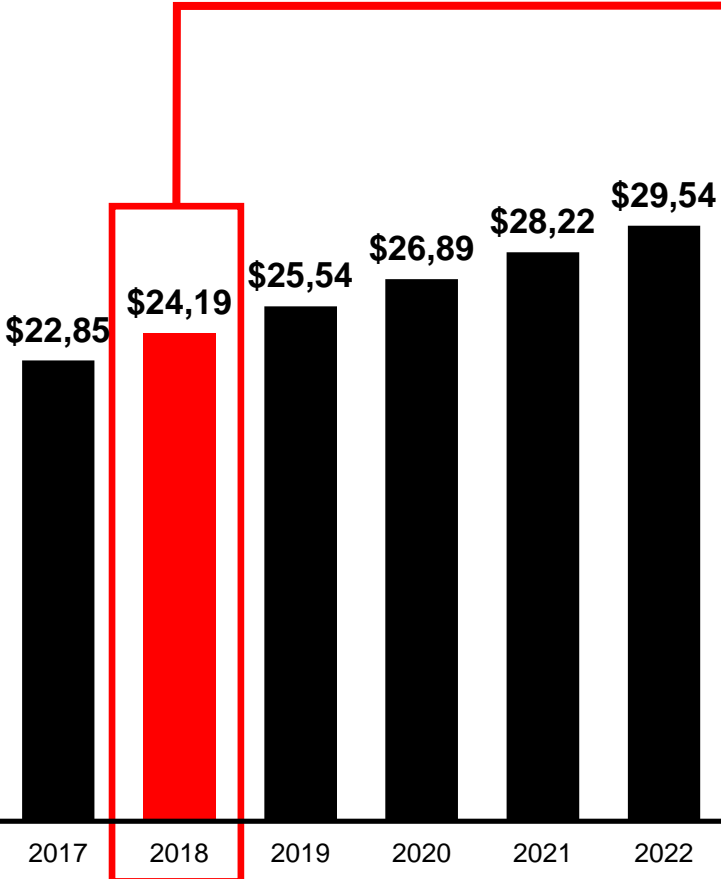
Confianza del consumidor, 4T 2017



Confianza del consumidor, 2T 2018

Las ventas **minoristas** totales

APAC representa el **40.6%** de todas las ventas minoristas totales en todo el mundo. **LATAM**, en cambio, representa el **8.2%**.

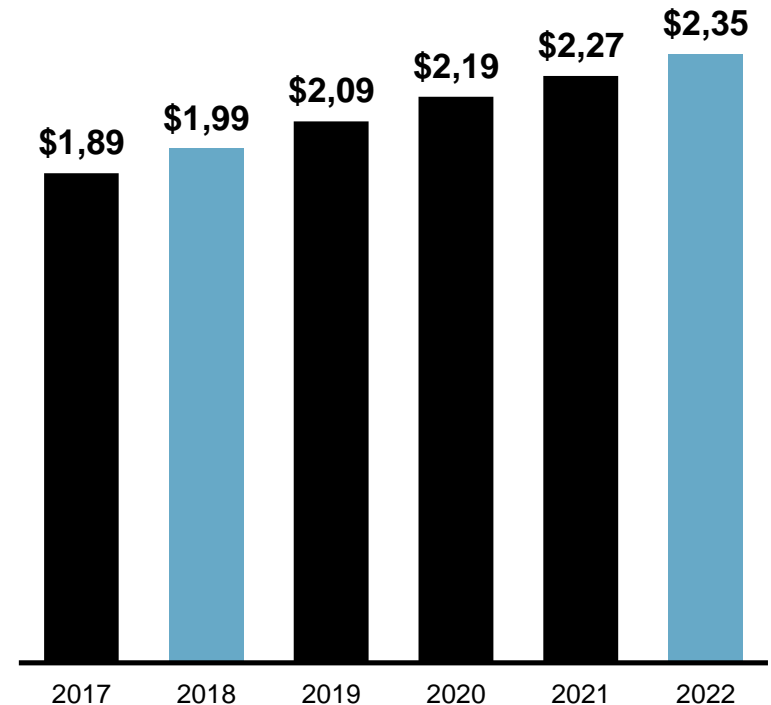


Ventas minoristas totales al nivel mundial, 2017-2022 (billones)

Ventas minoristas totales al nivel mundial & % total de las ventas minoristas, por region, 2018 (billones)

Aunque la corrupción, la delincuencia y el aumento de los precios al consumidor han frenando la economía regional, las ventas minoristas en LATAM no se ven afectadas.

- **Proyectamos que las ventas crecerán un 18.1%, llegando a \$2.35 billones al final del pronóstico.**
- **Brasil será el mercado minorista más grande de la región, representando 32,8% de todas las ventas minoristas de este año.**
- **Le sigue México en el 2° lugar, con el 20.2% del mercado latinoamericano.**
- **Brasil, México y Argentina también formarán parte de los 15 principales mercados minoristas del mundo, ubicándose en el 6°, 12° y 15° lugar, respectivamente.**



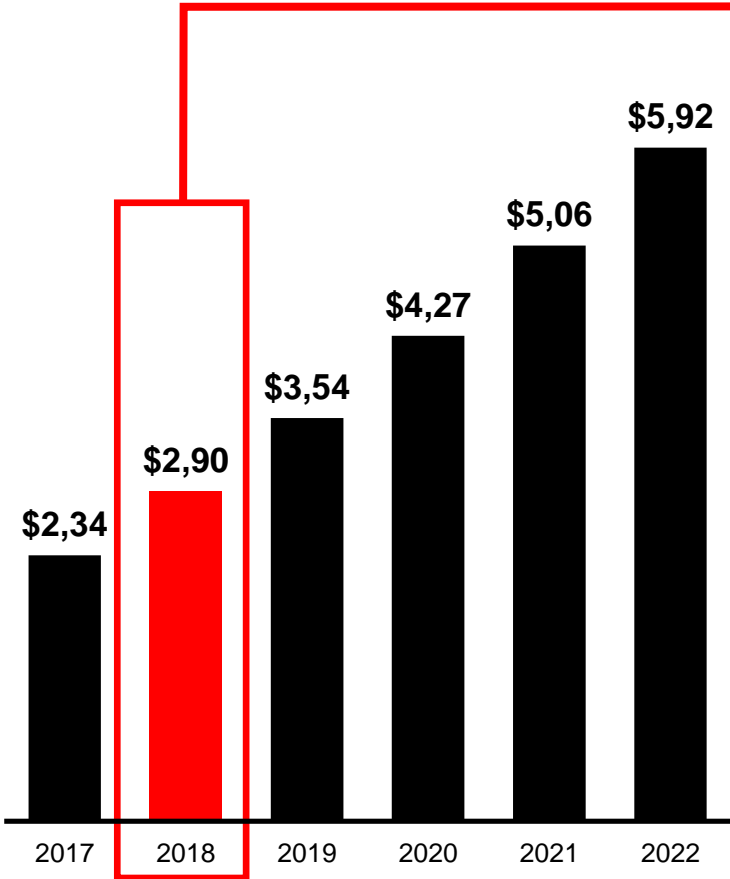
Ventas minoristas totales en LATAM, 2017-2022 (billones)

Las ventas minoristas de **ecommerce**

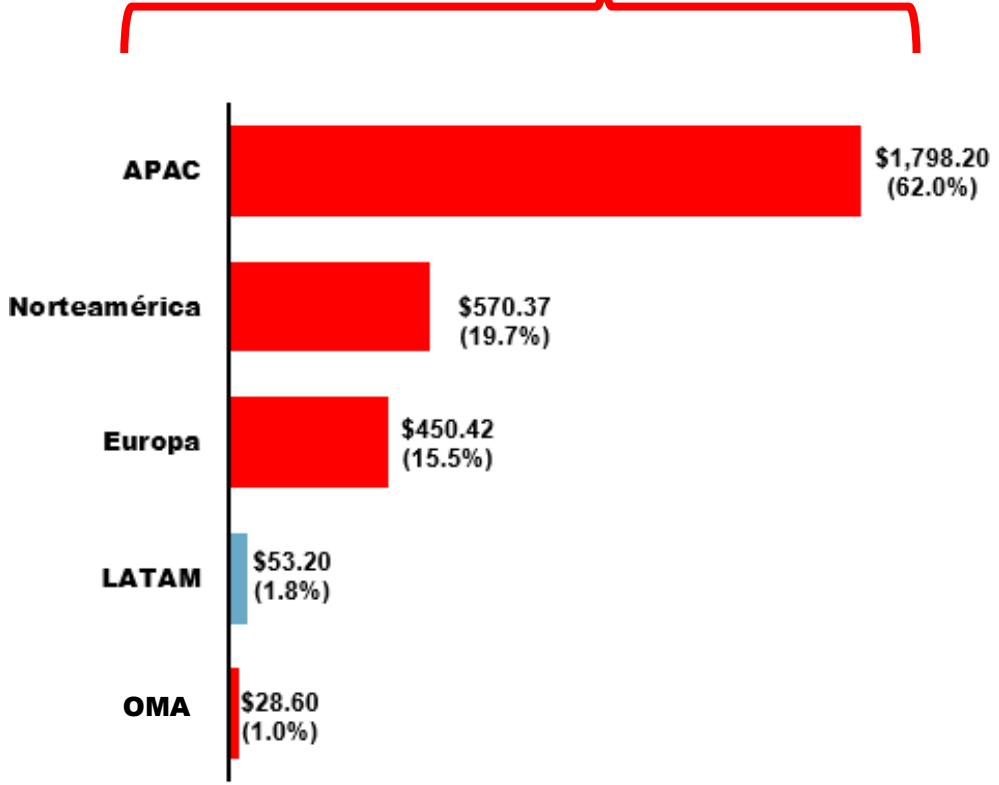
eMarketer excluye las siguientes categorías de su definición de ventas minoristas de **ecommerce**:

- **Servicios de comida y ventas de lugares para beber** (es decir, ventas de restaurantes, la entrega de comida de restaurantes ordenada en línea)
- **Ventas de viajes**
- **Ventas de entradas para eventos**
- **Pagos, tales como pago de facturas, impuestos o transferencias de dinero**
- **Ventas de juegos de azar y otros vicios**

Las ventas ecommerce llegarán a \$2.90 billones este año, impulsadas por un número creciente de compradores digitales primerizos en mercados con maduración digital y un aumento de las compras hechas en línea.

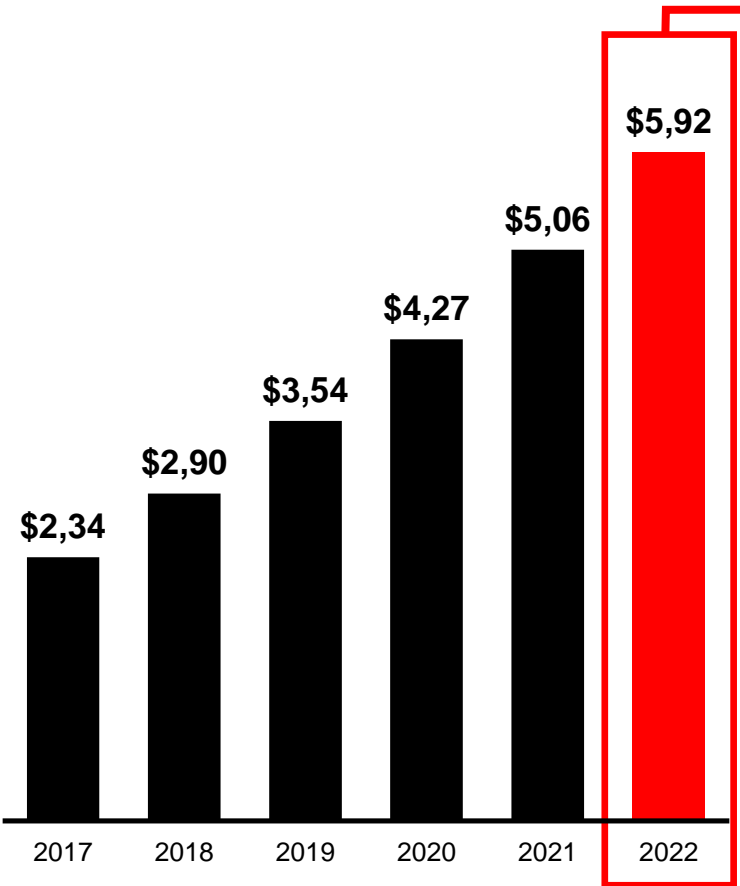


Ventas minoristas de ecommerce al nivel mundial, 2017-2022 (billones)

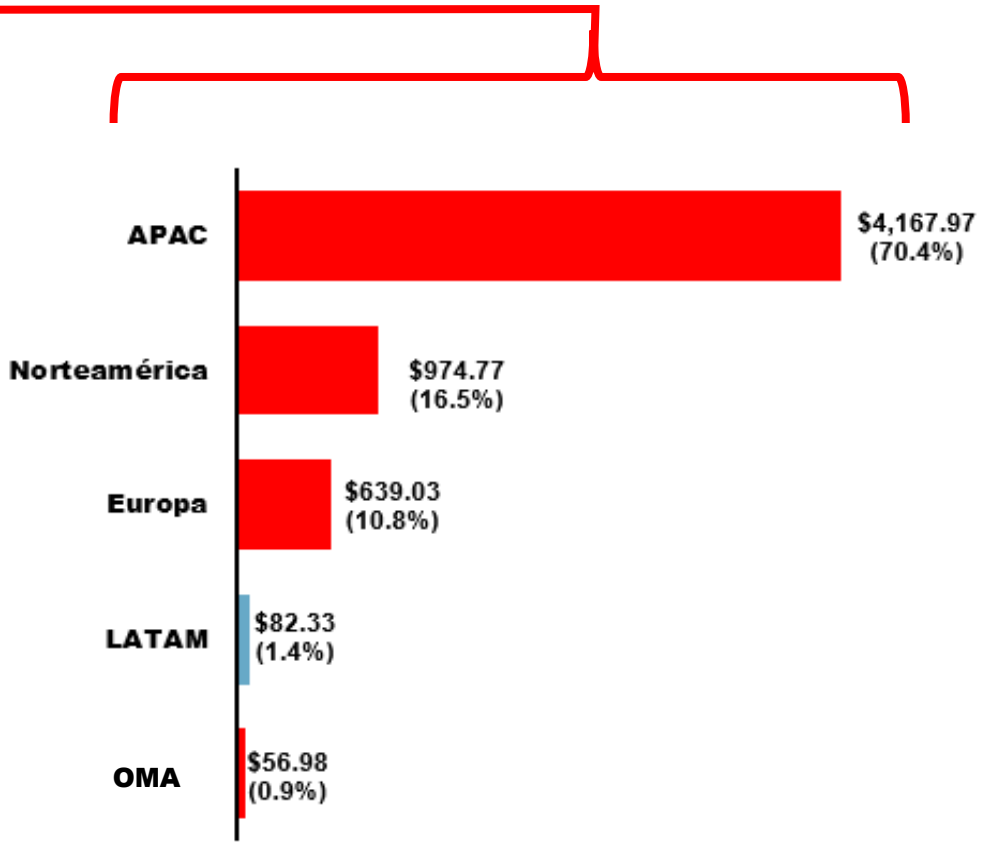


Ventas minoristas de ecommerce & % total de las ventas minoristas de ecommerce, por región, 2018 (mil millones)

Dentro de 5 años, se espera un crecimiento rápido de ecommerce de **104.1%** comparado con un **22.1%** para la industria minorista en general.



Ventas minoristas de ecommerce al nivel mundial, 2017-2022 (billones)



Ventas minoristas de ecommerce & % total de las ventas minoristas de ecommerce, por región, 2022 (mil millones)

Ya que los consumidores en LATAM aún prefieren comprar en la tienda física en vez de en línea, el ecommerce todavía está en las primeras etapas de la adopción del consumidor.

- El ecommerce representará el **2.7%** de todas las ventas minoristas en LATAM este año donde proyectamos que esta cifra aumentará al **3.5%** en 2022.
- Proyectamos que las ventas crecerán un **54.8%** para el 2022, donde subirán a **\$82.33** mil millones.
- Brasil será el país con el mercado más grande de ecommerce en LATAM, con un **47.7%** de las ventas regionales.
- El ecommerce en Argentina crece más del doble de la tasa regional a un **37.5%**.

Retail Ecommerce Sales in Latin America, by Country, 2017-2022

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Retail ecommerce sales (billions)						
Brazil	\$22.45	\$25.37	\$27.73	\$29.39	\$31.04	\$32.56
Mexico	\$4.38	\$5.05	\$5.67	\$6.34	\$7.04	\$7.78
Argentina	\$5.24	\$7.21	\$9.28	\$11.33	\$13.28	\$15.31
Other	\$13.03	\$15.57	\$18.86	\$21.64	\$24.17	\$26.68
Latin America	\$45.10	\$53.20	\$61.55	\$68.71	\$75.53	\$82.33
Retail ecommerce sales growth (% change)						
Argentina	45.5%	37.5%	28.7%	22.1%	17.2%	15.3%
Mexico	18.7%	15.3%	12.4%	11.7%	11.0%	10.6%
Brazil	18.0%	13.0%	9.3%	6.0%	5.6%	4.9%
Other	31.4%	19.5%	21.2%	14.7%	11.7%	10.4%
Latin America	24.5%	17.9%	15.7%	11.6%	9.9%	9.0%
Retail ecommerce % of total retail sales						
Brazil	3.5%	3.9%	4.2%	4.3%	4.5%	4.7%
Argentina	1.8%	2.3%	2.7%	3.1%	3.4%	3.7%
Mexico	1.2%	1.3%	1.3%	1.4%	1.5%	1.5%
Other	2.2%	2.5%	2.8%	3.1%	3.4%	3.6%
Latin America	2.4%	2.7%	2.9%	3.1%	3.3%	3.5%

Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets

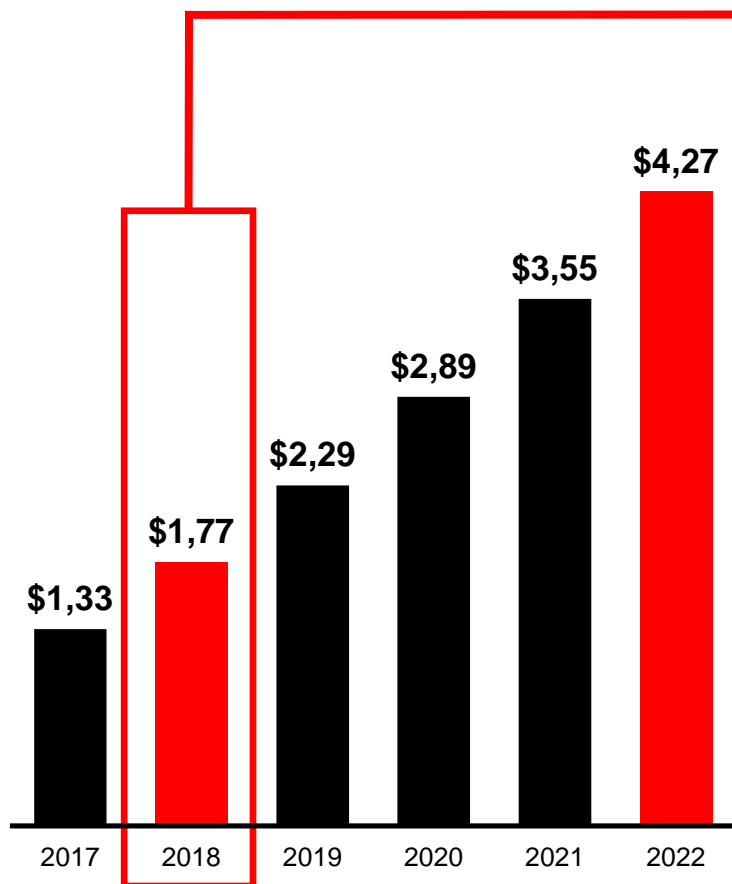
Source: eMarketer, June 2018

239814

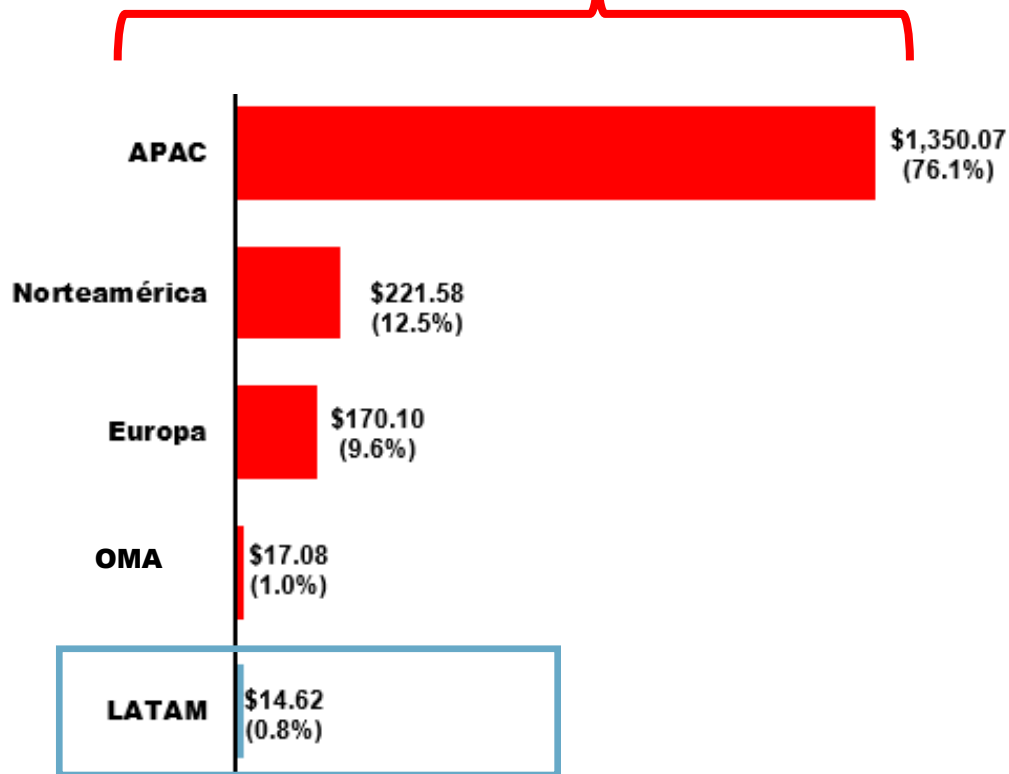
www.eMarketer.com

Las ventas minoristas de **mcommerce**

Las ventas de **mcommerce** crecerán **2.5 veces** desde **2018** hasta **2022**, viendo una tasa de crecimiento de dos dígitos año tras año.



Ventas minoristas de mcommerce al nivel mundial, 2017-2022 (billones)

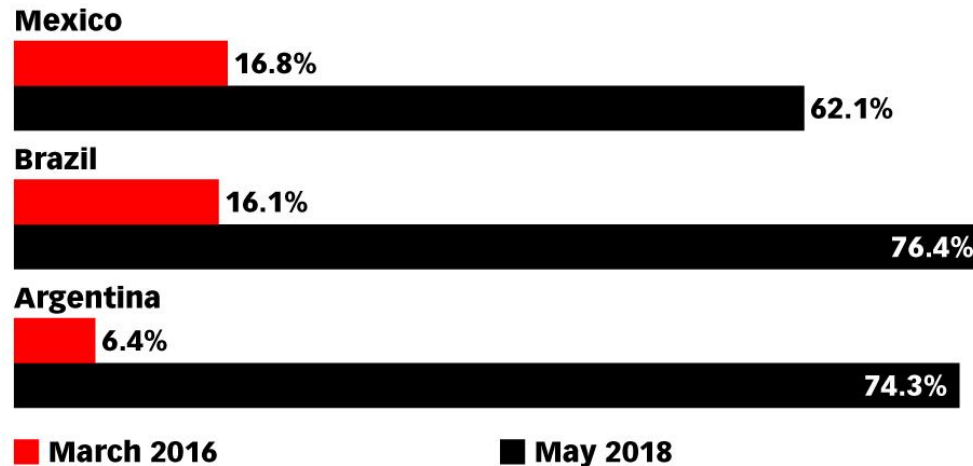


Ventas minoristas de mcommerce (mil millones) & % total de las ventas minoristas como parte de las de ecommerce al nivel mundial, por región, 2018

Más de tres cuartos de los sitios web de ecommerce en Brasil están habilitados para el mcommerce. Argentina y México han visto un crecimiento parecido.

Share of Ecommerce Websites in Latin America that Have a Mobile-Responsive Design, by Country, March 2016 & May 2018

% of sites analyzed by BigData Corp.



Note: represents activity tracked by BigData Corp., broader industry metrics may vary

Source: PayPal, "El perfil del comercio electrónico en Latinoamérica 2018" conducted by BigData Corp. as cited in press release, May 16, 2018

239982

www.eMarketer.com

Aunque el mcommerce es menor en LATAM comparado con las demás regiones, los móviles desempeñarán un papel importante durante el camino a la compra, especialmente cuando los usuarios visitan los sitios web de los minoristas.

Unique Visitor Share for Retail Sites in Argentina, Brazil and Mexico, by Device, May 2018

% of total

Mexico



Brazil



Argentina



■ Mobile* only

■ Desktop only

■ Multiplatform

*Note: desktop ages 6+; mobile ages 18+; *includes smartphone and tablet*

Source: comScore Media Metrix, July 13, 2018

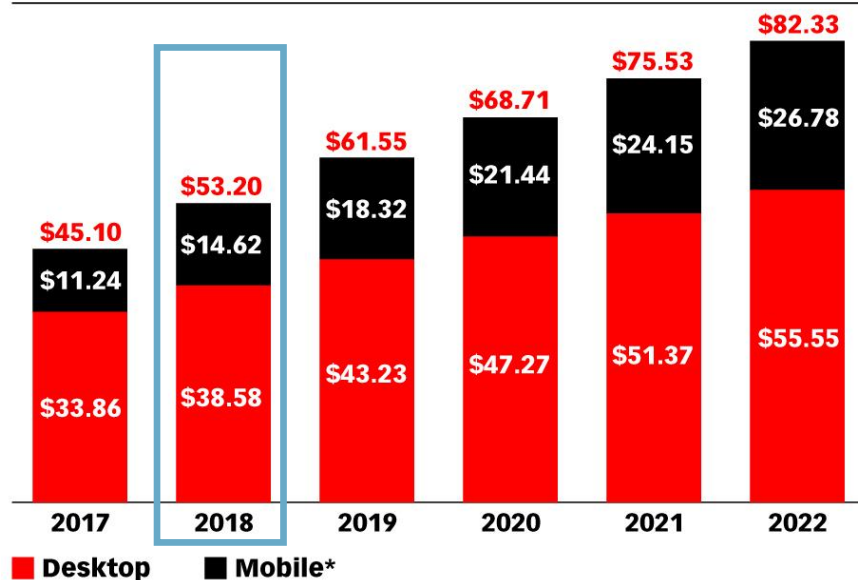
239678

www.eMarketer.com

Este año—por primera vez—los dispositivos móviles representarán más de un cuarto de todas las ventas minoristas de ecommerce en LATAM.

Retail Ecommerce Sales in Latin America, by Device, 2017-2022

billions



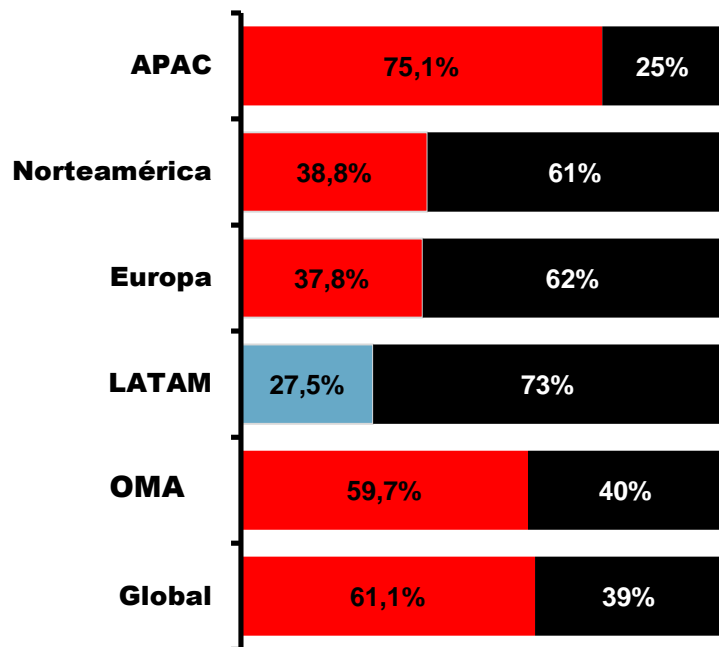
Note: includes products or services ordered using the internet via desktop, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets; *includes sales on tablets

Source: eMarketer, June 2018

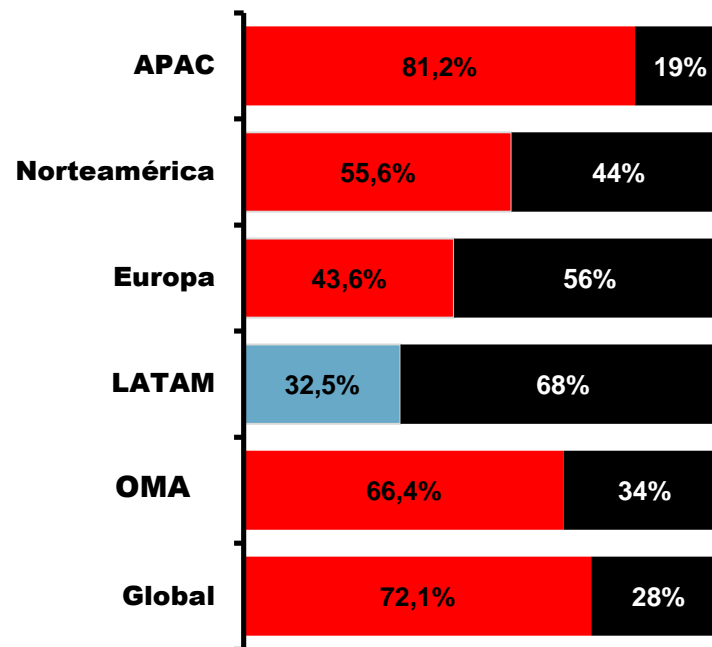
239783

www.eMarketer.com

La mayoría de las ventas de ecommerce vienen a través de los móviles. Una vez que los consumidores adquieran una madurez digital—pasando de navegar a comprar—su frecuencia de compra en línea y la cantidad que gastan solo aumentarán.



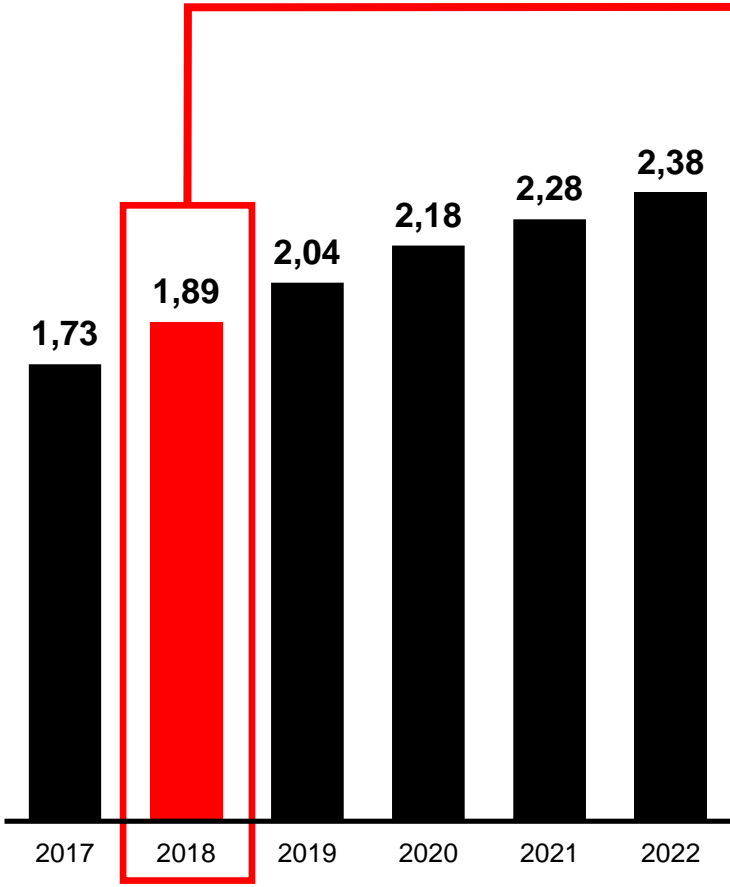
Ventas minoristas de mcommerce como parte de las ventas minoristas de ecommerce, por región, 2018 (% total)



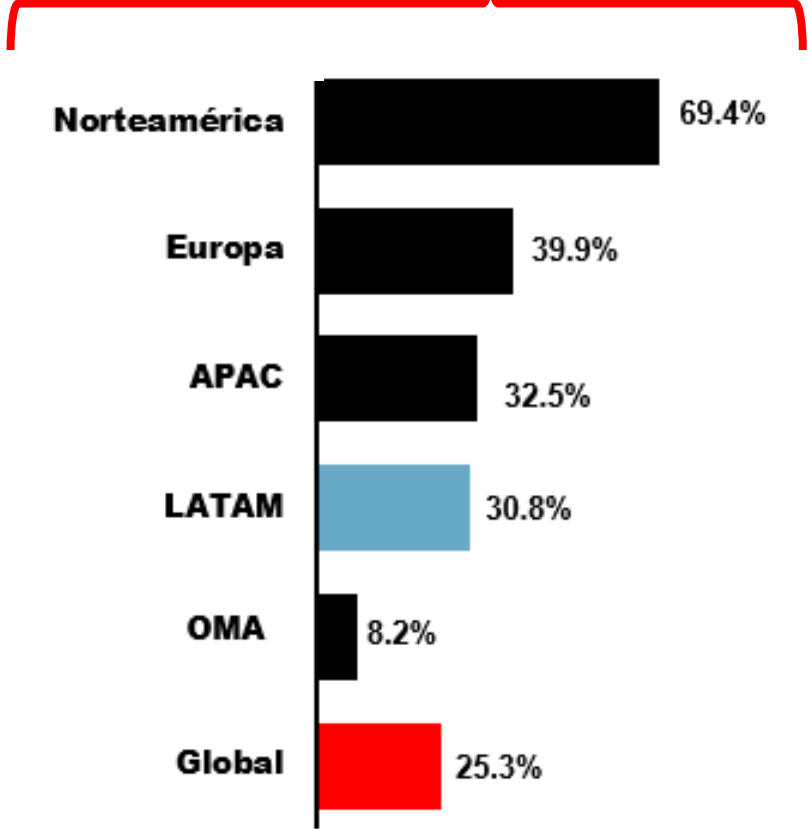
Ventas minoristas de mcommerce como parte de las ventas minoristas de ecommerce, por región, 2022 (% total)

Los compradores digitales

Al menos **un cuarto** de la **población mundial** realizará una compra digital este año, en comparación con **3 de cada 10** consumidores en **Latinoamérica**.

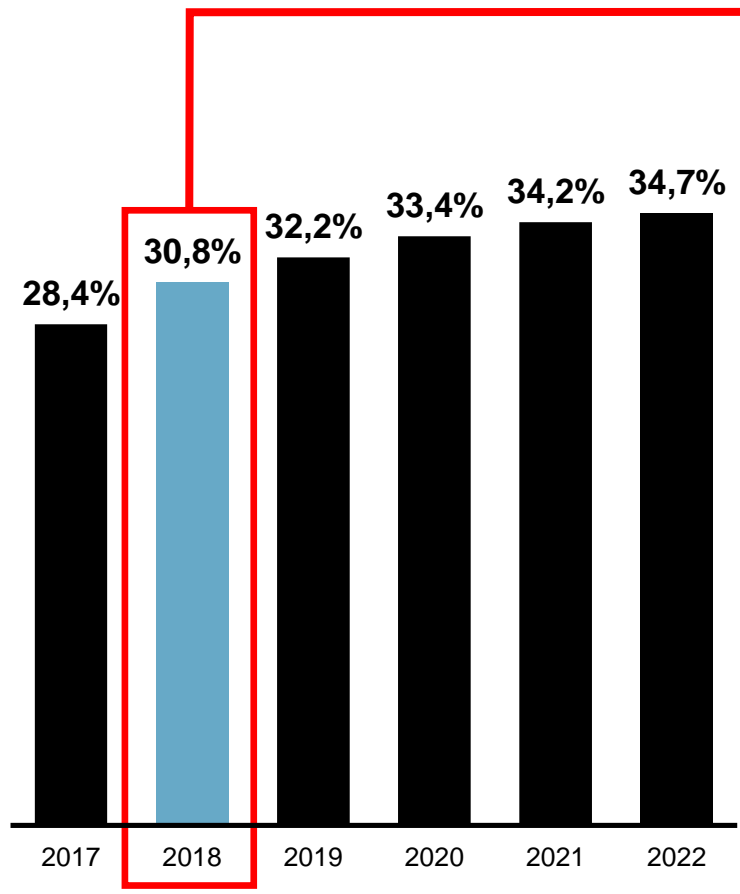


Penetración de los compradores digitales al nivel mundial, 2017-2022 (mil millones)

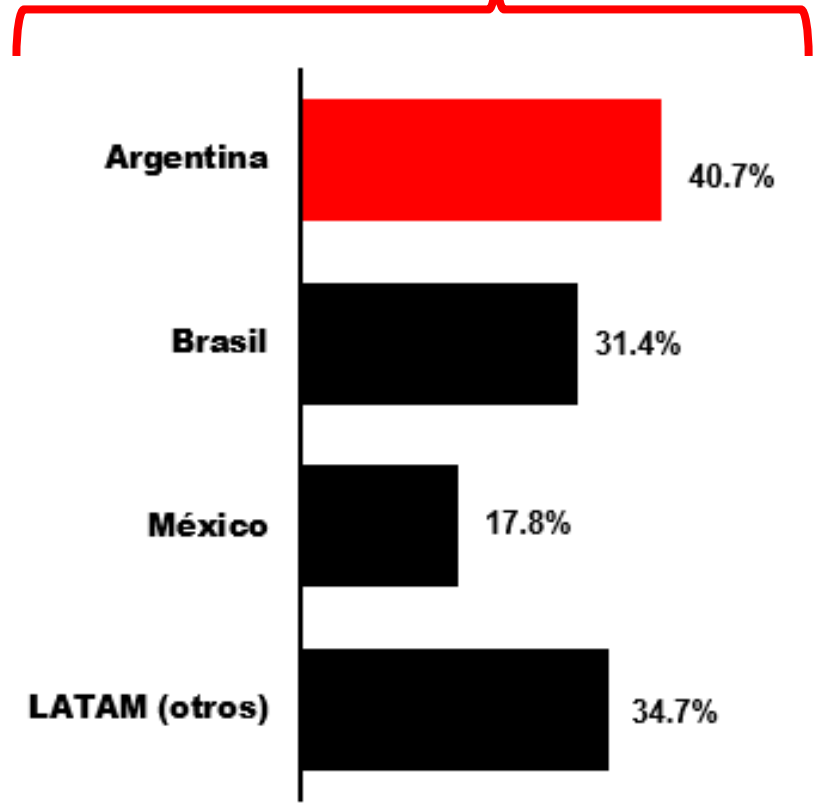


Penetración de los compradores digitales al nivel mundial, por región, 2018 (% de la población)

Existe, por supuesto, alguna variación en la adopción de ecommerce en cada país. Estimamos que **Argentina tendrá la mayor proporción de consumidores** que habrán realizado una compra en línea este año, seguido por Brasil y México.



Penetración de los compradores digitales en LATAM, 2017-2022 (% de la población)



Penetración de los compradores digitales en LATAM, por país, 2018 (% de la población)

Un tercio de los compradores digitales en LATAM tienen entre 21-35 años. Aún así, la mayoría tienen entre 36-55 años.

Demographic Profile of Digital Buyers in Latin America, Sep 2017

% of total

Gender

Male 59.4%

Female 40.6%

Age

13-20 9.1%

21-35 33.6%

36-55 45.6%

56+ 11.6%

Note: in the past 12 months; 0.1% of respondents were under the age of 13

Source: Tendencias Digitales, "Usos de Internet en Latinoamérica 2017"; eMarketer calculations, Sep 20, 2017

239616

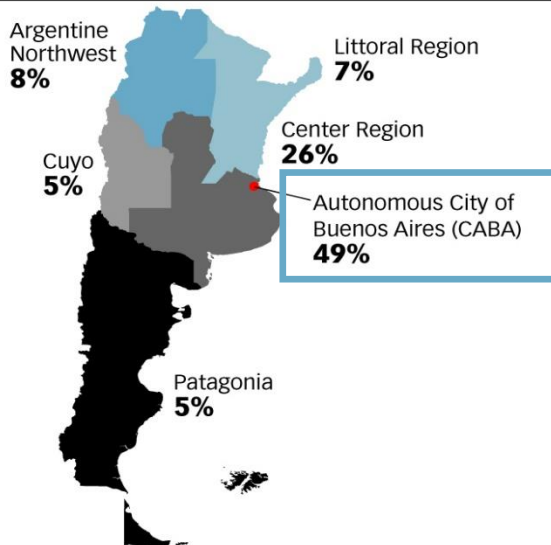
www.eMarketer.com

Los compradores digitales en LATAM: **consideraciones geográficas**

En Argentina en Brasil, la mayoría de la actividad de ecommerce está en los grandes centros urbanos: Buenos Aires (CABA), Rio de Janeiro, y São Paulo.

B2C Ecommerce Sales Share in Argentina, by Region, 2017

% of total



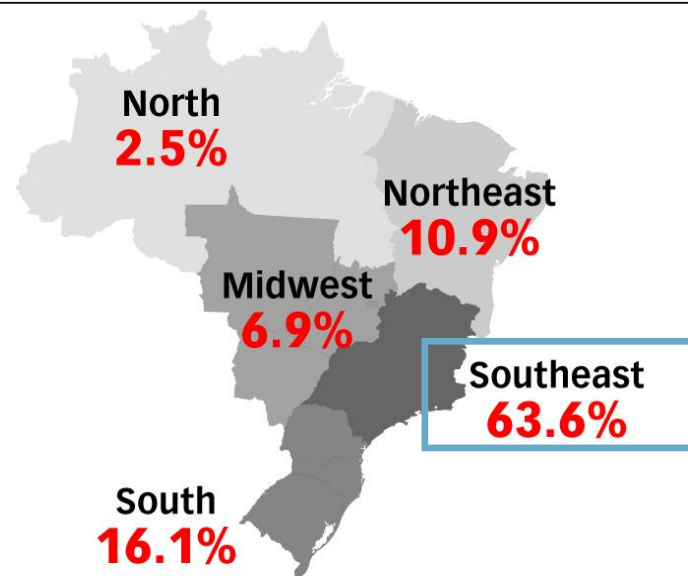
Source: Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), "Estudio Anual Comercio Electrónico 2017" conducted by Kantar TNS and sponsored by Andreani and Punto Rojo, March 7, 2018

239994

www.eMarketer.com

Digital Buyer Share in Brazil, by Region, 2017

% of total



Source: E-bit Informação, "Webshoppers 37th Edition," March 15, 2018

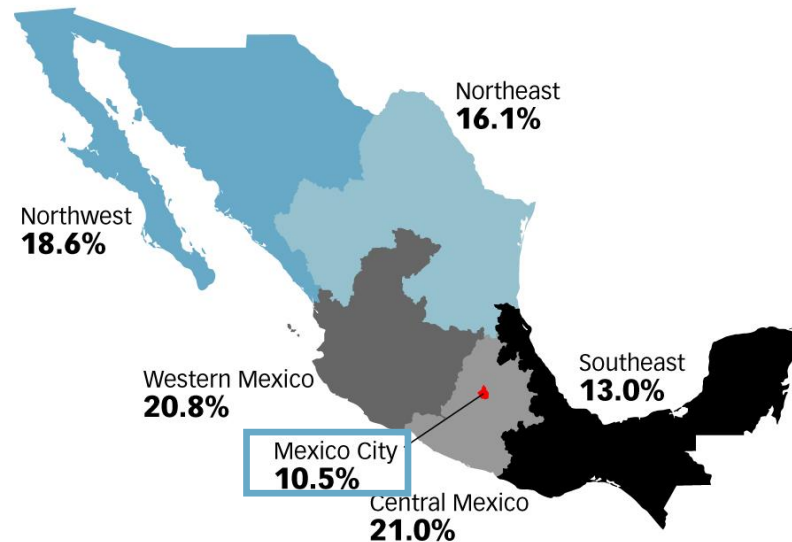
239330

www.eMarketer.com

Mientras en México, los compradores digitales están ubicados en diferentes regiones del país.

Digital Buyers in Mexico, by Region, 2017

% of total



Source: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), "Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), 2017" conducted in collaboration with Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) and Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - Mexico, Feb 20, 2018

240119

www.eMarketer.com

Los compradores digitales en LATAM: **barreras para hacer una compra en línea**

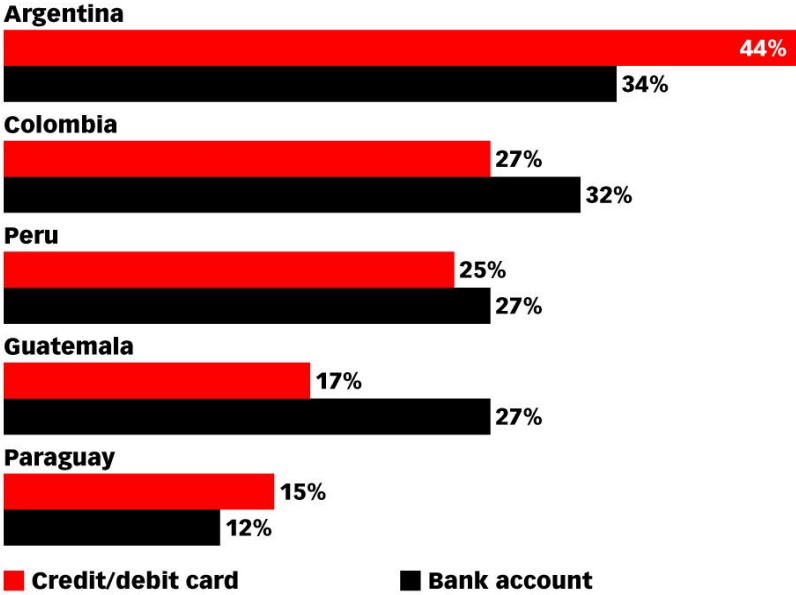
“Existen hoy más de 2 mil millones de personas no bancarizadas y sin acceso a servicios financieros, haciendo de la inclusión digital uno de los mayores retos actuales de las economías emergentes. La mayoría de países en América Latina experimentan una tasa por debajo del 60% de bancarización mientras que en países desarrollados—como Estados Unidos, Alemania o España—más del 85% de la población tiene acceso a servicios financieros”.

—Lucas Medola, CFO LATAM de PayPal

Varios países en LATAM muestran algunas de las cifras más bajas de internautas que tienen una cuenta bancaria o una tarjeta de crédito—lo que nos da una idea de por qué algunos no compran en línea.

How Many Internet Users in Select Countries in Latin America Have a Bank Account vs. Credit/Debit Card?

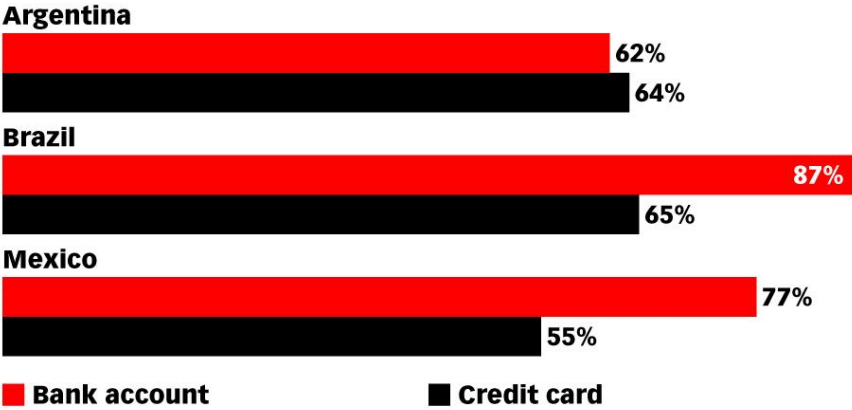
% of respondents, Feb 2018



Note: Argentina n=1,240; Colombia n=1,425; Guatemala n=1,407; Paraguay n=1,357; Peru n=1,478; ages 15-65
Source: AfterAccess survey, Feb 27, 2018

Urban Internet Users in Argentina, Brazil and Mexico Who Have a Bank Account vs. Credit Card, Q1 2018

% of respondents



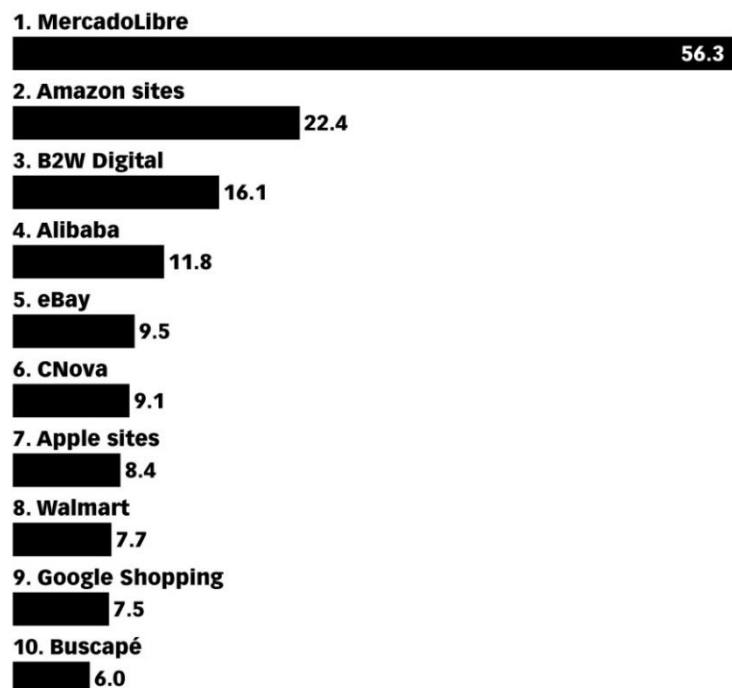
Note: Argentina n=592; Brazil n=1,240; Mexico n=1,465; ages 16-64
Source: GlobalWebIndex, July 20, 2018

Los compradores digitales en LATAM: **principales sitios de ecommerce**

Las empresas que son capaces de comprender y superar estas barreras tendrán una mayor participación en el mercado local. **MercadoLibre** es la plataforma **más popular de LATAM**, con el mayor número de visitantes únicos.

Top 10 Retail Sites in Latin America, Ranked by Unique Visitors, May 2018

millions



Note: ages 15+; home and work locations; desktop only; excludes mobile
Source: comScore Media Metrix, July 13, 2018

239698

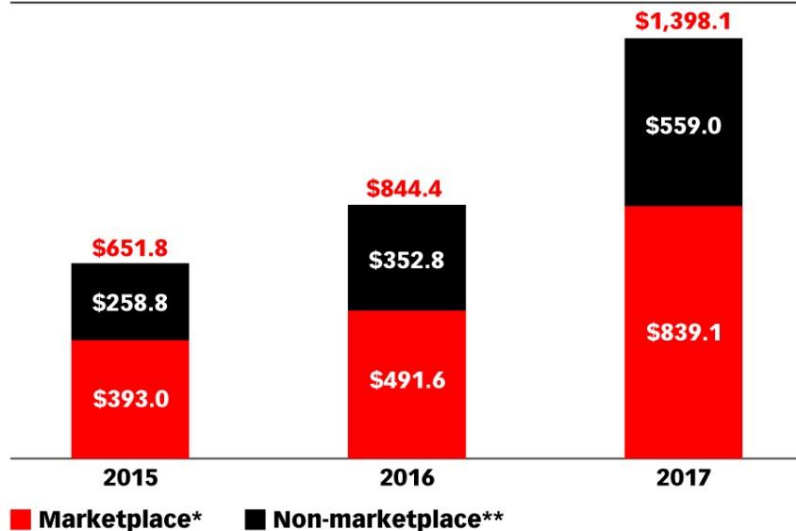
www.eMarketer.com

Los **compradores digitales** en **LATAM**: la importancia de los *marketplaces*

Los *marketplaces* han sido otro gran impulsor del ecommerce en LATAM—especialmente para MercadoLibre, donde sus ingresos se han más que duplicado desde 2015 a 2017.

MercadoLibre Marketplace* vs. Non-Marketplace Revenues in Latin America, 2015-2017**

millions



Note: *includes core business; **includes ad sales, classified fees, payment fees, shipping fees and other ancillary services

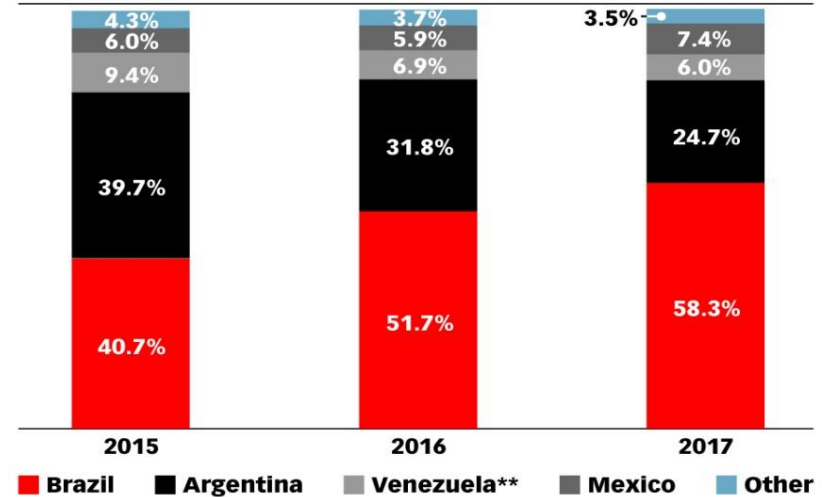
Source: MercadoLibre, "2017 10-K," Feb 23, 2018

237330

www.eMarketer.com

MercadoLibre Marketplace* Revenue Share in Latin America, by Country, 2015-2017

% of total



Note: total MercadoLibre marketplace revenues in 2015=\$393.0 million, 2016=\$491.6 million, 2017=\$839.1 million; numbers may not add up to 100% due to rounding; *includes core business and excludes ad sales, classified fees, payment fees, shipping fees, and other ancillary services; **includes metrics up to Nov. 30, 2017 due to deconsolidation

Source: MercadoLibre, "2017 10-K"; eMarketer calculations, Feb 23, 2018

237332

www.eMarketer.com

5 cosas para recordar de la presentación de hoy...

1. El **ecommerce es el principal gran impulsor de crecimiento futuro** para la industria minorista global. Dentro de 5 años, crecerá rápidamente en más de un **104.1%** comparado con un **22.1%** para la industria minorista en general.
2. Los dispositivos móviles **ya no son algo que los minoristas puedan ignorar**, dado que el **61.1%** de las ventas de **ecommerce** se originarán en dispositivos móviles.
3. Al menos **un cuarto (25.3%) de la población mundial** realizará una compra digital al final de este año.
4. La falta de bancarización y acceso a servicios financieros hacen que **la inclusión digital sea uno de los mayores retos** actuales de las economías emergentes.
5. Los **marketplaces** han sido **otro gran impulsor del ecommerce** en **LATAM**, especialmente en países como Brasil.

Información de **contacto**:



: mceurvels@emarketer.com



: [/in/mceurvels/](https://www.linkedin.com/company/mceurvels/)



: [@matteo_ceurvels](https://www.instagram.com/matteo_ceurvels)



: [@matteo_ceurvels](https://www.twitter.com/matteo_ceurvels)



: www.matteoceurvels.com

