



# Análisis del mercado mundial del comercio electrónico



1,3 billones  
de dólares



2014

6,5 billones  
de dólares



2023

8,1 billones  
de dólares



2026

### Tamaño del mercado:

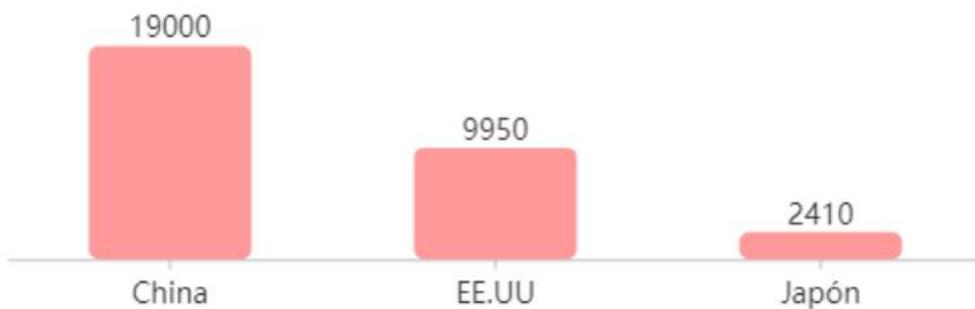
- En los últimos años, las compras en línea se han vuelto cada vez más populares debido al rápido desarrollo de la tecnología de la información y la economía de Internet. Después de la epidemia del nuevo coronavirus, el cierre de tiendas físicas fuera de línea y el aumento de la demanda de consumo en línea de las personas han impulsado a cada vez más empresas, marcas y nuevas plataformas minoristas a ingresar al mercado del comercio electrónico, y la escala ha seguido expandiéndose. La escala del comercio electrónico continúa expandiéndose. El mercado mundial de comercio electrónico minorista se quintuplicará entre 2014 y 2023. Según un informe de una institución de investigación de mercado, las ventas mundiales de comercio electrónico minorista ascenderán a aproximadamente 6,5 billones de dólares estadounidenses en 2023. eMarketer espera que esta cifra crezca un 25 % en los próximos años, alcanzando aproximadamente 8,1 billones de dólares en 2026.
- Durante la última década, el número de usuarios de Internet en todo el mundo ha crecido rápidamente. Sumado al impacto de las restricciones de viaje y el cierre de tiendas durante la epidemia, más consumidores se han acostumbrado a las compras en línea y muchos comerciantes también han trasladado sus negocios en línea. En 2020, la tasa de crecimiento del mercado mundial de comercio electrónico minorista alcanzó el 25,7% y volvió a caer al 17,1% en 2021. La tasa de crecimiento se desacelerará después de 2022, pero aún mantendrá una tendencia de crecimiento. En 2023 se logró un rápido crecimiento.



### Características del mercado:

- La proporción del comercio electrónico en las ventas minoristas totales aumenta año tras año. La industria minorista es una de las industrias que casi se ha visto perturbada por Internet, y las ventas en línea están desempeñando un papel cada vez más importante en la industria minorista. La epidemia de COVID-19 en 2020 ha afectado gravemente al consumo fuera de línea, mientras que el consumo en línea ha promovido hasta cierto punto el rápido desarrollo de la industria del comercio electrónico. La proporción del comercio electrónico en las ventas minoristas totales de bienes de consumo aumentó rápidamente hasta el 17,8% y ha mantenido un crecimiento relativamente estable desde entonces. Para 2023, las ventas del comercio electrónico representarán el 27% de las ventas minoristas mundiales. EMarketer predice que las ventas del comercio electrónico representarán casi dos quintas partes de las ventas minoristas mundiales para 2026.

### Ranking mundial de previsión de ventas de comercio electrónico en 2024:



- Asia lidera el camino en las ventas de comercio electrónico. En diciembre de 2023, las ventas de comercio electrónico en las economías asiáticas representan la mitad de las principales economías del mundo. Entre ellos, China, Japón, Corea del Sur, India e Indonesia ocuparon el primer, tercer, sexto, séptimo y noveno lugar respectivamente. Statista Digital Market Outlook predice que el mercado de comercio electrónico de China generará aproximadamente 1,9 billones de dólares en ingresos en 2024. Estados Unidos ocupa el segundo lugar en el mundo, con una escala de aproximadamente 995 mil millones de dólares; seguido por Japón, con una escala de aproximadamente 241 mil millones de dólares.
- Los mercados asiáticos están liderando el camino en términos de crecimiento. El informe de eMarketer muestra que en 2023, entre los mercados globales de comercio electrónico, los mercados de comercio electrónico de Asia, Australia y América experimentarán el crecimiento más significativo. Los cuatro países con el comercio electrónico minorista de más rápido crecimiento en el mundo se encuentran en Asia. Por países, las tasas de crecimiento fueron más altas en Singapur e Indonesia, con un aumento de las ventas en línea del 36% y el 34% respectivamente. La economía digital de América Latina experimentó un auge durante la pandemia de COVID-19, y las economías de toda la región mostraron un crecimiento sin precedentes en el comercio electrónico. Entre ellos, se espera que el mercado minorista en línea de Argentina crezca más del 28%, con una tasa de crecimiento superior a la de cualquier país de América.

### **Desempeño del mercado:**

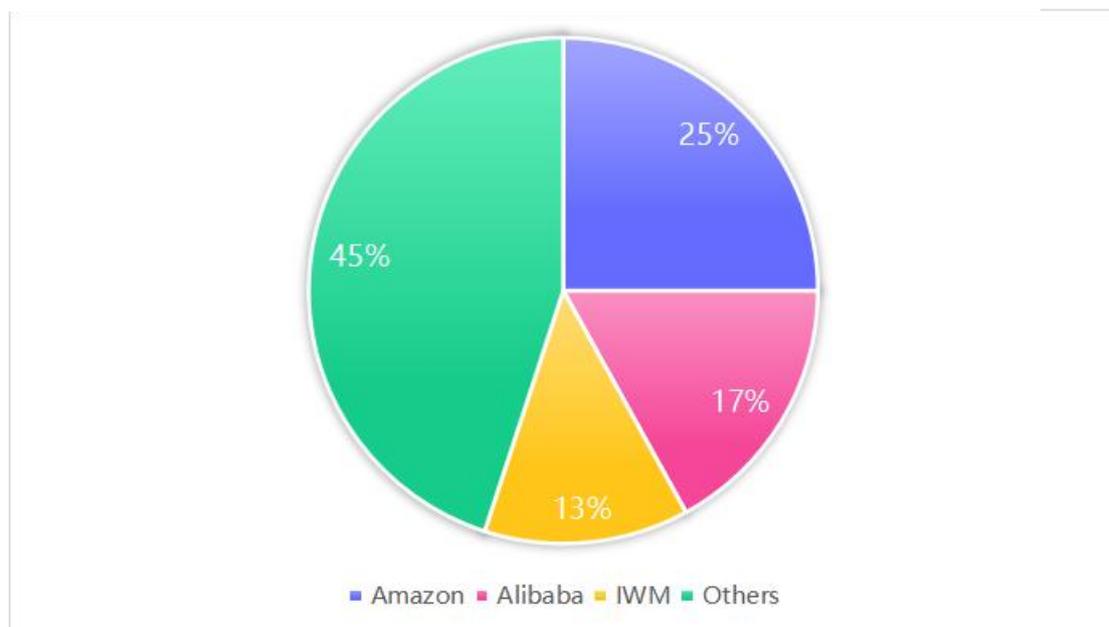
- China es el mercado de compras transfronterizo en línea más popular.
- Según la encuesta de Dynata a compradores transfronterizos en 39 países de todo el mundo, China es el mercado de compras transfronterizas en línea más popular, y el 30% de los encuestados dice que compra a través de plataformas de comercio electrónico chinas. Alemania ocupa el segundo lugar con un 14%, seguida por el Reino Unido y Estados Unidos, ambos con un 10%.





- Los principales contribuyentes al tamaño del mercado del comercio electrónico son las plataformas mejor clasificadas. Las principales plataformas de ventas de comercio electrónico del mundo (en términos de ventas) incluyen: Alibaba, Amazon, IWM, JD.com, Pinduoduo, Apple, eBay, Samsung, Xiaomi, Coupang, Walmart, etc.
- A diciembre de 2023, Alibaba es la el minorista de comercio electrónico más grande del mundo, con ventas anuales en línea de 933 mil millones de dólares. Amazon es el segundo mayor minorista de comercio electrónico, con aproximadamente 750 mil millones de dólares en ventas en línea.

### Cuota de mercado global de plataformas de comercio electrónico en 2027:



- Sin embargo, Edge by Ascential predice que para 2027, Amazon superará a Alibaba, y se espera que las ventas anuales en línea superen los 1,2 billones de dólares, y IWM superará a JD.com y Pinduoduo. Los datos de la encuesta de Dynata muestran que más de una cuarta parte de los compradores transfronterizos compran a través de Amazon. El número de personas que utilizan Alibaba/AliExpress para comprar ocupa el segundo lugar (representa alrededor del 17%), y el número de personas que utiliza IWM para comprar ocupa el tercer lugar (representa alrededor del 13%).



## 1. Asia:

- El informe "La tecnología potencia el comercio digital de Asia y el Pacífico" publicado por Deloitte muestra que a partir de 2021, en términos de desarrollo del comercio electrónico transfronterizo, debido a la gran escala del comercio electrónico, las ventajas generales de China en la digitalización son particularmente prominentes. La puntuación de desarrollo empresarial fue de 71,4. En Asia, Corea del Sur, Singapur y Japón también son mercados relativamente maduros para el comercio electrónico transfronterizo. Aunque el tamaño total del mercado de Singapur es pequeño, su comercio electrónico transfronterizo representa una alta proporción de la escala general del comercio electrónico. Los altos costos logísticos son el desafío más apremiante para el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo. Los mercados de comercio electrónico en Japón y Corea del Sur están relativamente maduros, pero actualmente el comercio electrónico transfronterizo representa una pequeña proporción de la escala general del comercio electrónico. En el futuro, a medida que el mercado del comercio electrónico alcance un mayor grado de apertura, el poder adquisitivo de las personas y las cadenas de suministro de comercio electrónico desarrolladas podrán promover de manera efectiva el crecimiento continuo del mercado de comercio electrónico transfronterizo.
- El "Informe sobre la economía digital del sudeste asiático 2022" publicado conjuntamente por Google, Temasek y Bain & Company predice que el mercado de comercio electrónico de Indonesia generará 95 mil millones de dólares en ventas minoristas en línea en 2025, superando significativamente los 25 mil millones de dólares de 2019. Para 2025, representará más del 45% del mercado de comercio electrónico del sudeste asiático y se convertirá en uno de los mercados de comercio electrónico más grandes en los países del sudeste asiático. Esto puede deberse al crecimiento de la clase media y a la creciente penetración de Internet. Otros mercados emergentes incluyen Malasia, Filipinas, Tailandia y Vietnam.



## 2. Europe:

- In recent years, the scale of online shopping in Europe has continued to grow. After experiencing the COVID-19 epidemic, Brexit and the Ukraine crisis, European e-commerce sales have gradually normalized and stabilized.
- Statista expects revenue in the European e-commerce market to continue growing from 2023 to 2027 after experiencing a decline in 2022.
- En 2023, los ingresos por ventas del comercio electrónico alemán serán de aproximadamente 93,7 mil millones de euros y se espera que alcancen los 103,9 mil millones de euros en 2024.
- En 2023, los ingresos por ventas del comercio electrónico francés superaron los 164.200 millones de euros, un aumento interanual de 25.200 millones de euros. Las ventas del comercio electrónico del año anterior fueron de 139 mil millones de euros.
- Los ingresos del comercio electrónico español disminuyeron en el primer semestre de 2020, pero comenzaron a recuperarse rápidamente en el segundo semestre de 2020, y se espera que mantengan un crecimiento sostenido durante muchos años.



### 3. América del Norte:

- En los últimos años, los ingresos del mercado de comercio electrónico de EE. UU. han seguido creciendo. Según las estadísticas: las ventas minoristas del comercio electrónico en Estados Unidos alcanzarán el billón de dólares en 2023. Sin embargo, el comercio electrónico representa menos de una quinta parte del total de las ventas minoristas en Estados Unidos. Se espera que los ingresos del mercado de comercio electrónico de EE. UU. sigan creciendo de 2023 a 2027, y que los ingresos aumenten a 1,6 billones de dólares durante cuatro años consecutivos en 2027. A medida que los ingresos de la industria continúan creciendo, también lo hace el número de empresas. Se espera cierto crecimiento, pero el crecimiento de las ganancias será más débil.
- Según las estadísticas de IBISWorld, el margen de beneficio de la industria del comercio electrónico de EE. UU. representará el 5,9% de los ingresos de la industria en 2022.
- En 2022, el comercio electrónico minorista canadiense generó más de 52 mil millones de dólares canadienses en ingresos. Se espera que esta cifra aumente a 94 mil millones de dólares canadienses para 2027, predice Statista.
- Dos segmentos, la moda canadiense y la electrónica, representarán el 27% y el 25%, respectivamente, de todas las ventas minoristas de comercio electrónico en Canadá.
- Debido al auge del mercado del comercio electrónico, el comportamiento de compra transfronterizo se ha vuelto cada vez más común en América del Norte.
- Una encuesta realizada por Dynata muestra que el reciente comportamiento de compras transfronterizas en línea de los consumidores estadounidenses se produjo en China, que representa el 41% de los consumidores estadounidenses; el Reino Unido ocupó el segundo lugar con un 15%; Canadá le siguió con un 9%.



#### 4. América Latina:

- En los últimos años, las compras online se han vuelto cada vez más populares en los mercados latinoamericanos. La economía digital de América Latina experimentó un auge durante la pandemia de COVID-19, y las economías de toda la región mostraron un crecimiento sin precedentes en el comercio electrónico. En 2021, las ventas minoristas del comercio electrónico en América Latina se expandirán a 85 mil millones de dólares. Morgan Stanley espera que esa cifra aumente a unos 160.000 millones de dólares para 2025.
- En 2020, afectado por la epidemia de COVID-19, los ingresos por ventas online en los países de América del Sur aumentaron un 40% anual. Según Statista, Brasil y México juntos representarán alrededor del 60% del mercado de comercio electrónico latinoamericano solo en 2020. El comercio electrónico minorista representa aproximadamente el 5.5% del total de las ventas minoristas en México y aproximadamente el 4.5% del total de las ventas minoristas en Brasil. En 2023, los ingresos del comercio electrónico brasileño serán de aproximadamente 179 mil millones de reales brasileños, un aumento de 26 mil millones de reales brasileños desde los 153 mil millones de reales brasileños del año anterior.
- Brasil y Argentina se encuentran entre los mercados minoristas en línea de más rápido crecimiento en el mundo. En 2022, los ingresos por ventas online de Argentina superaron por completo los 2,8 billones de pesos argentinos, pero vale la pena señalar que en 2022, la tasa de inflación de Argentina superará el 72%.



## 5. África

- El comercio electrónico africano se ha desarrollado rápidamente en los últimos años, impulsado por plataformas de comercio electrónico transfronterizo internacionales y cientos de plataformas de comercio electrónico transfronterizo locales.
- Especialmente en países más desarrollados como Mauricio, Túnez, Marruecos, Nigeria, Sudáfrica y Ghana, el número de compradores online en África ha aumentado un 19%. Además, esto se compara con una tasa de crecimiento anual promedio global del 16%.
- Los primeros pronósticos sitúan el mercado africano de comercio electrónico en un tamaño razonable de alrededor de 30 mil millones de dólares en 2020, un 42% más que en 2019, aunque las cifras finales se vieron afectadas por la COVID-19 y los pronósticos de la industria predijeron una trayectoria de crecimiento similar. Por ejemplo, Statista predice que el comercio electrónico africano crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta del 19% entre 2020 y 2025. Para 2030, el tamaño total del mercado africano alcanzará los 84 mil millones de dólares.
- La economía de Internet de África es una de las mayores oportunidades de inversión que se ha pasado por alto en los últimos cinco años, con un profundo impacto en el desarrollo. La Corporación Financiera Internacional y Kugel predicen que la economía africana de Internet agregará 180 mil millones de dólares al PIB de África para 2025 (IFC).
- La tasa de crecimiento de las compras en línea mediante búsquedas de Google en 2020 es muy alta, pero la industria aún está en su infancia en la mayoría de los países africanos. Sólo unos pocos de los países desarrollados antes mencionados han experimentado un crecimiento de mercado significativo. Esta tasa de crecimiento ha permitido rápidamente que los países vecinos del continente africano se pongan al día, y muchas plataformas de comercio electrónico también se han desplegado en África, un enorme mercado del océano azul.