

El eCommerce continúa en un crecimiento sostenido en Perú

Conozca las conclusiones más relevantes que se debatieron durante el eCommerce Day Perú Online [Live] Experience

Perú, julio de 2021.

El eCommerce Day Perú [Live] Experience, el evento de negocios digitales más importante de Latinoamérica, se llevó a cabo entre el 14 y 16 de julio de manera virtual. Fue una iniciativa regional del [eCommerce Institute](#), coorganizado con la [Cámara de Comercio de Lima \(CCL\)](#).

Durante las plenarias realizadas el jueves 15 de julio, más de 40 destacados speakers nacionales e internacionales compartieron información acerca de los negocios digitales, analizaron las nuevas tendencias del sector, compartieron sus experiencias, los datos relevantes de la industria, los casos de éxito en Perú y la región, durante más de 7 horas.

>>> Resumimos datos de interés y cifras del ecosistema digital peruano que se debatieron durante el encuentro

Iván Marchant, Vicepresidente, Comscore para Colombia, México, Perú y Centroamérica, explicó que la explosión del eCommerce en el mundo viene de la mano de la pandemia y, a nivel macro, Perú fue uno de los países con más golpes en la región, comparado con la base de PIB del 2019, cayó 12 puntos, pero también debería tener la recuperación más rápida de la región, pero no será durante este año.

“La población digital de América Latina es proporcional a la cantidad de habitantes en cada país y Perú tiene una población digital de 14 millones de personas; de mayo 2020 a 2021 se ha ido estabilizando el consumo, a nivel plataforma, views y actividad” añadió el vocero.

En cuanto al contexto retail

- **Perú fue el país que más compras generó durante la pandemia de Latinoamérica**, se multiplicó por 10 la cantidad de pedidos, llevando la oportunidad de más crecimiento arrastrando al resto de la economía.
- **El consumo de minutos en la categoría Travel cayó globalmente**, pero algunos mercados ya van recuperándose

- **La categoría retail es utilizada por más de 9.2 millones de personas, es la categoría N°8 más visitada y creció un 6% en el último año.**
- En diciembre de 2020 mostró el récord de engagement, en donde cada persona que entraba a esta categoría llegaba a utilizar 58 minutos promedio por usuario.
- Las tres subcategorías de retail que crecieron durante el 2021 fueron automotiv, tickets y apparel.
- Scribd lidera el ranking de retail con más de 1.1 millones de usuarios, seguido por Mercado libre con 1 millón, pero es Aliexpress con 403 mil de usuarios quien lidera el engagement.
- En la industria automotriz, Perú es líder en cuanto a recuperación. En travel también hubo una recuperación importante en cuanto UVM y respecto a otros países.

Jaime Montenegro, Head of Digital Business, Cámara de Comercio de Lima reafirmó que la pandemia marcó un antes y un después y quienes aprovecharon la mejor manera esta circunstancia, son todos aquellos comercios que apostaron con una adecuada estrategia e inversión en el eCommerce antes de la pandemia.

*“Creció el número de personas comprando y cambiaron los hábitos de consumo, ya que creció la frecuencia de compra, el ticket de compra y esto es una muestra clara de que la confianza en el eCommerce, por parte de los peruanos, se ha fortalecido. Lo que calculamos hasta el 2019, era un número cercano a los 6 millones de compradores online. **Hoy más de 9 millones de peruanos realizan transacciones online y se espera que para finales del 2021 sean 11 millones**”,* destacó el vocero.

¿Quiénes compran online?

- Los millennials, entre 25 y 30 años, un 42,21%
- La generación X, entre 35 y 44 años, 31,17% y muchas veces su ticket promedio es de compras más altas.
- La generación Z aún no tiene el nivel de madurez de los millennials, pero a medida que vayan adquiriendo ese nivel de ingresos y autonomía se van a fortalecer sus compras online y esto va a generar, entre uno y tres años, un nuevo crecimiento en la compras online en Perú.

Frecuencia de compra

- Se incrementó la frecuencia de los eshoppers al igual que el número de personas comprando en internet y lo comercios con presencia en el eCommerce

- Cerca del 50% hace una compra en línea con frecuencia promedio mensual.
- Cerca del 25%, es decir 1 de cada 4 peruanos compradores online, ya realizan compras online con una frecuencia semanal, lo que evidencia que la gente que compra por internet se va a habituando.

En cuanto al ticket de compra

- Se incrementó un 30% entre los 250 y 500 soles, lo que sería aproximadamente, entre los 85 y 125 dólares.
- El 20%, 1 de cada 5 compradores en línea, realiza una compra invirtiendo un monto superior a los 1000 soles, es decir un poco más de 250 dólares. Esto es 100% más que antes de la pandemia.

Top de las 5 razones de compras

- Por los precios y promociones especiales que existen en internet.
- Porque se encuentran productos que a veces no están disponibles en las tiendas físicas.
- Por la comodidad de comprar el producto desde el hogar.
- Por el ahorro de tiempo.
- Porque se evitan las aglomeraciones de las tiendas físicas.

Top 5 de lo que más valoran los compradores online

- Que las ofertas y promociones son realmente atractivas.
- Que cumplen con el tiempo de envío prometido.
- Que el portal o app sea fácil de usar y le garantice al usuario una compra segura.
- Que las consultas realizadas por cualquier canal de comunicación, como email, WhatsApp, Chat u otros, tengan pronta respuesta.
- Que se comuniquen oportunamente por cualquier eventualidad respecto a la compra y el envío.

Otros datos del sector

- Las categorías más demandadas son tecnología (64,6%), hogar (61,4%), moda (48,3%). Se potenció comidas a domicilio por las apps (27,20%) y deportes, salud y belleza, entretenimiento, viajes, capacitación e infantil.

- Los métodos de pagos preferidos son los bancarizados, ya que la gente bancarizada es la más cercana a poder comprar por internet.
- Los métodos de envío preferidos son, en primer lugar, recibir el producto en casa, seguido por retirar el producto en la tienda y por último recibirlo en el trabajo u oficina.
- En cuanto a la gente que no compra por internet, las razones son debido a que no lo hace porque su gran temor, es con respecto a la seguridad, no se sienten seguros de dejar sus datos bancarios, pero más allá de eso, la gente tiene miedo de que el producto que vea online no sea igual al que recibe. De todos modos, hay un gran número de personas que busca precios por internet, pero que luego va y los compra en la tiendas físicas.

Premios y reconocimientos

Durante el evento también **se entregaron los eCommerce AWARD's Perú 2021**. Es el **mayor reconocimiento que se otorga a las empresas del sector en América Latina**. En Ecuador los premiados por cada categoría fueron:

- Líder del eCommerce en Viajes & Turismo: Red Bus <https://www.redbus.pe>
- Líder del eCommerce en Retail: Promart <https://samsungplus.com.bo>
- Entretenimientos y Medios en Ecommerce: El Comercio <https://elcomercio.pe>
- Servicios y soluciones para eCommerce: VTEX <https://vtex.com/pe-es/>
- Servicios financieros y Banca Online: BBVA <https://www.bbva.pe>
- Moda & Belleza: Guess <https://www.guess.com.pe>
- Mejor agencia de Marketing: Neo Consulting <https://neoconsulting.ai/>
- Mejor Pyme de eCommerce: Perfumerías Unidas <https://www.perfumeriasunidas.com>
- Mejor iniciativa mobile para eCommerce: Falabella <https://www.falabella.com.pe/>

El **eCommerce Day Perú** fue una de las escalas del Tour eCommerce Day 2021. A lo largo del año, el Tour llevará sus eventos con el innovador formato **Online [Live] Experience** a 16 países de la región: México, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay.

¡Revive el eCommerce Day Perú Online [Live] Experience 2021 ingresando [aquí!](#)