

20 de octubre de 2022

# Latinoamérica 2022: Tendencias de ecommerce para un mundo pospandemia



Matteo Ceurvels 

Analista Senior, **LATAM** & **España**

@matteo\_ceurvels  

# Cobertura de **América Latina**



**INSIDER**  
INTELLIGENCE

La región latinoamericana es una de nuestras áreas de cobertura principales para las que proporcionamos investigaciones de gran confianza utilizando nuestra metodología reconocida en la industria.

Agregamos datos de cientos de fuentes de investigación y filtramos a través de miles de puntos de datos para brindar la cobertura más completa sobre todos los temas y tendencias digitales populares.

Anualmente publicamos:

**1,200+** Gráficos | **30+** Pronósticos propietarios | **10+** Informes de analistas detallados

Artículos | Entrevistas | Vídeos | Podcasts | y más



Ver nuestra cobertura completa para LATAM

# ¿Qué es lo que vamos a **cubrir** hoy?

- Dar una visión 360° de la economía latinoamericana
- Ahondar en el estado actual del ecommerce en la región
- Explorar 5 tendencias y consejos del ecommerce
- La oportunidad de los medios minoristas en América Latina

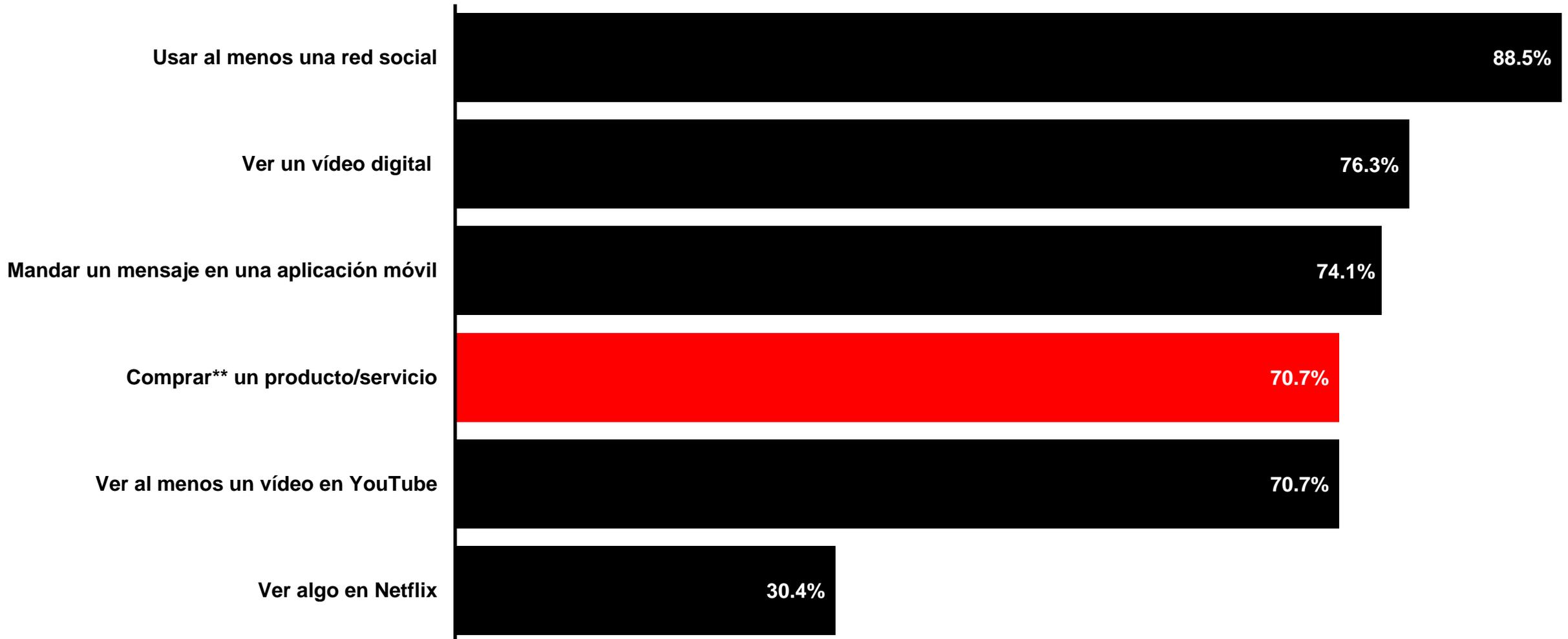


¿Se acuerdan de  
esta icónica  
familia **futurista**?





# ¿Qué **actividades digitales** realizarán\* los internautas latinoamericanos en **2022**?





# Una visión 360° de la **economía** latinoamericana

# Retos macroeconómicos actuales que enfrenta la industria minorista latinoamericana

**#1:**

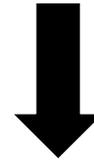
**La guerra  
Rusia-Ucrania**



**Interrupciones  
de la cadena de  
suministro**

**#2:**

**Inflación récord**



**Tasa de inflación  
del 14.1%  
proyectada**

**#3:**

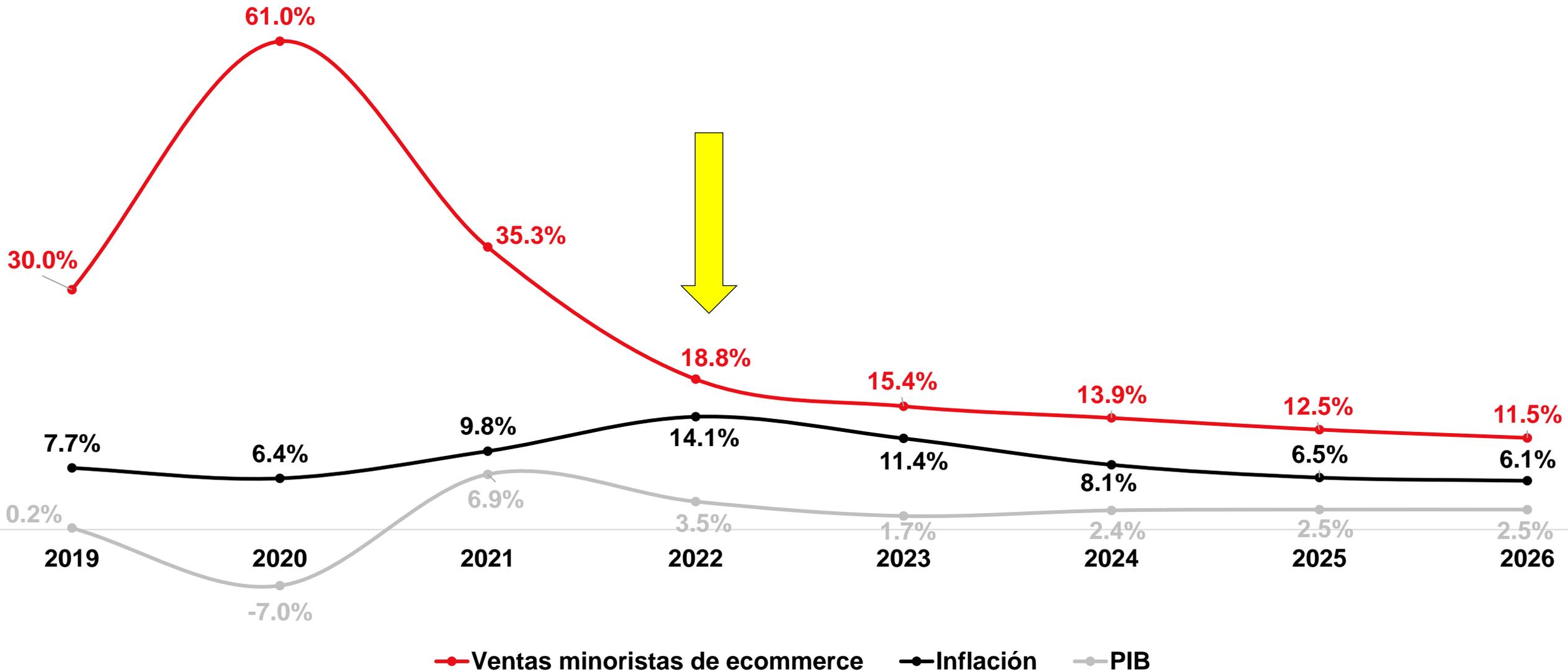
**Estanflación  
económica**



**Crecimiento  
lento del PIB  
del 3.5%**

# Previsión para las ventas minoristas de ecommerce, la inflación y el crecimiento del PIB en América Latina, 2019-2026

% de crecimiento



# Los principales países, clasificados por su crecimiento de ecommerce minorista, 2022





# El estado actual del **ecommerce**

# **eMarketer incluye** las siguientes categorías en nuestra definición de ventas minoristas de **ecommerce**:

- Las ventas de comercio electrónico minorista incluyen la venta de productos y servicios relacionados comprados en línea, independientemente del método de cumplimiento
- Ventas de vehículos de motor, repuestos y concesionarios
- Ventas de muebles
- Ventas de aparatos electrónicos y electrodomésticos
- Ventas de material de construcción y equipos de jardinería
- Ventas de alimentos y bebidas
- Ventas de salud y cuidado personal
- Ventas de gasolina
- Ventas de ropa y complementos de vestir
- Ventas de artículos deportivos, pasatiempos, libros y música física
- Ventas de mercadería general
- Ventas misceláneas
- Ventas fuera de la tienda (es decir, ventas de plataformas de comercio electrónico, ventas por correo, etc.)
- Ventas de descargas digitales (películas, música, contenido, etc.)
- Ventas de plataformas de consumidor a consumidor (C2C) (eBay, sitios de subastas, etc.)

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

- Los servicios de comida y las ventas de lugares para beber\*
  - *\*es decir, las ventas de restaurantes, la entrega de comida de restaurantes ordenada en línea, etc.*
- Las ventas de viajes
- Las ventas de entradas para eventos
- Los pagos, tales como el pago de facturas, impuestos o transferencias de dinero
- Las ventas de juegos de azar y otros vicios

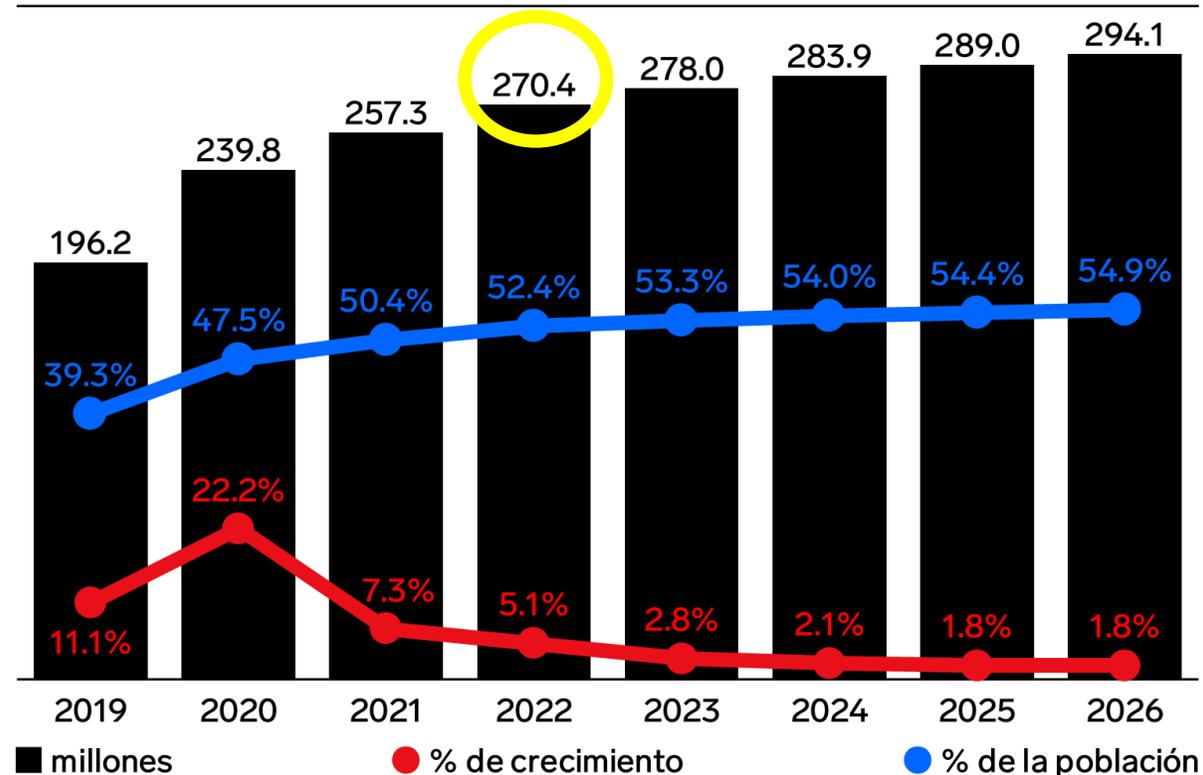


**Panorama regional:**  
**Latinoamérica**

La cantidad de nuevos compradores digitales **se está estabilizando** después de 2 años de crecimiento récord.

## Compradores digitales en América Latina, 2019-2026

millones, % de crecimiento y % de la población



Nota: mayores de 14 años; usuarios de internet que hayan realizado al menos una compra a través de cualquier canal digital durante el año calendario, incluidas las compras realizadas a través de computadoras de escritorio/portátiles, teléfonos móviles y tabletas

Fuente: eMarketer, julio de 2022

100733548031713

eMarketer | InsiderIntelligence.com

# Compradores digitales en Latinoamérica, por país, 2022

**México**  
50.9 millones  
18.8% del total regional

Otra Latinoamérica  
102.8 millones  
38.0% del total regional

**Brasil**  
95.2 millones  
35.2% del total regional

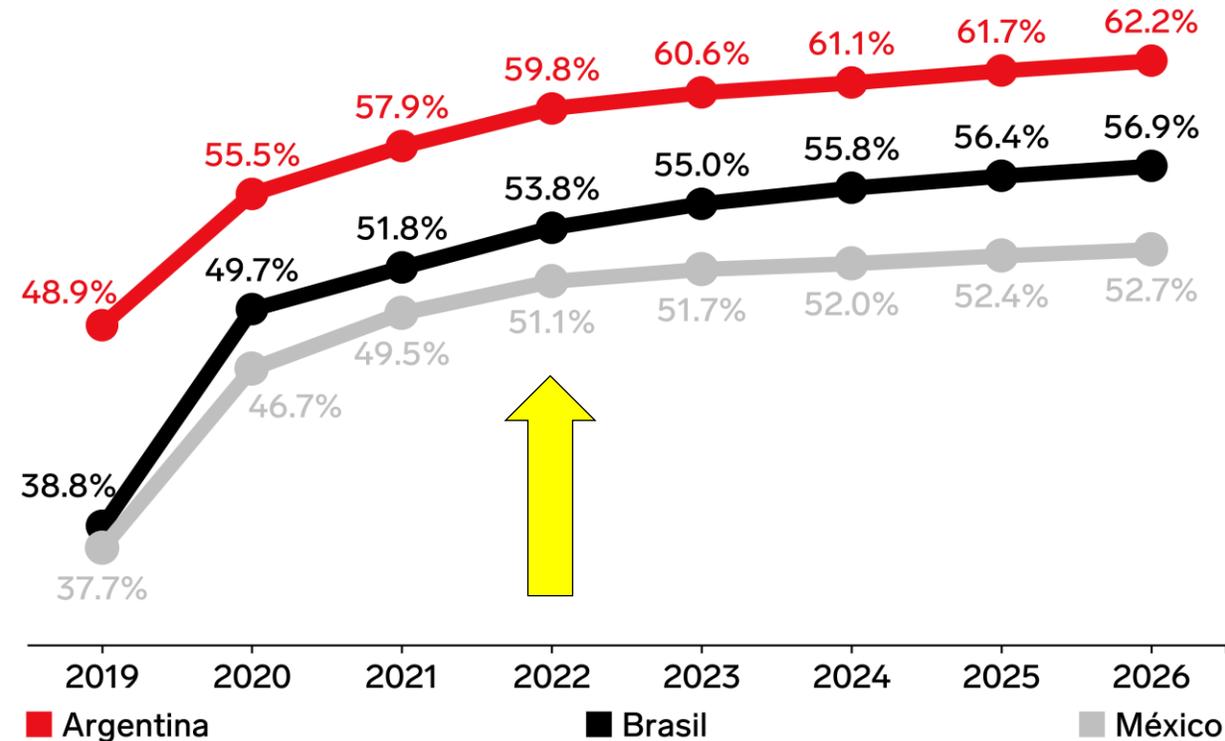
**Argentina**  
21.5 millones  
8.0% del total regional



La penetración de compradores digitales será **más alta** en **Argentina**, como porcentaje de su población total.

## Penetración de compradores digitales en Argentina, Brasil y México, 2019-2026

% de la población



Nota: mayores de 14 años; usuarios de internet que hayan realizado al menos una compra a través de cualquier canal digital durante el año calendario, incluidas las compras realizadas a través de computadoras de escritorio/portátiles, teléfonos móviles y tabletas  
Fuente: eMarketer, julio de 2022

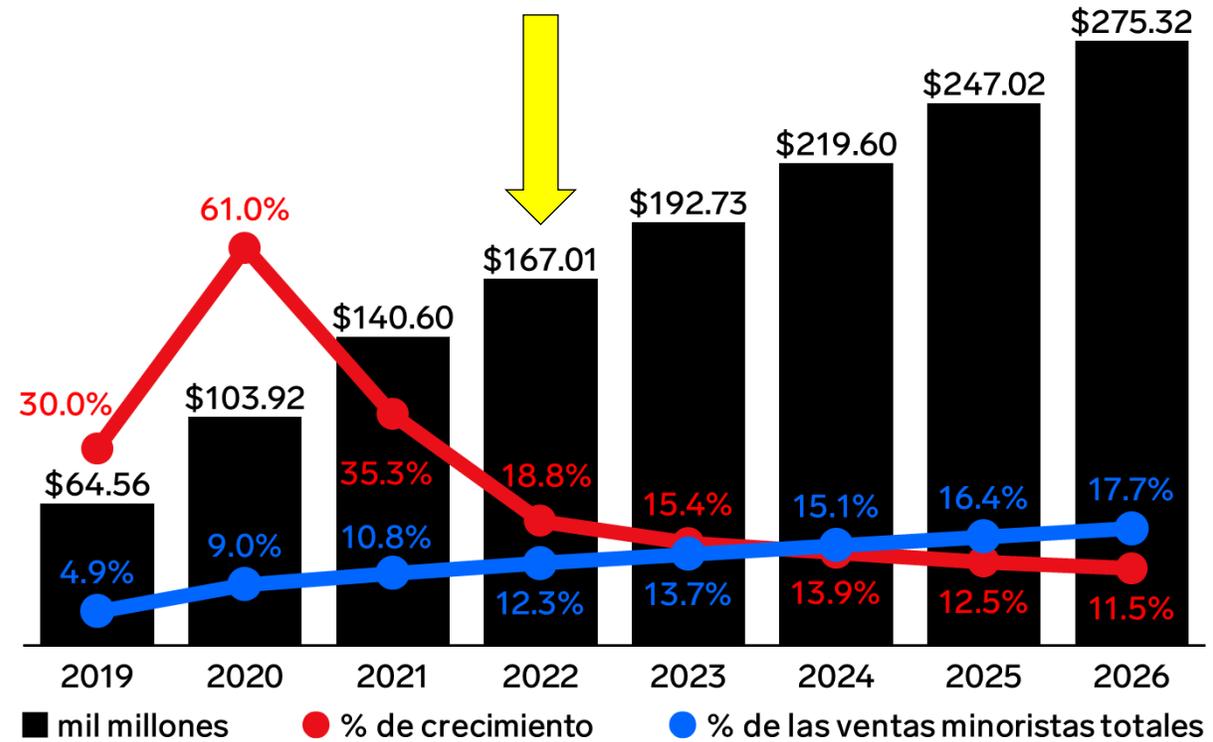
1.00733548031759E+15

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Las ventas minoristas de ecommerce **no pararán de crecer** en Latinoamérica...

## Ventas minoristas de ecommerce en América Latina, 2019-2026

mil millones, % de crecimiento y % de las ventas minoristas totales



Nota: incluye la venta de productos o servicios comprados a través de Internet a través de cualquier dispositivo, independientemente del método de pago o cumplimiento; excluye la venta de viajes, de entradas para eventos, de pagos, tales como el pago de facturas, impuestos o transferencias de dinero, de servicios de comida y lugares para beber, y de juegos de azar y otros vicios

Fuente: eMarketer, julio de 2022

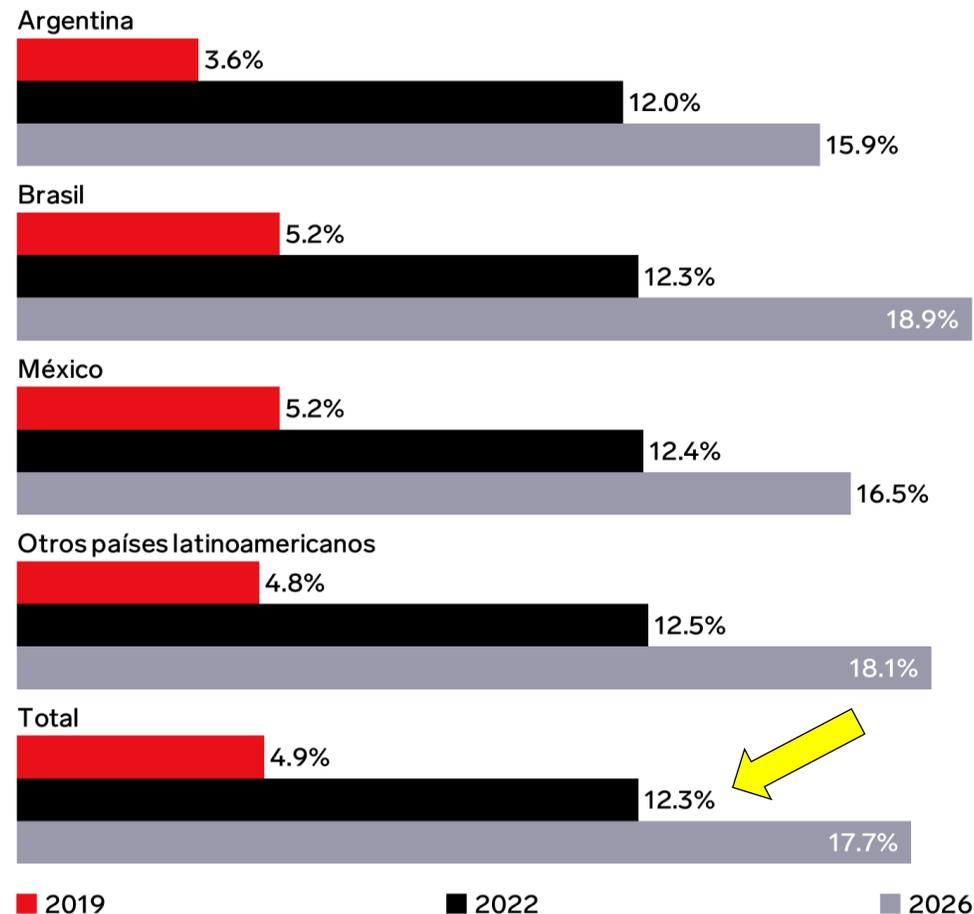
10073354803100

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Este año, las ventas de ecommerce **representarán más del 12%** de las ventas minoristas totales en cada uno de los 3 países que pronosticamos.

## Participación en las ventas minoristas de ecommerce sobre el total de las ventas minoristas en América Latina, por país, 2019-2026

% de las ventas minoristas totales



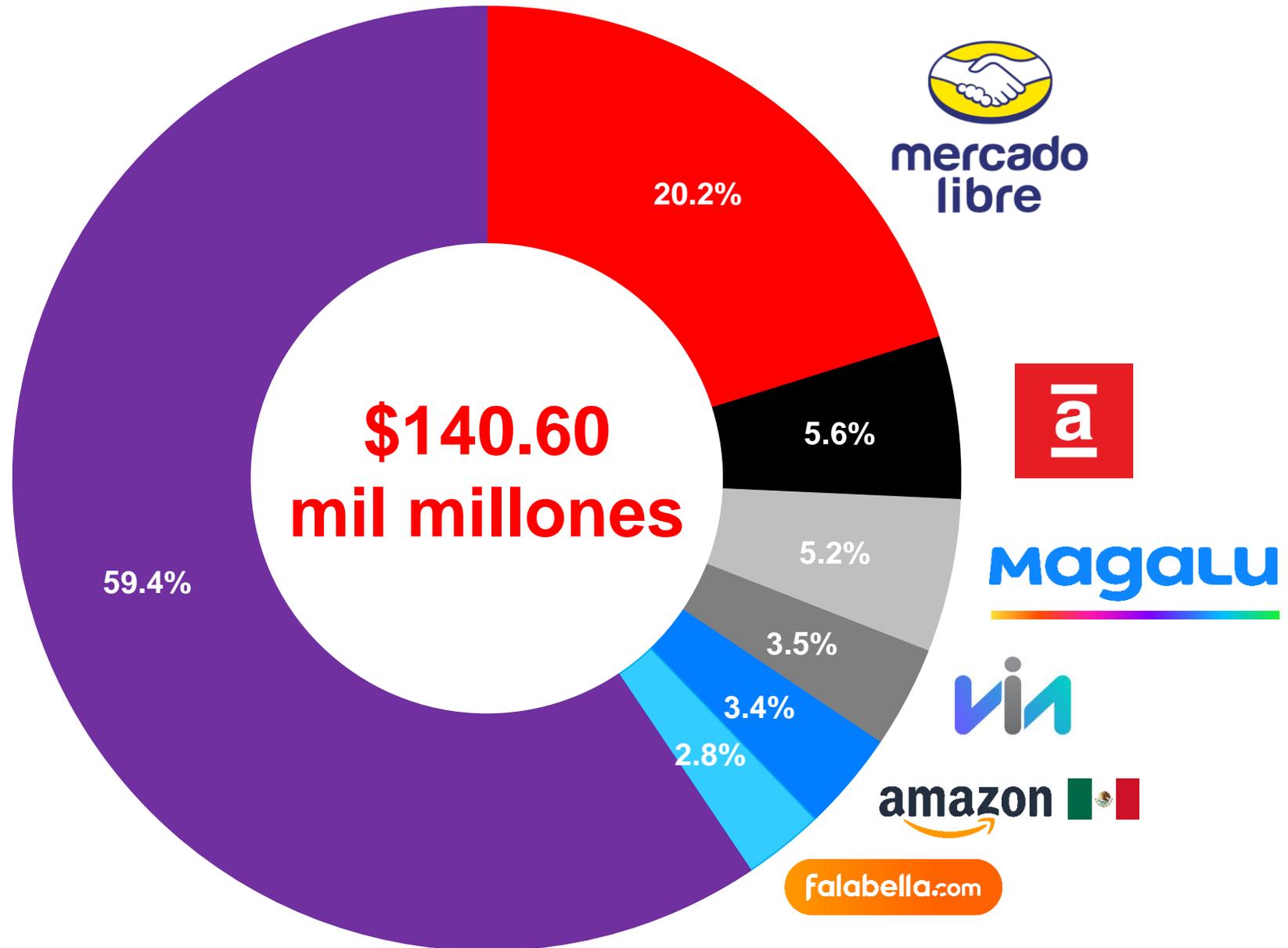
Nota: incluye la venta de productos o servicios comprados a través de Internet a través de cualquier dispositivo, independientemente del método de pago o cumplimiento; excluye la venta de viajes, de entradas para eventos, de pagos, tales como el pago de facturas, impuestos o transferencias de dinero, de servicios de comida y lugares para beber, y de juegos de azar y otros vicios

Fuente: eMarketer, julio de 2022

# Participación en las ventas minoristas de ecommerce en América Latina, por empresa, 2021

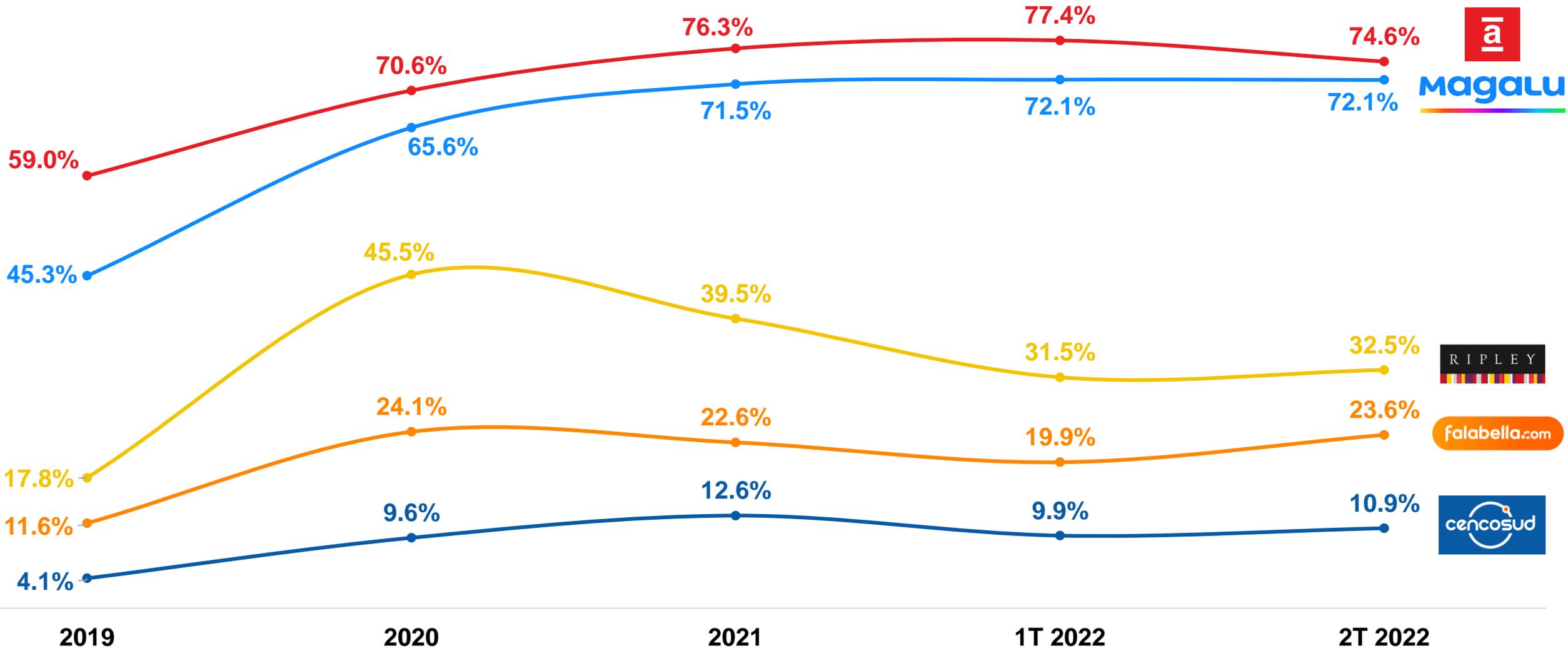
% del total

**6 empresas** representaron **un poco más del 40%** de todas las ventas minoristas de ecommerce en LATAM en 2021



# Participación del ecommerce minorista sobre el total de las ventas minoristas entre minoristas selectos de América Latina, 2017-2T 2022

% de las ventas minoristas totales



—●— Americanas S.A. —●— Magazine Luiza —●— Ripley —●— Falabella —●— Cencosud



# Tendencias y consejos del **ecommerce**

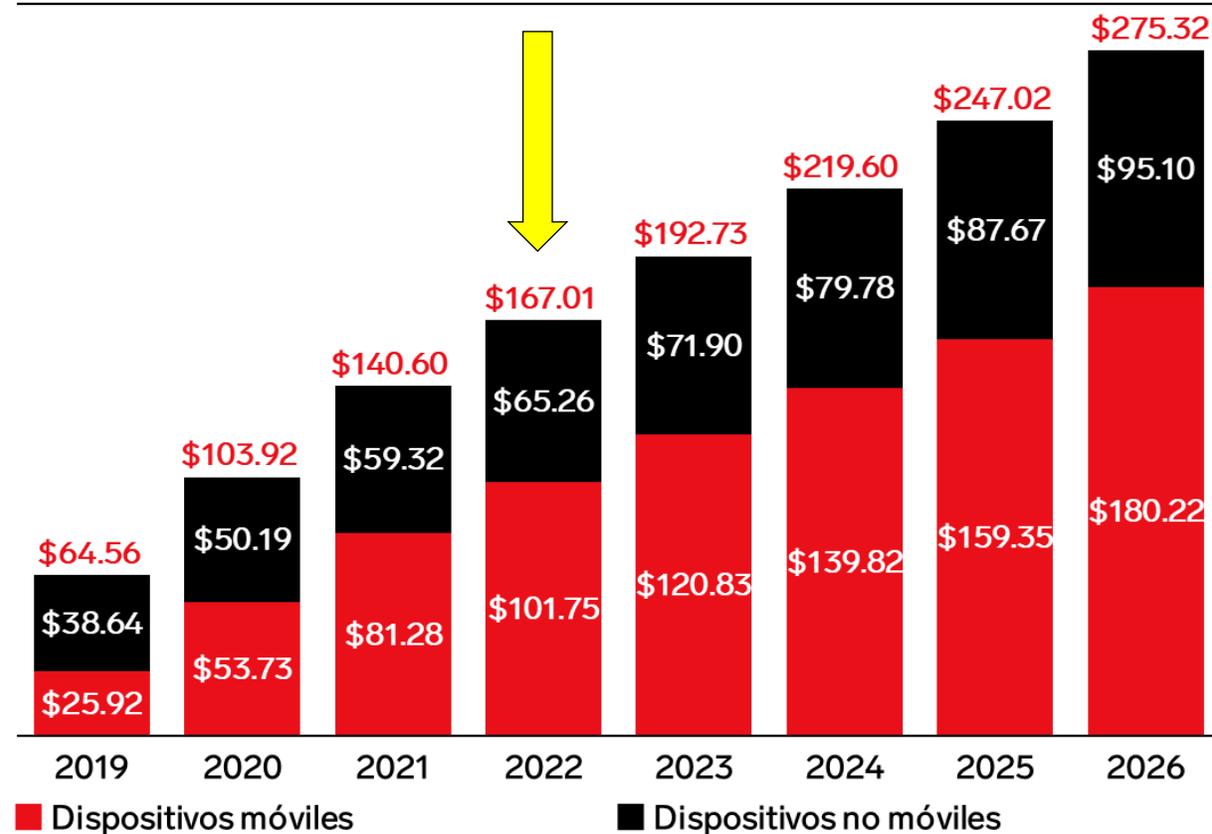


**#1: Dar prioridad a los dispositivos móviles**

Los dispositivos móviles representarán **más del 60%** de todas las ventas digitales este año.

## Ventas minoristas de ecommerce en América Latina, por dispositivo, 2019-2026

mil millones



Nota: incluye la venta de productos o servicios comprados a través de Internet a través de dispositivos móviles, independientemente del método de pago o cumplimiento; excluye la venta de viajes, de entradas para eventos, de pagos, tales como el pago de facturas, impuestos o transferencias de dinero, de servicios de comida y lugares para beber, y de juegos de azar y otros vicios

Fuente: eMarketer, julio de 2022

1.00733548031721E+16

eMarketer | InsiderIntelligence.com



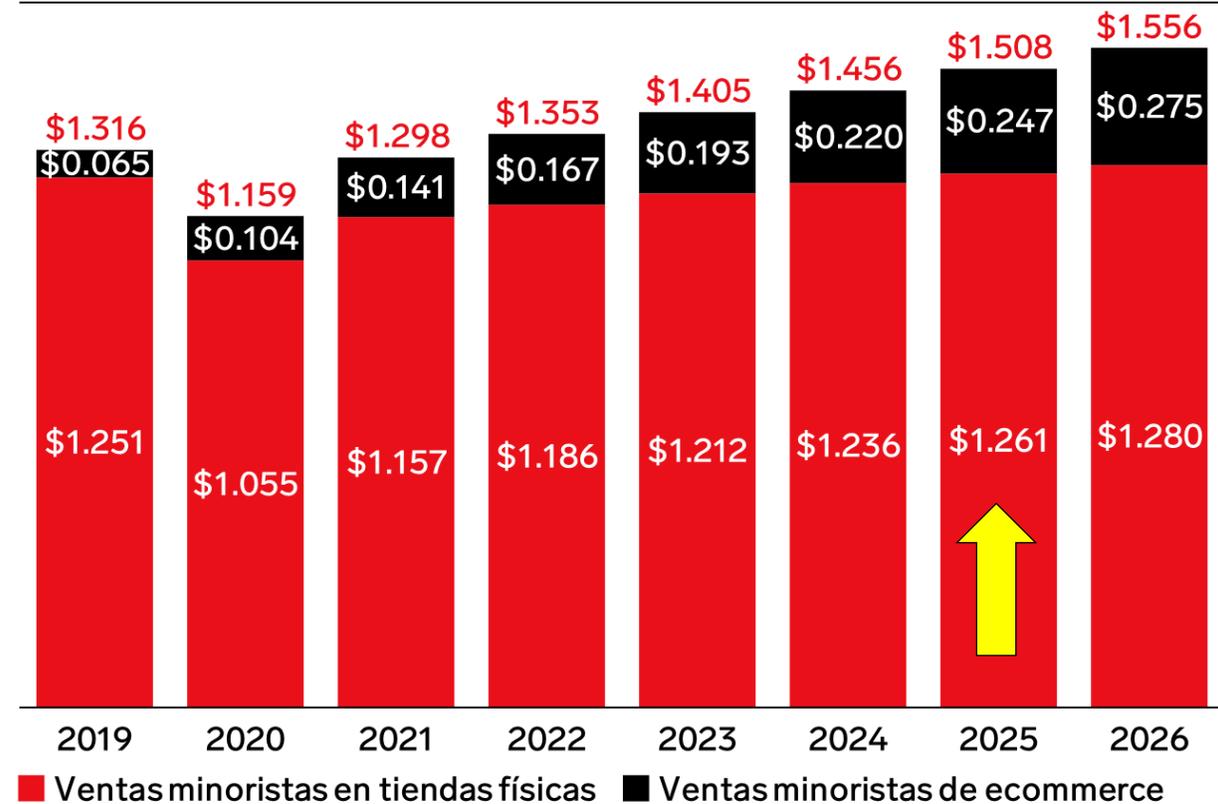
**#2: Las líneas entre el comercio minorista físico y digital se desvanecerán**

# El comercio minorista físico está vivo y floreciente

- El resurgimiento de las ventas minoristas físicas del año pasado **subraya el papel importante** que desempeñan en el ecosistema minorista de América Latina.
- Las ventas en la tienda **superarán** sus niveles previos a la pandemia a partir de **2025**.
- Representarán **más del 80%** de las ventas minoristas totales para fines de 2026.

## Ventas minoristas en América Latina, por segmento, 2019-2026

billones



Nota: incluye la venta de productos o servicios comprados a través de Internet a través de cualquier dispositivo, independientemente del método de pago o cumplimiento; excluye la venta de viajes, de entradas para eventos, de pagos, tales como el pago de facturas, impuestos o transferencias de dinero, de servicios de comida y lugares para beber, y de juegos de azar y otros vicios

Fuente: eMarketer, julio de 2022

1.00733548031759E+17

eMarketer | InsiderIntelligence.com



**#3: Estar  
presentes en  
redes sociales**

# El comercio social

- América Latina juega un **papel fundamental** en el crecimiento global de usuarios de redes sociales.
- La región presenta muchas oportunidades para que las empresas **lleguen a consumidores de todas las edades**—sobre todo, los jóvenes—y de los **niveles socioeconómicos más bajos**.

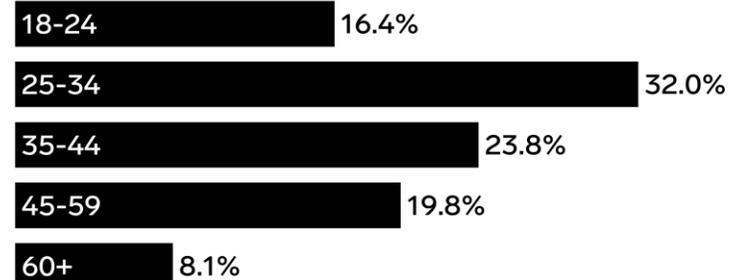
## Perfil demográfico de los compradores sociales en América Latina\*, marzo de 2022

% del total en cada grupo

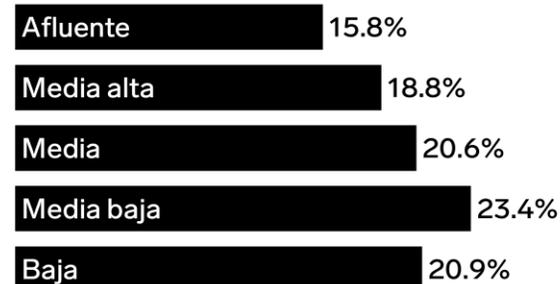
### Género



### Rango de edad



### Nivel socioeconómico



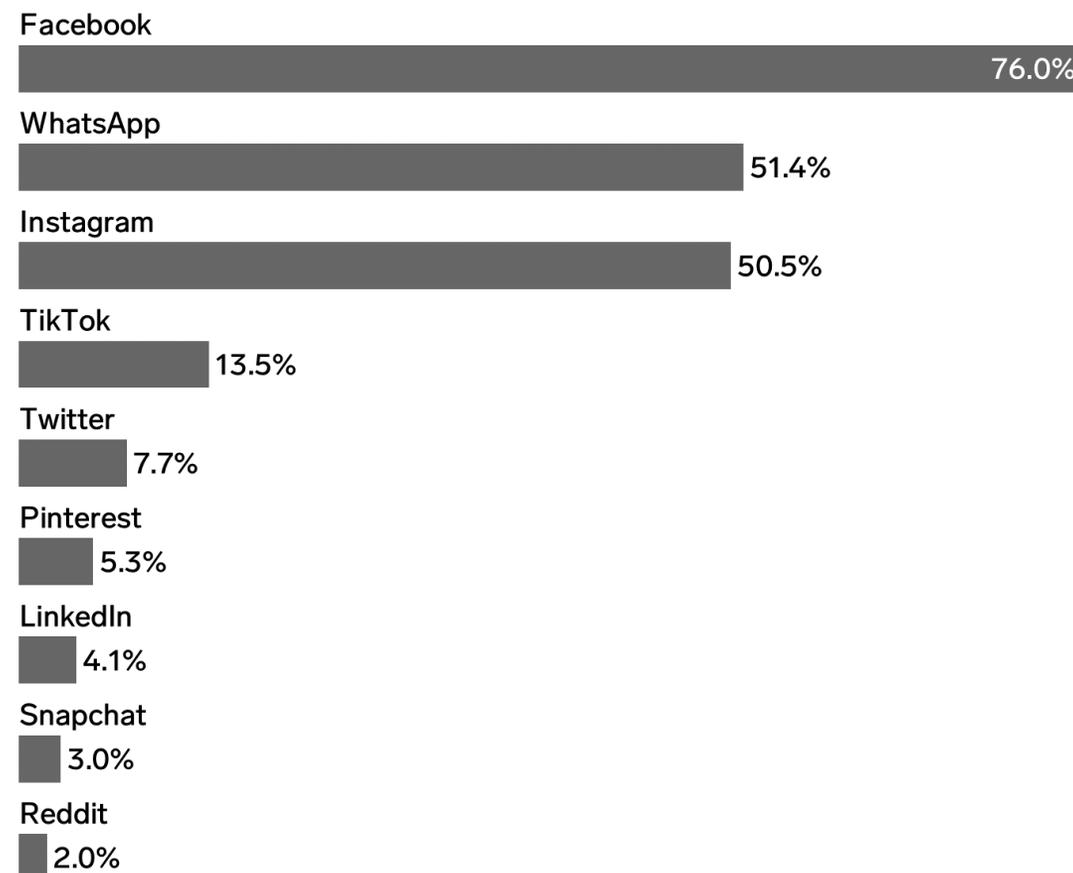
Nota: n=2,110 quienes han realizado una compra directamente a través del proceso de pago de la plataforma social, hacer clic en un enlace que los llevó a la página del producto del minorista o a través del chat en una plataforma de redes sociales (p. ej., Facebook Messenger, WhatsApp) en los últimos 12 meses; los números pueden no sumar 100% debido al redondeo; \*Argentina, Brasil y México  
Fuente: Insider Intelligence, "Latin America Ecommerce Consumer Study 2022," el 8 de abril de 2022

# El comercio social

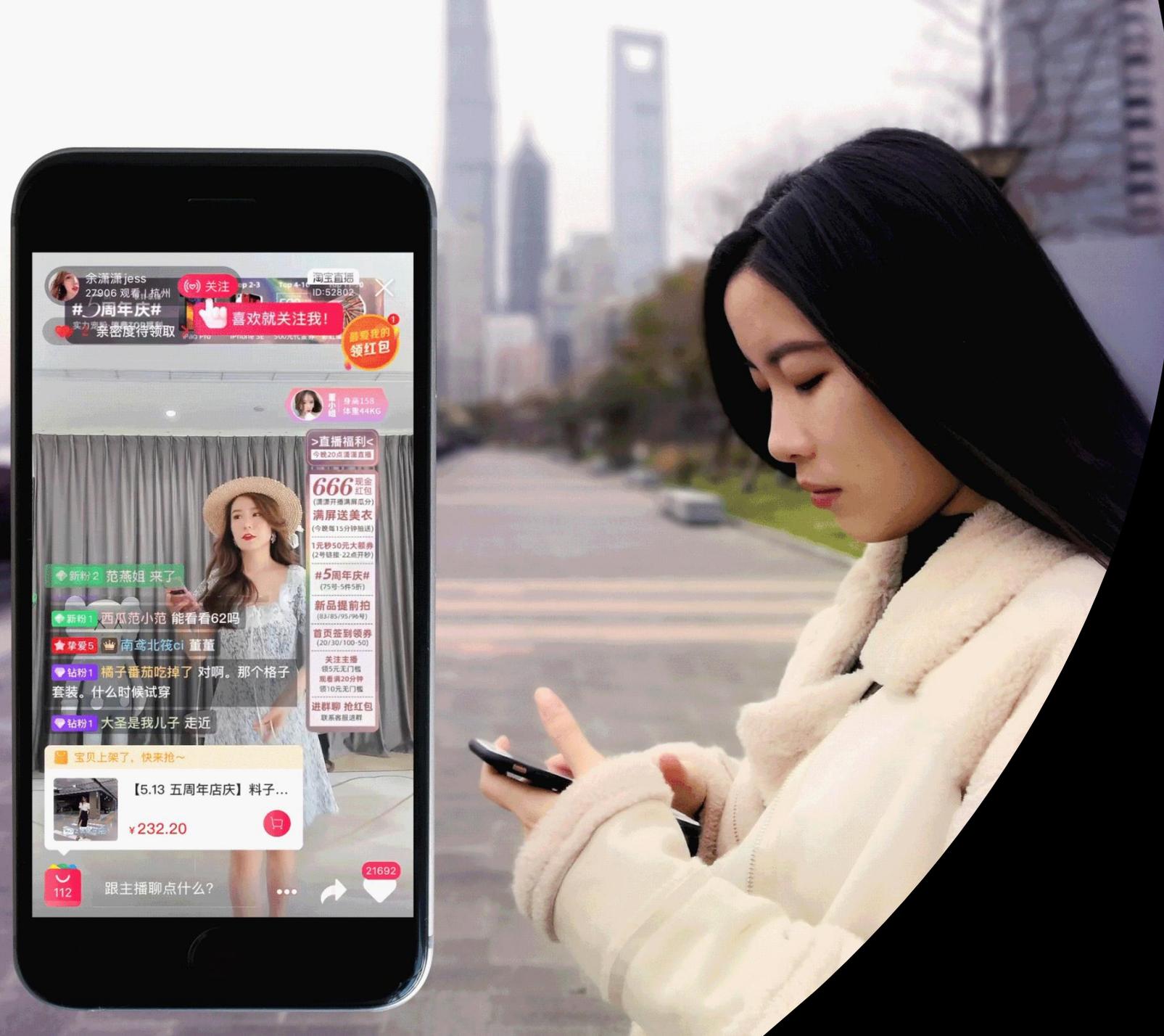
- Las plataformas **más populares** para el comercio social fueron las de Meta, incluyendo **Facebook**, **WhatsApp** e **Instagram**.
- Estas plataformas, así como TikTok, proporcionarán a los minoristas las herramientas que necesitan para:
  - ingresar** a nuevos mercados
  - conectarse** con los consumidores
  - impulsar** las conversiones y las ventas

## Plataformas utilizadas por los compradores de comercio social en América Latina\* para realizar una compra en las redes sociales, marzo de 2022

% de los encuestados



Nota: n=2,107 quienes han realizado una compra directamente a través del proceso de pago de la plataforma social, hacer clic en un enlace que los llevó a la página del producto del minorista o a través del chat en una plataforma de redes sociales (p. ej., Facebook Messenger, WhatsApp) en los últimos 12 meses; \*Argentina, Brasil y México  
Fuente: Insider Intelligence, "Latin America Ecommerce Consumer Study 2022," el 8 de abril de 2022



# #4: Experimentar con el ecommerce de transmisión en vivo

余潇潇 jess  
27906 观看 | 杭州 (📍) 关注 p.2-3 淘宝直播 ID:52802

#周年庆# 喜欢就关注我! 领取我的领红包

直播福利  
今晚20点直播福利

666 现金红包 (直播间满屏瓜分) 全屏送美衣 (今晚每15分钟抽送)

1元秒50元大额券 (2号秒杀: 22点开秒)

#5周年庆# (75号-5号5折)

新品提前拍 (83/85/93/96号)

首页签到领券 (20/30/100-50)

关注主播 领5元无门槛 观看满20分钟 领10元无门槛

进群聊 抢红包 联系客服进群

新粉2 范燕姐 来了

新粉1 西瓜范小范 能看看62吗

挚爱5 南鸢北筱ci 董董

粘粉1 橘子番茄吃掉了 对啊。那个格子套装。什么时候试穿

粘粉1 大圣是我儿子 走近

宝贝上架了, 快来抢~

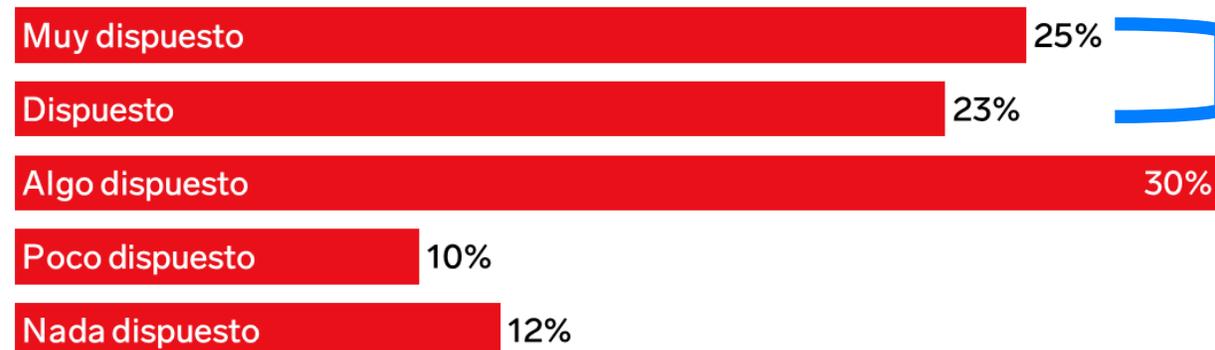
【5.13 五周年店庆】料子...  
¥232.20

跟主播聊点什么? 112 21692

Los consumidores están **dispuestos a adoptar** el ecommerce de transmisión en vivo.

## Disposición a interactuar con el comercio en vivo según los internautas en Brasil, febrero de 2022

% de encuestados



Nota: n=1,123 mayores de 16 años

Fuente: All iN y Social Miner, "Pesquisa: O perfil do consumo 2022" en colaboración con Opinion Box y Bornlogic; el 24 de febrero de 2022

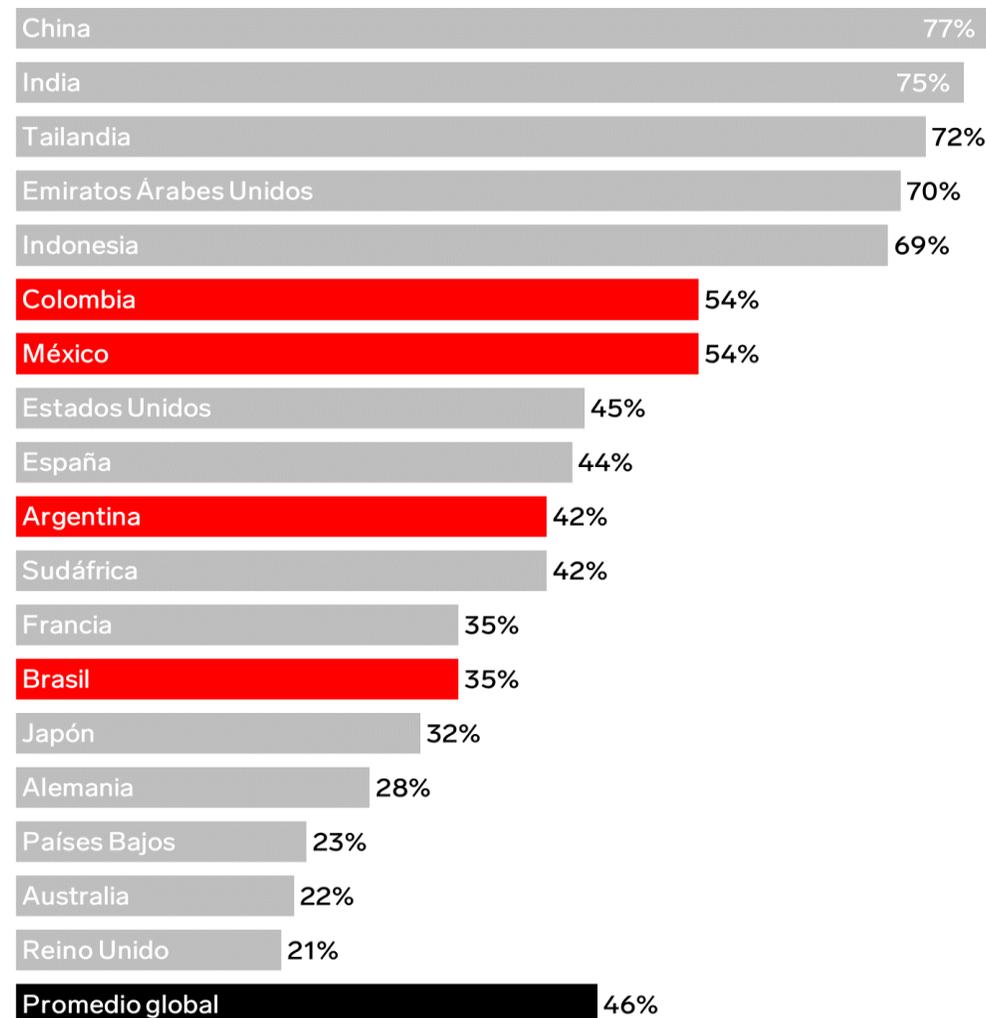
1.00733548031718E+16

eMarketer | [InsiderIntelligence.com](https://www.insiderintelligence.com)

# El comercio de transmisión en vivo

- El comercio electrónico de transmisión en vivo ha sido muy popular en varios países asiáticos desde hace rato, pero está creciendo rápidamente en **Colombia** y **México**.
- Estas cifras no deberían sorprenderle a nadie, dado que la mayoría de los compradores digitales en Latinoamérica **tienden a ser más jóvenes** comparados con otras regiones, como Europa.

**Compradores digitales a nivel mundial que han utilizado el comercio de transmisión en vivo para comprar productos en línea, por país, abril de 2022**  
% de los encuestados en cada grupo



Nota: n=31,040 mayores de 16 años  
Fuente: Wunderman Thompson, "The Future Shopper Report 2022" realizado por Censuswide; el 28 de junio de 2022

1.00733548031729E+17

eMarketer | InsiderIntelligence.com



**#5: Aprovechar el poder de los medios minoristas para convertir el tráfico web en ventas**

Las propiedades digitales de los minoristas siguen siendo el canal elegido entre los latinoamericanos para **buscar un producto** que les gustaría comprar en línea.

## Fuentes usadas por los usuarios de teléfonos inteligentes en América Latina\* para buscar un producto que les gustaría comprar en línea, enero de 2022

% de encuestados



Nota: n=3,450; \*incluye Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y la República Dominicana; \*\*incluye el sitio web o la aplicación de un minorista o una marca o los sitios web de multicategoría o marketplaces digitales como Mercado Libre, Amazon, Americanas, Falabella, Linio, etc.

Fuente: Livepanel, "Digital Shoppers in Latin America: Flash Survey"; cálculos de Insider Intelligence; el 1 de febrero de 2022

1.00733548031729E+15

eMarketer | InsiderIntelligence.com



# La oportunidad de los medios minoristas en América Latina

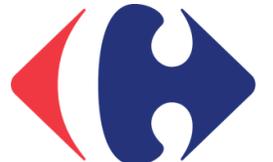


# Panorama del ecosistema de medios minoristas en América Latina

## Marketplaces digitales



## Minoristas multicategoría y de mercadería masiva



## Intermediarios de comercio



## Ecommerce minorista

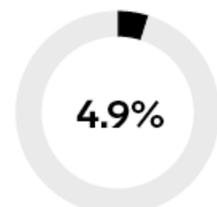
Un auge en las ventas minoristas de ecommerce

Ventas minoristas de ecommerce

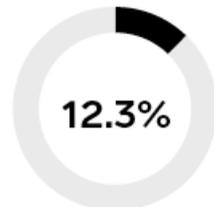
2019  \$64.07MM

2022  \$167.01MM

% de las ventas minoristas totales



2019



2022

¿Qué está impulsando el crecimiento de los **medios minoristas** en Latinoamérica?

## Inversión en publicidad digital

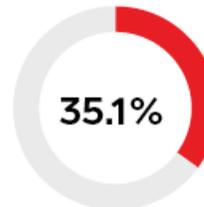
La reasignación de dólares publicitarios de formatos tradicionales a digitales

Inversión en publicidad digital

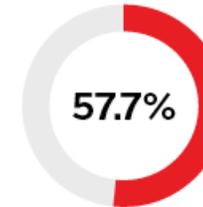
2019  \$8.48MM

2022  \$20.86MM

% del gasto total en publicidad en medios



2019



2022

# Ventajas inherentes de los medios minoristas:

**#1: Relevancia**

**#2: Efectividad**

**#3: Objetividad**

# Ventajas inherentes de los medios minoristas:

1. **Relevancia.** La capacidad de poner un producto enfrente de millones de compradores digitales activos diarios en momentos contextualmente relevantes en el camino hacia la compra.
2. **Efectividad.** Soluciones de *branding* y *performance* que llegan a los consumidores en todo el recorrido de compra.
3. **Objetividad.** Acceso a datos de comportamiento del consumidor en tiempo real que solo los jugadores de comercio electrónico minorista pueden proporcionar.

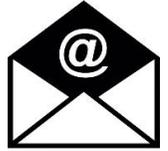
**Recapitulemos...**

# 3 cosas para recordar de la charla de hoy:

1. **El internet ha dejado su huella indeleble en nuestras vidas, tanto socialmente como culturalmente a través de los últimos años.** A medida que empezamos a salir de la pandemia poco a poco, las empresas deben continuar a adaptar sus estrategias comerciales a un mundo digital que sigue cambiando con mucha rapidez.
2. **Incluso en medio de un futuro incierto, hay una cosa que sí es cierta:** la adopción más amplia del ecommerce por parte de los consumidores será uno de los cambios de comportamiento más evidentes que llegará para quedarse en un mundo pospandemia.
3. **Los minoristas no pueden confiar en sus viejas tácticas.** A medida que los retos macroeconómicos reduzcan los presupuestos de los consumidores, las empresas necesitan encontrar formas creativas de ofrecer promociones atractivas, brindar experiencias excepcionales durante todo el recorrido de la compra y aprovechar el poder de los medios minoristas para convertir el tráfico web en ventas.

**¡Gracias!  
Obrigado!  
Thank you!**

# Información de **contacto**:



: [mceurvels@emarketer.com](mailto: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](http://www.matteoceurvels.com)