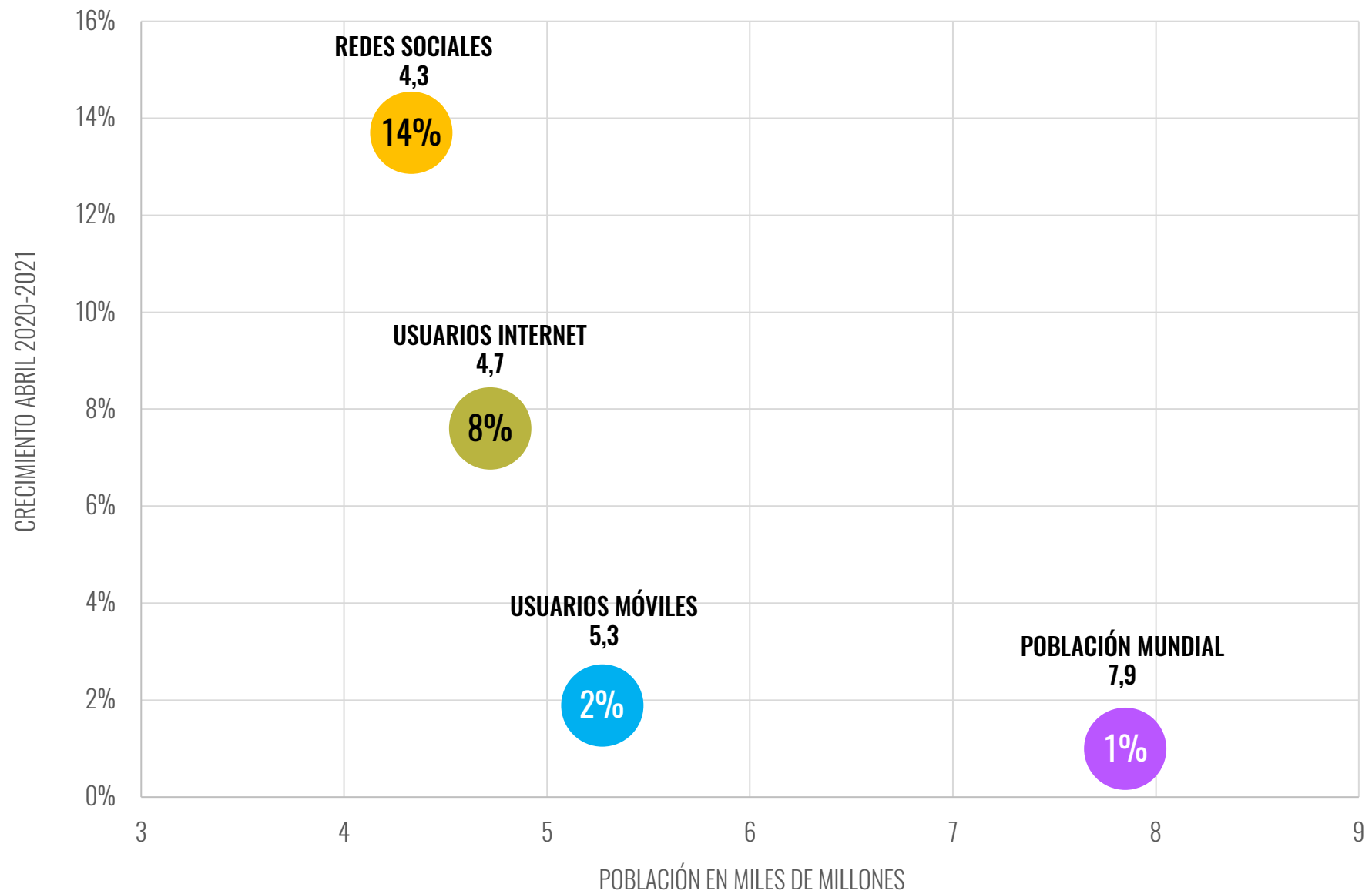


# PERSPECTIVAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2021

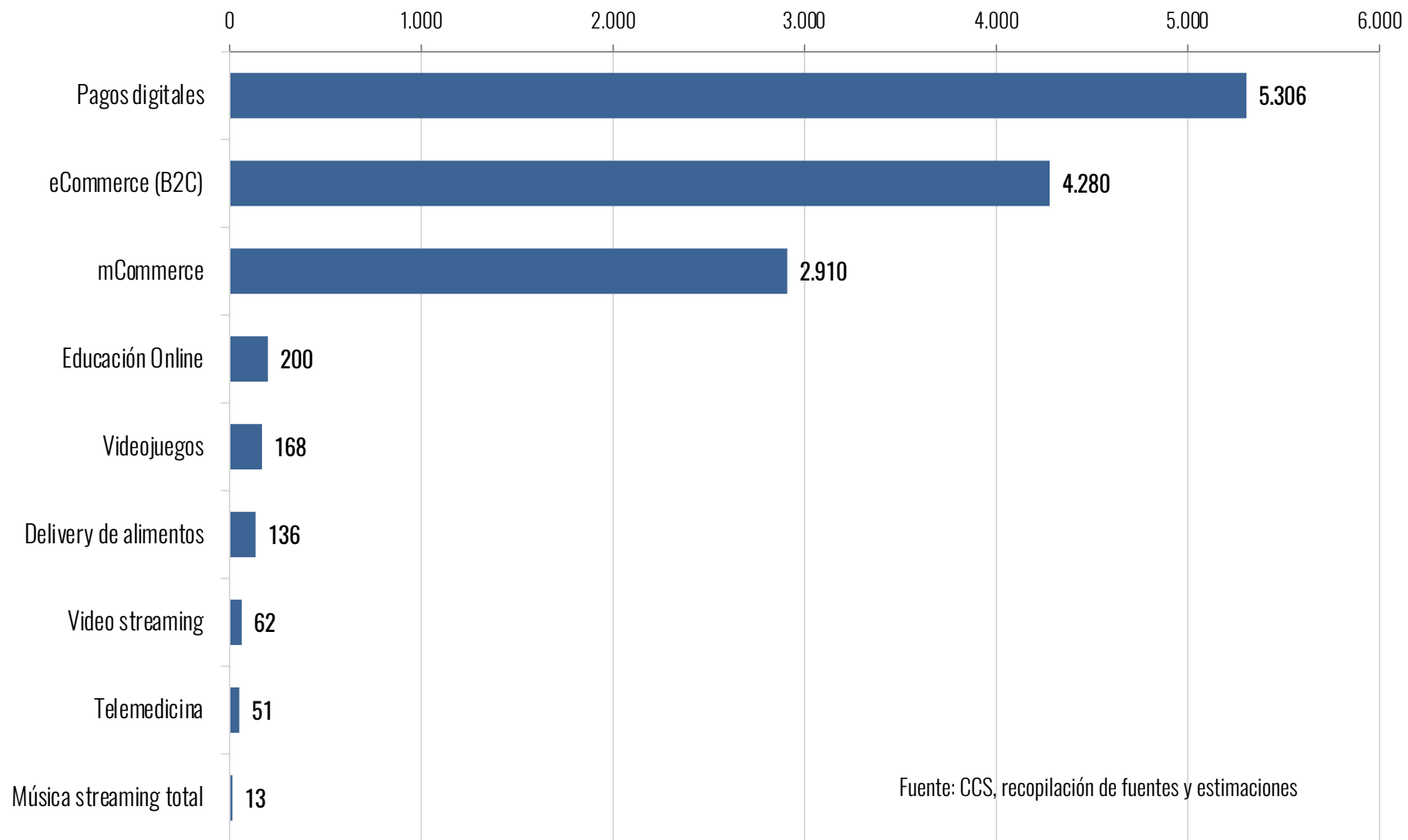
GEORGE LEVER  
CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

**CCS**  
CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

## POBLACIÓN ABRIL 2021 Y CRECIMIENTO EN 12 MESES (EN MILES DE MILLONES Y %)



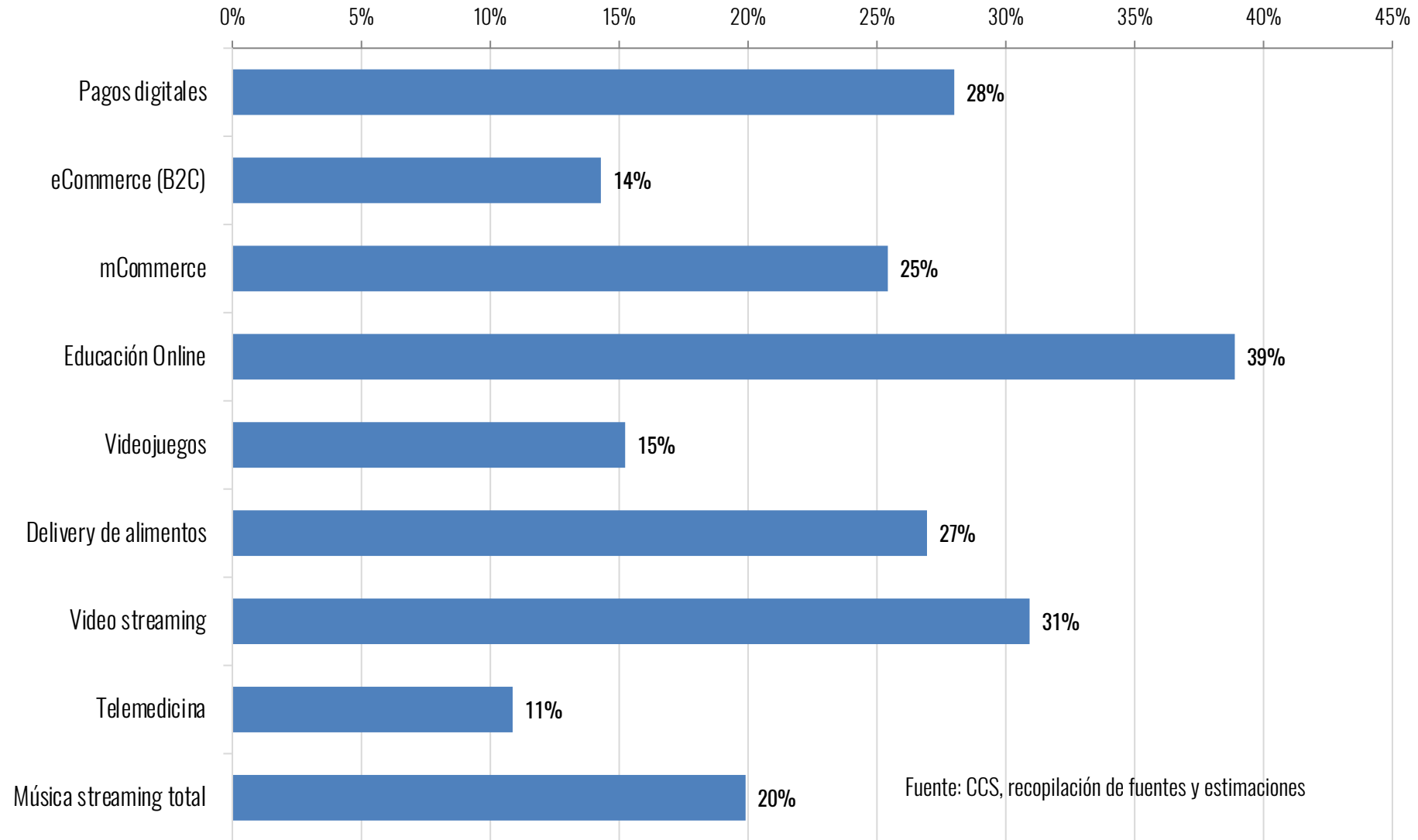
# Ingresos globales de cada sector en 2020 (MMUS\$)



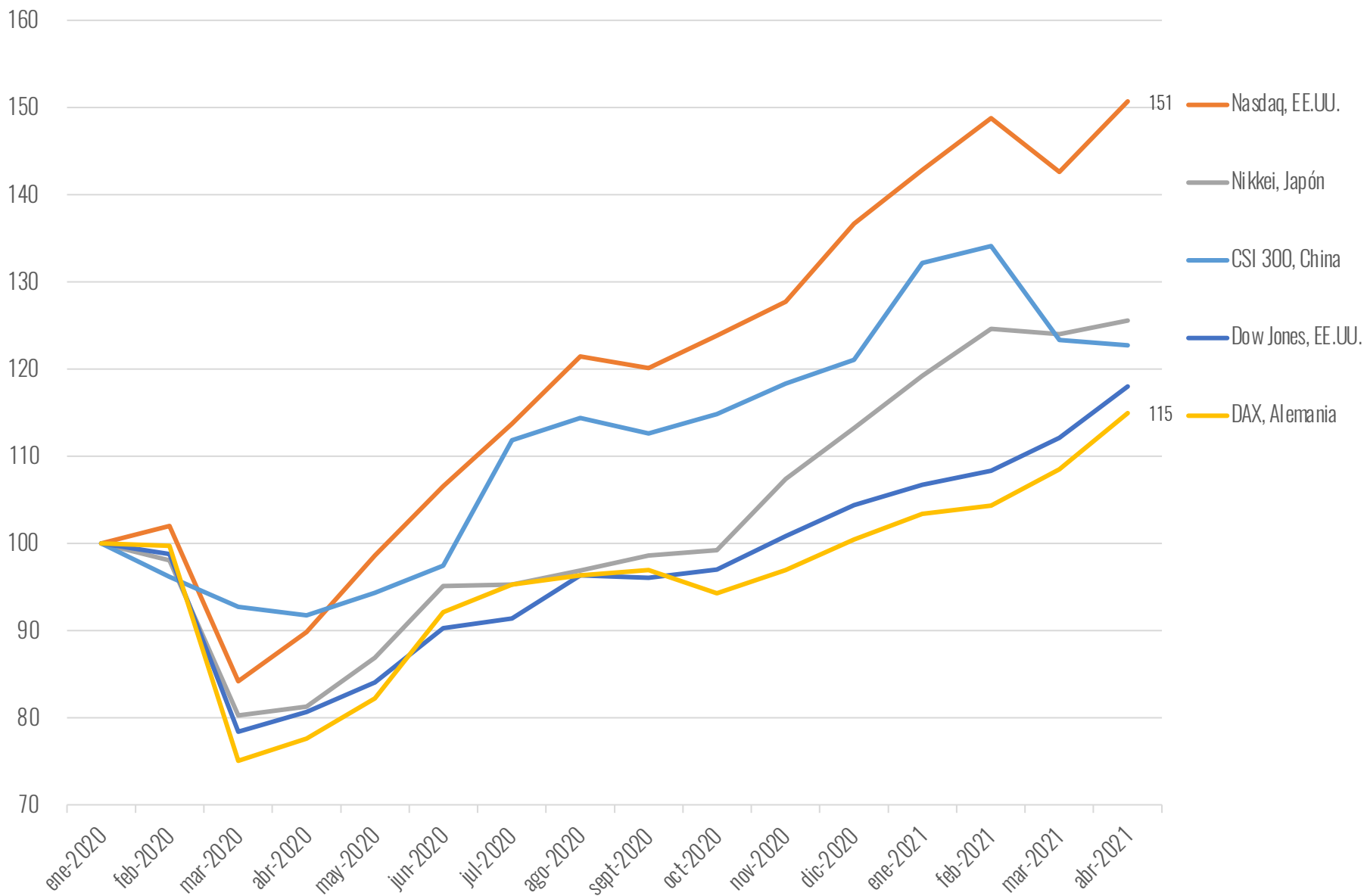
Fuente: CCS, recopilación de fuentes y estimaciones

# Crecimiento global de cada sector en 2020

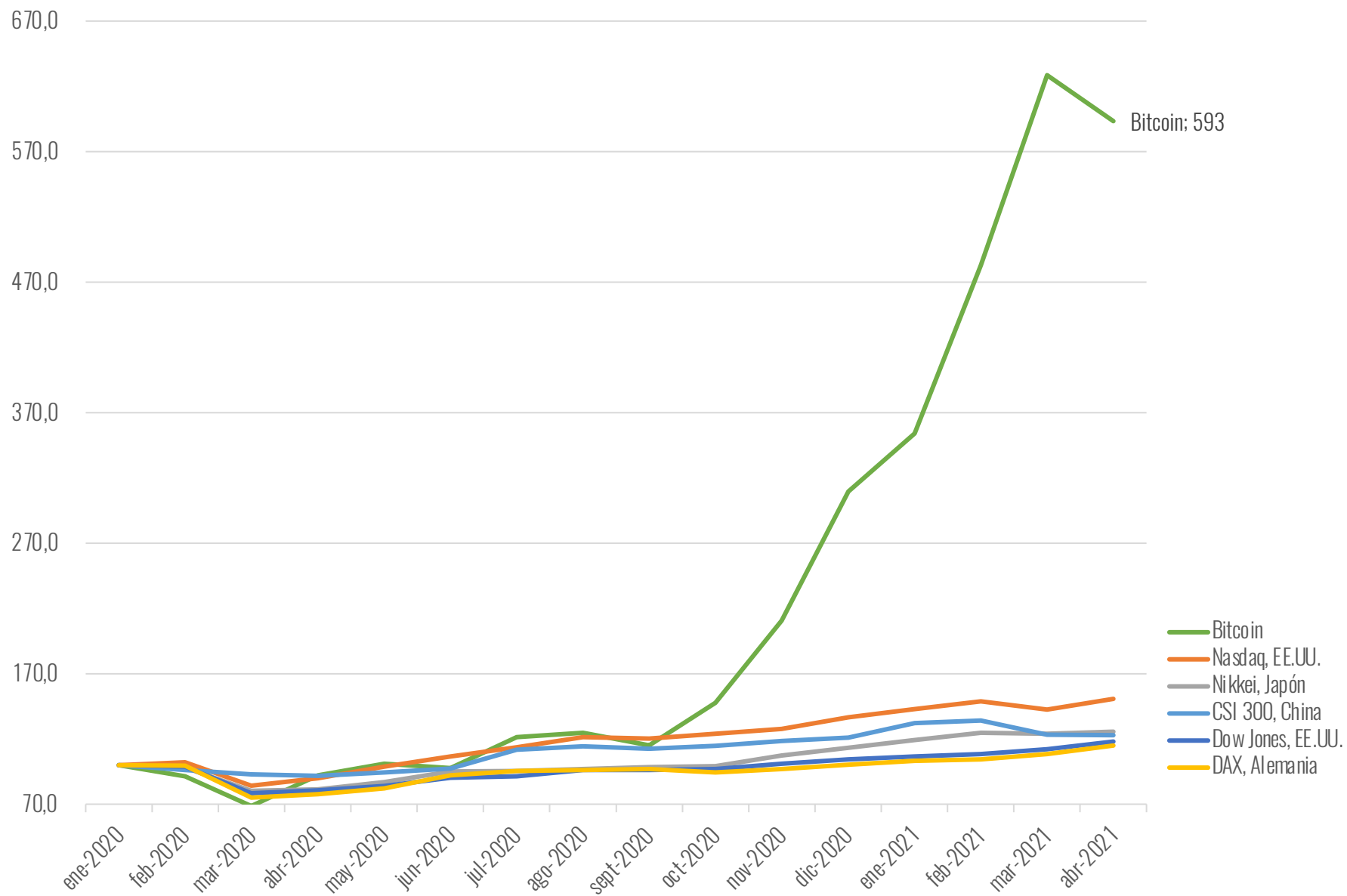
(Variación anual)



# Índices de distintos activos (Ene 2020 = 100)



## Índices de distintos activos (Ene 2020 = 100)

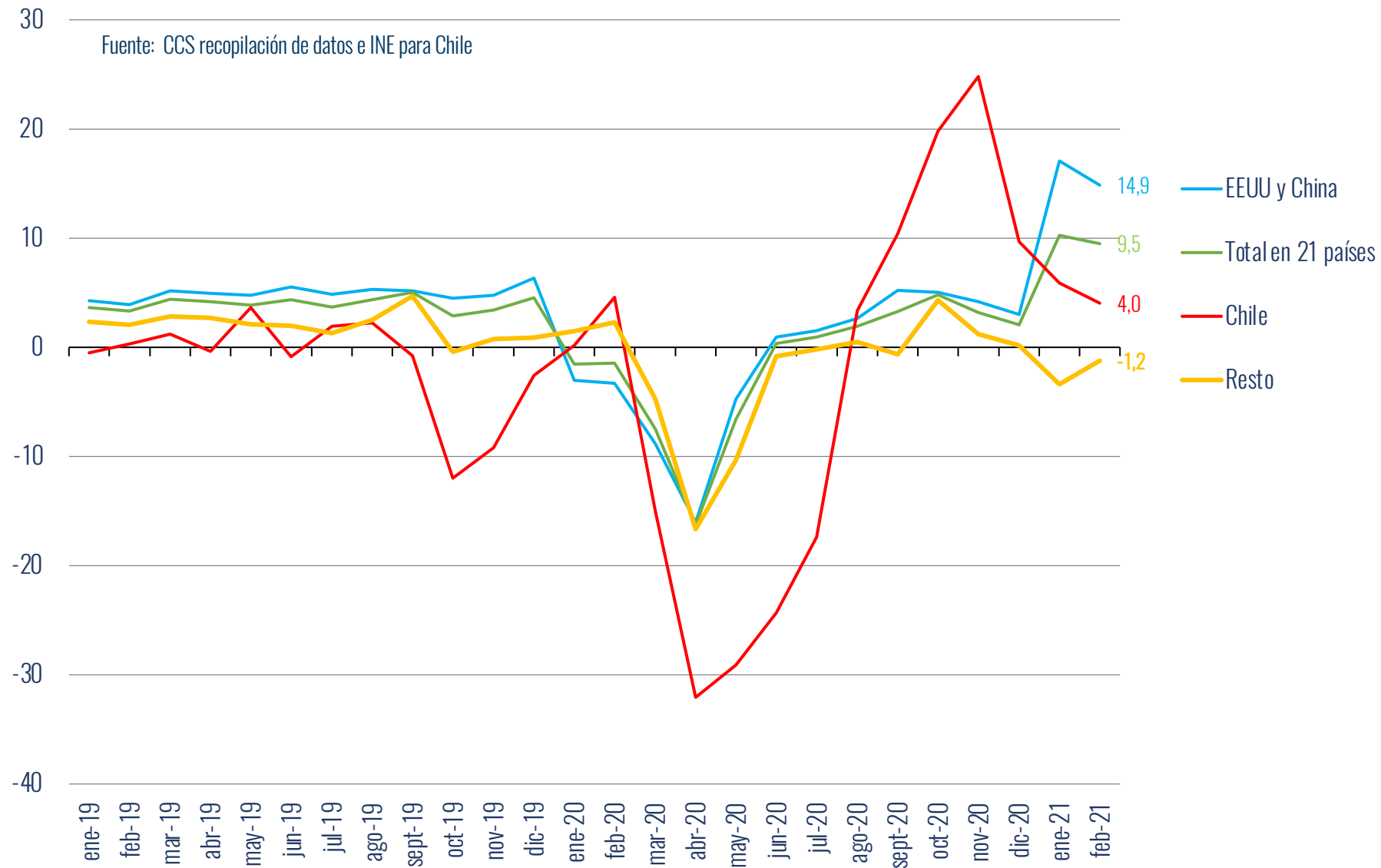




# Ventas del Retail en el mundo y Chile

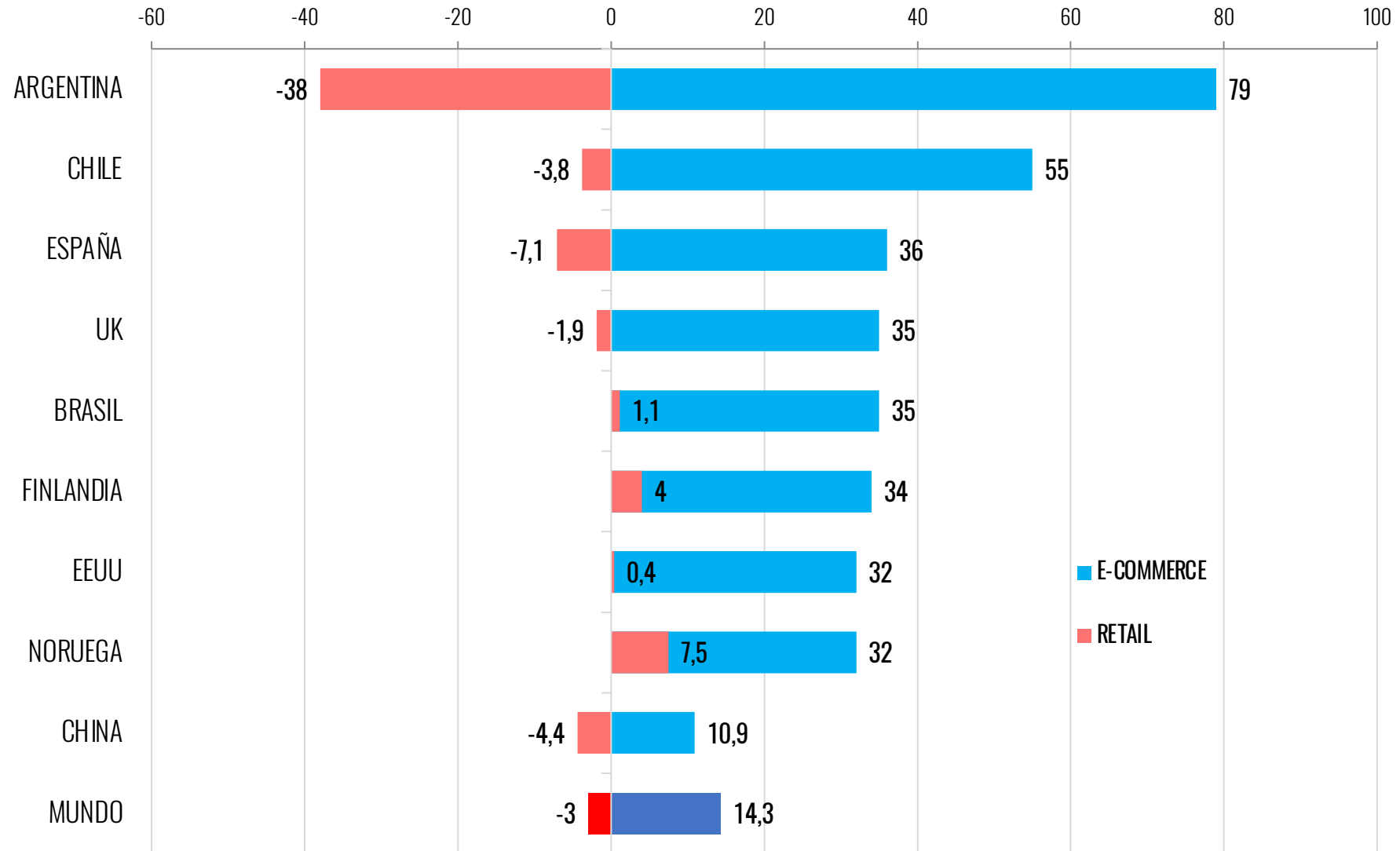
(Crecimiento real anual; %)

Fuente: CCS recopilación de datos e INE para Chile



# Variación de las ventas totales del comercio y del comercio online, 2020

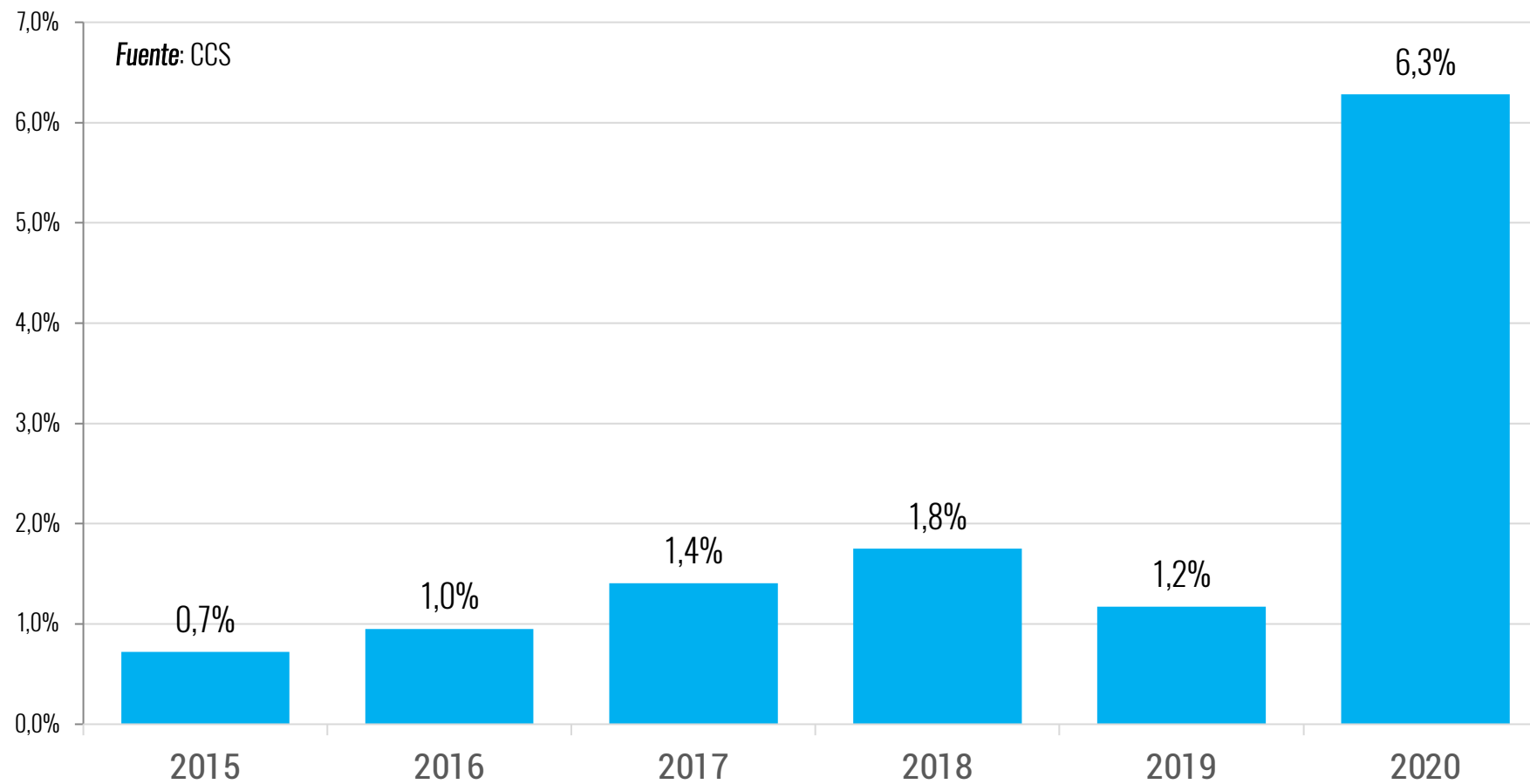
Fuente: CCS, Euromonitor



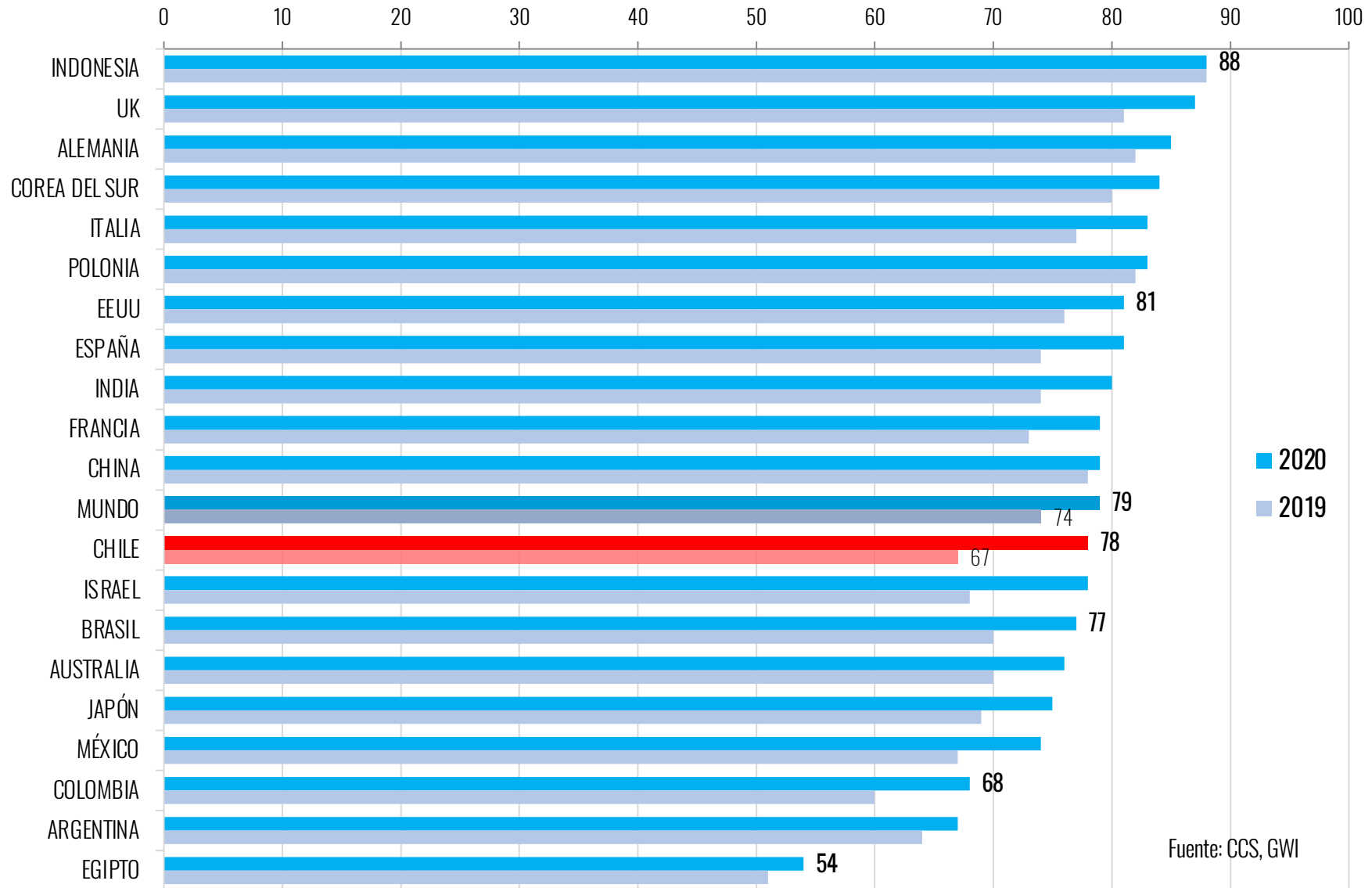


# CHILE: Contribución del eCommerce al crecimiento del comercio

(Puntos porcentuales de crecimiento total del retail)

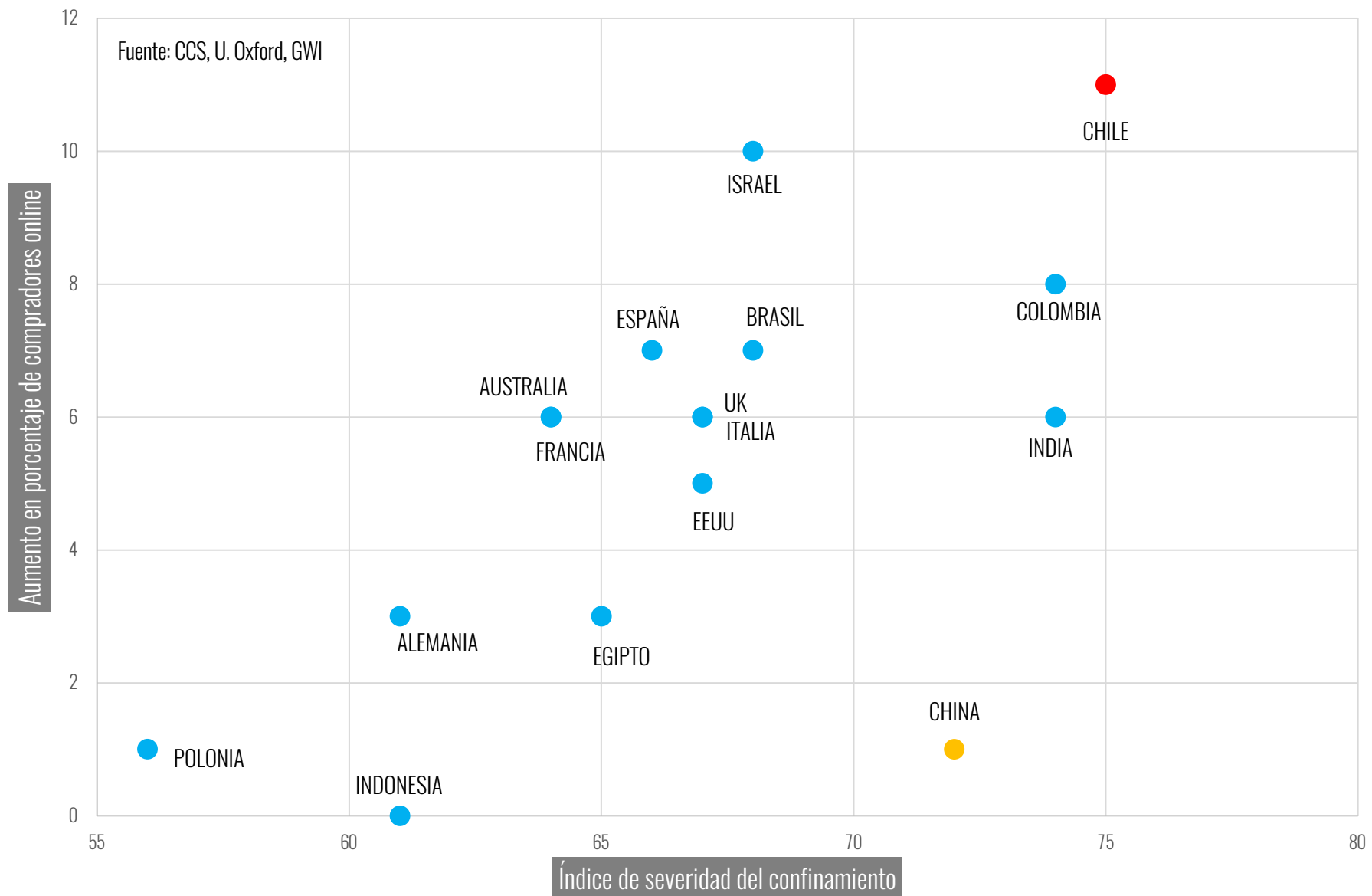


## Porcentaje de compradores online (% sobre total de usuarios de Internet)



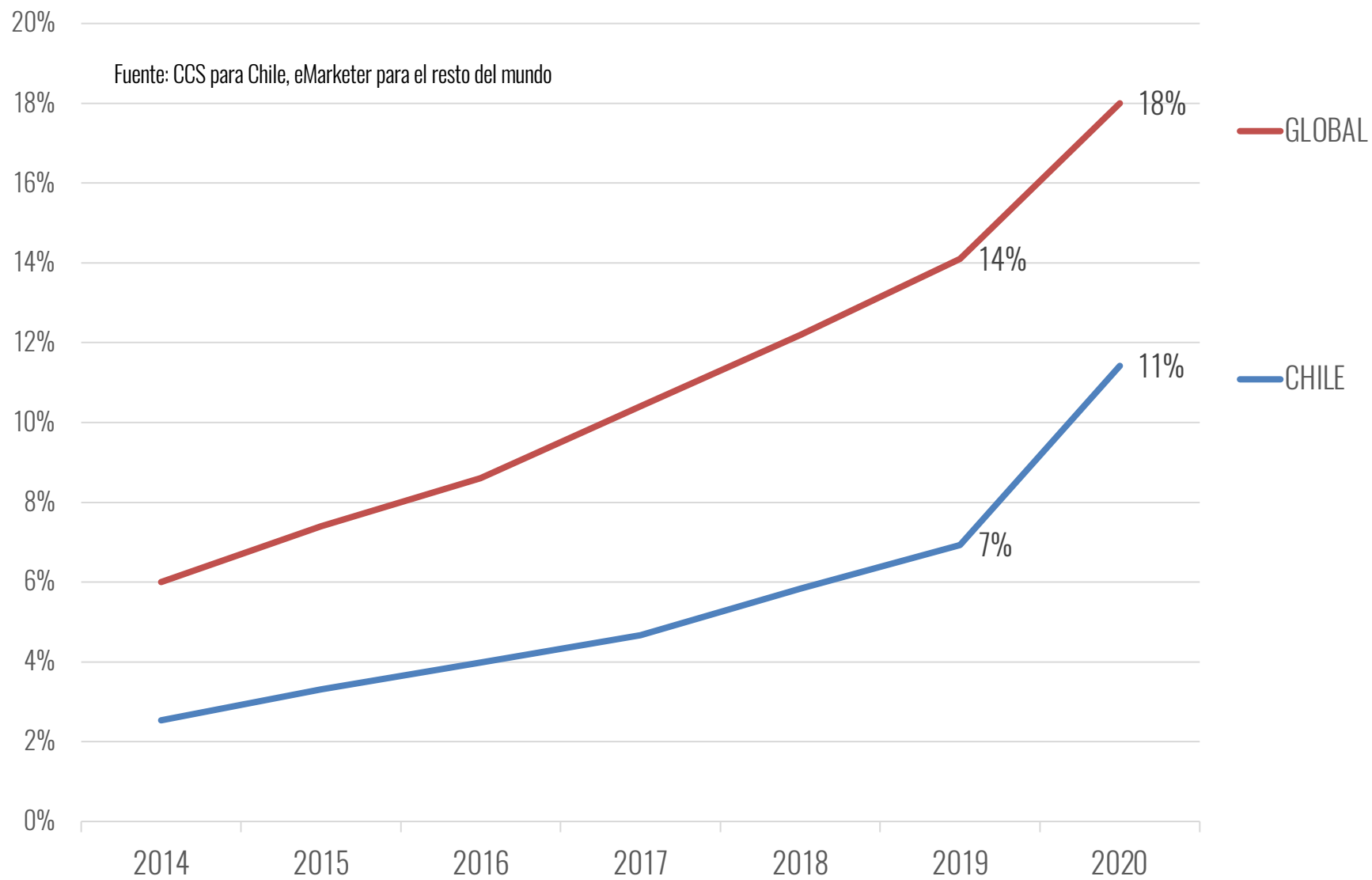
Fuente: CCS, GWI

## Severidad de las medidas de confinamiento VS aumento en compradores online

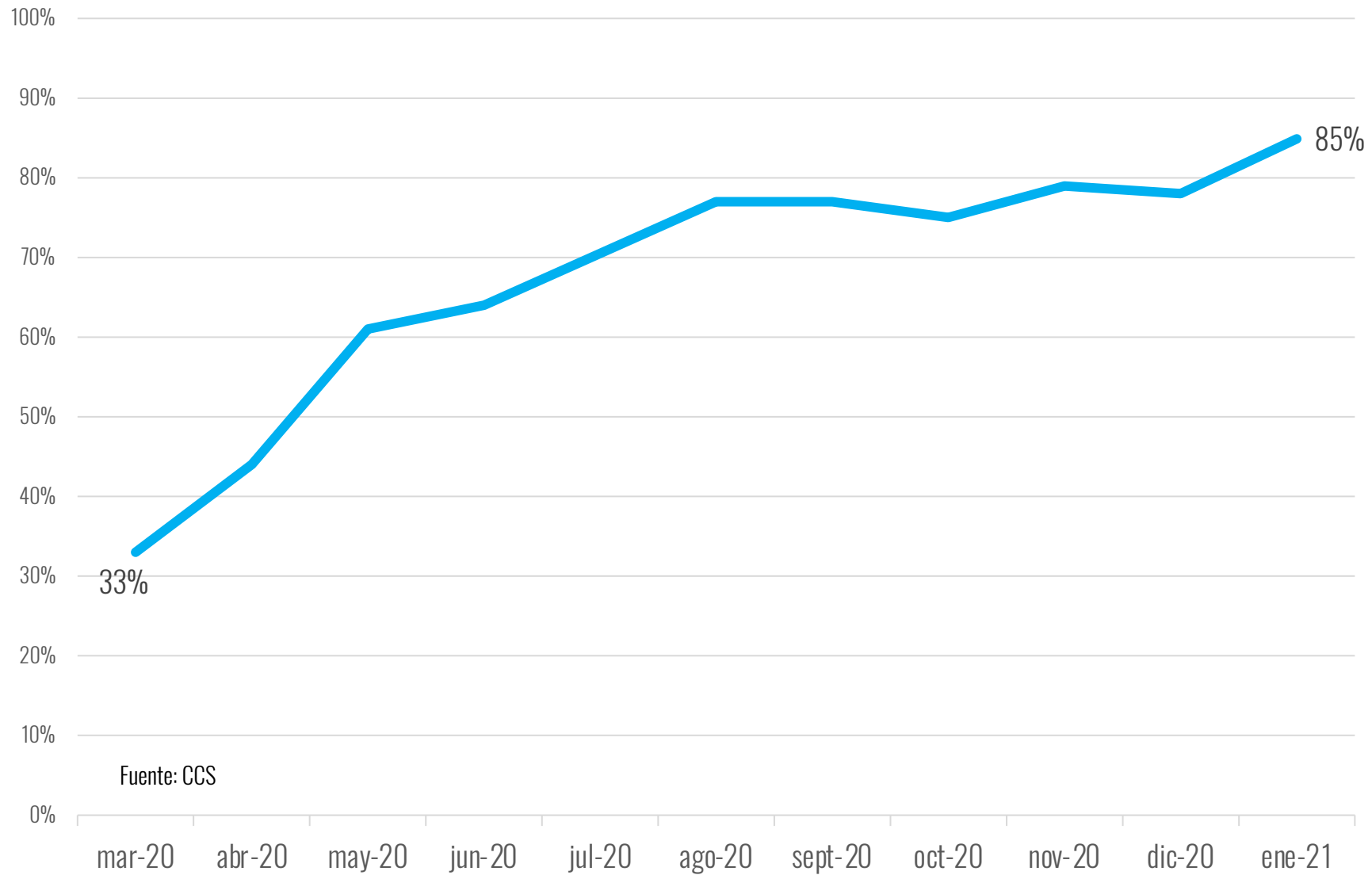


# Penetración del eCommerce sobre ventas del comercio

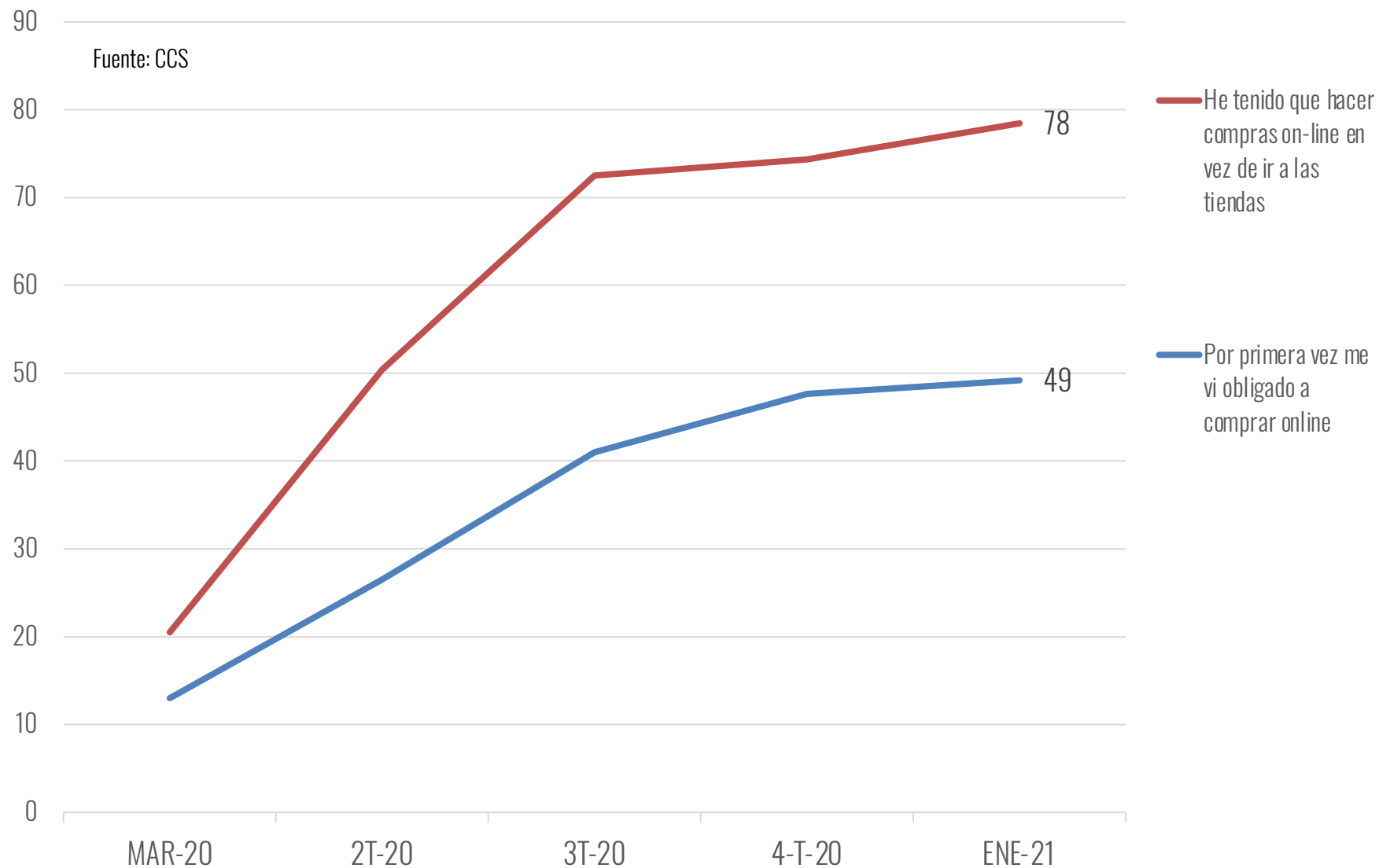
Fuente: CCS para Chile, eMarketer para el resto del mundo



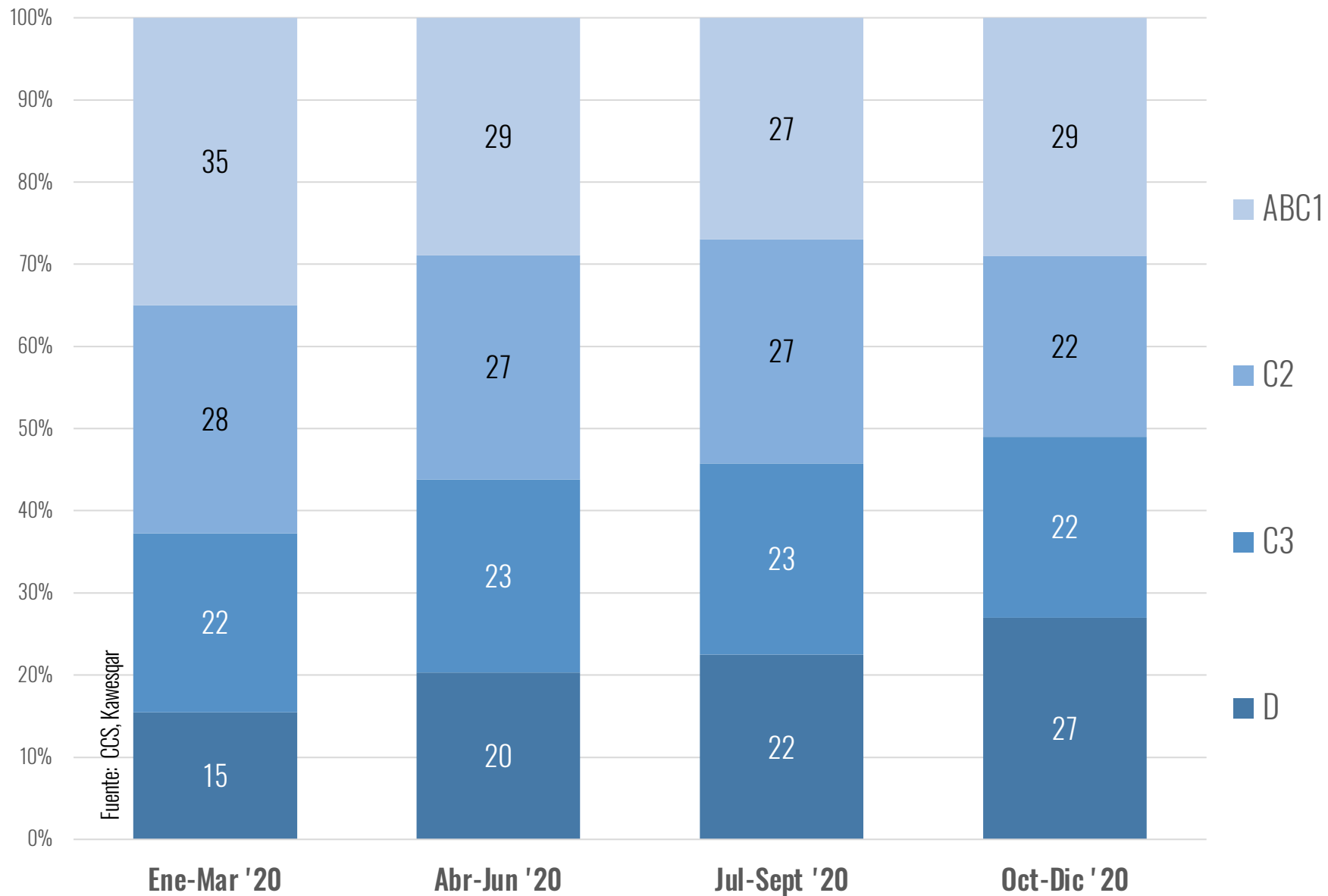
## Porcentaje de consumidores que compró online en cada período



## Hábitos de compra online en pandemia (% de personas)

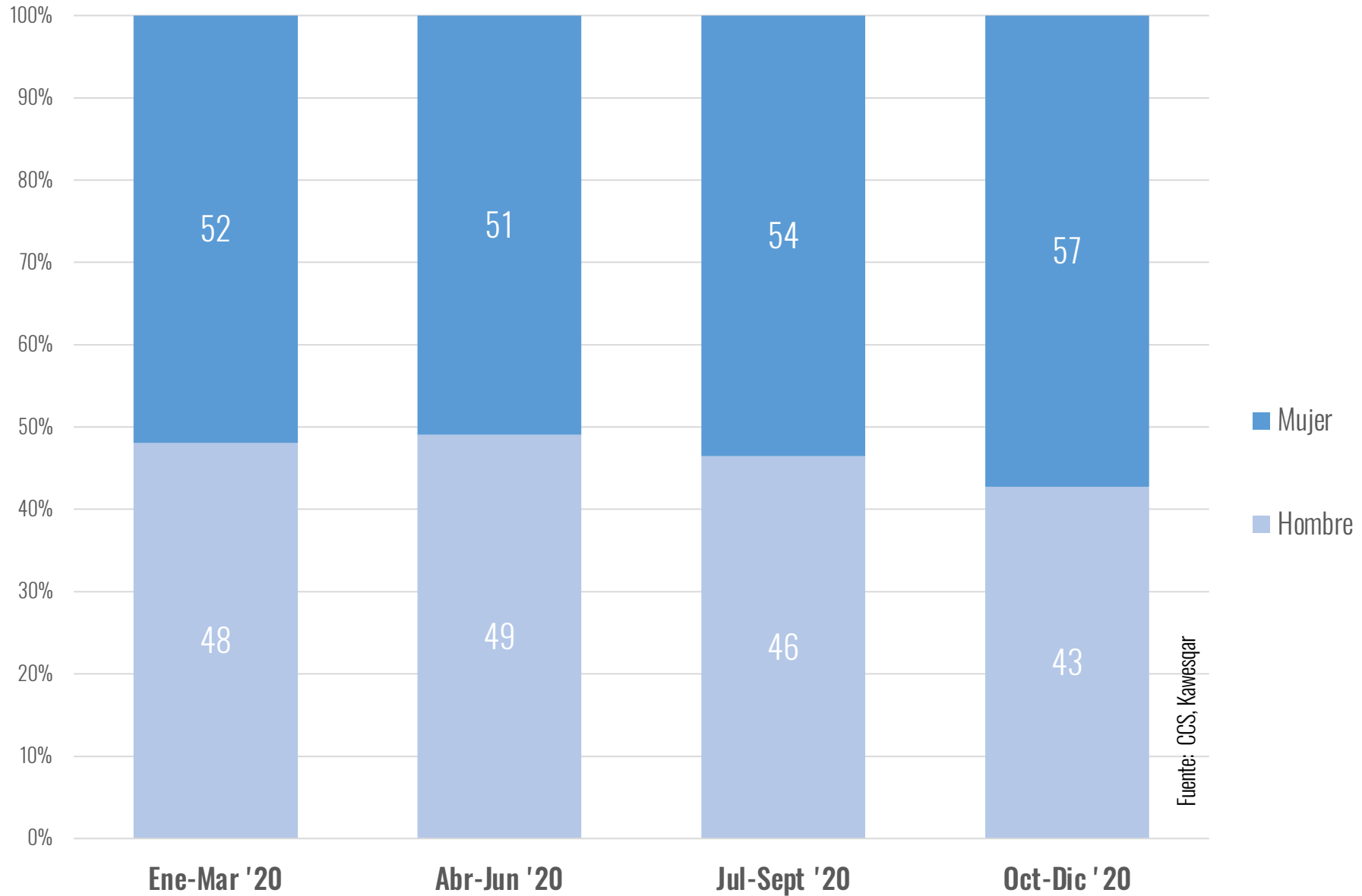


## Composición de compradores online por GSE (%)



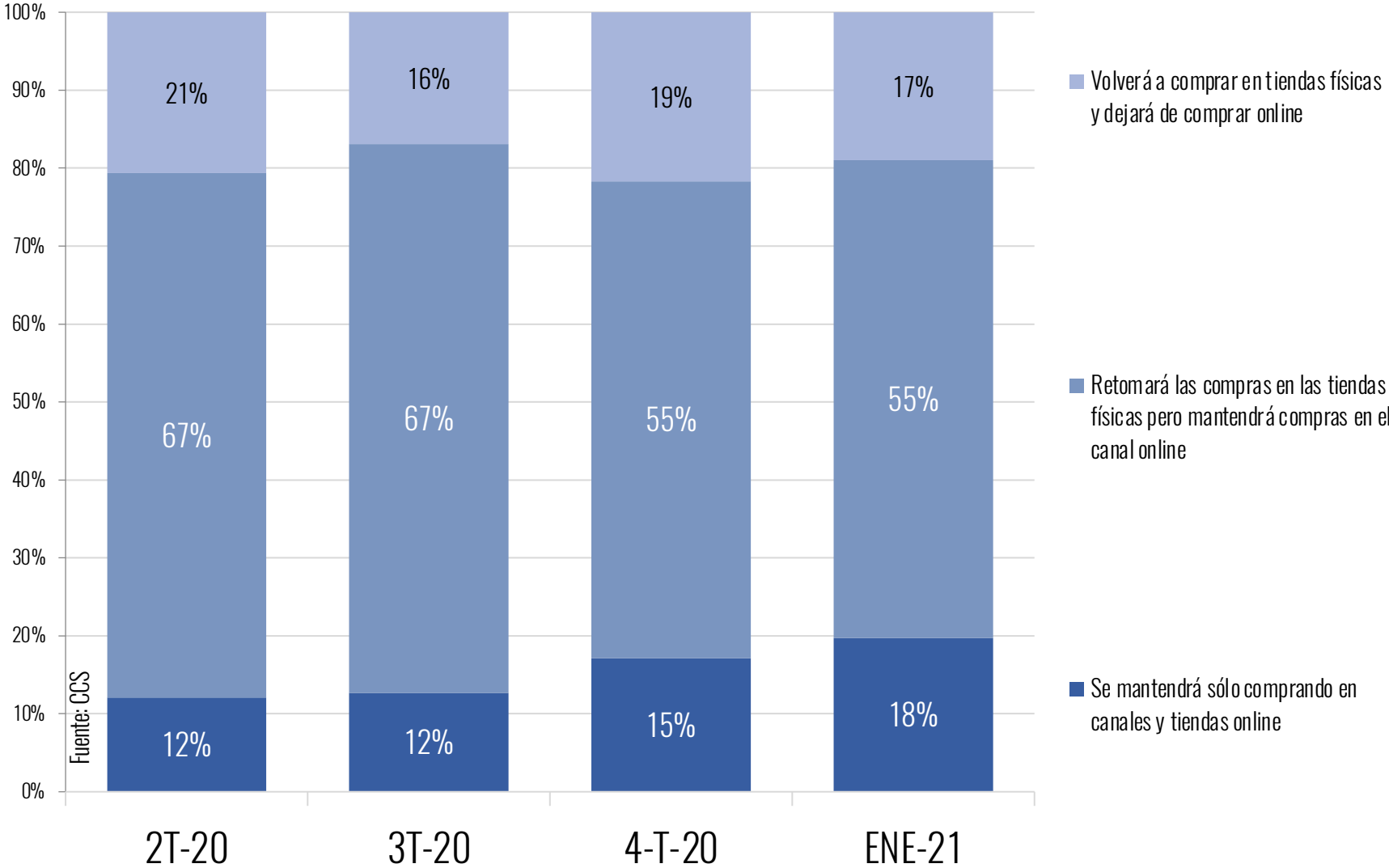


## Composición de compradores online por género (%)



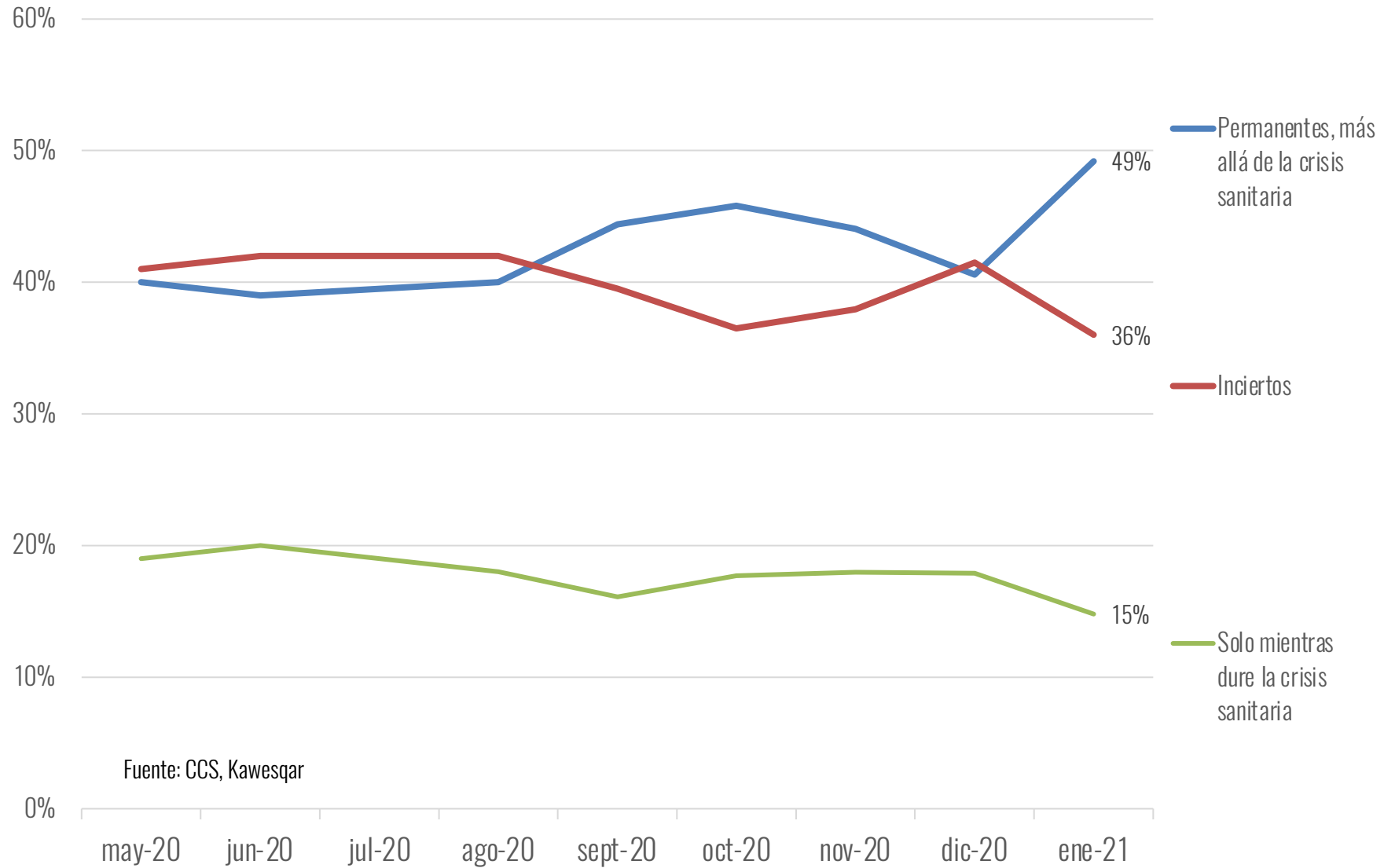
Fuente: CCS, Kawesqar

# Hábitos de compra post-pandemia



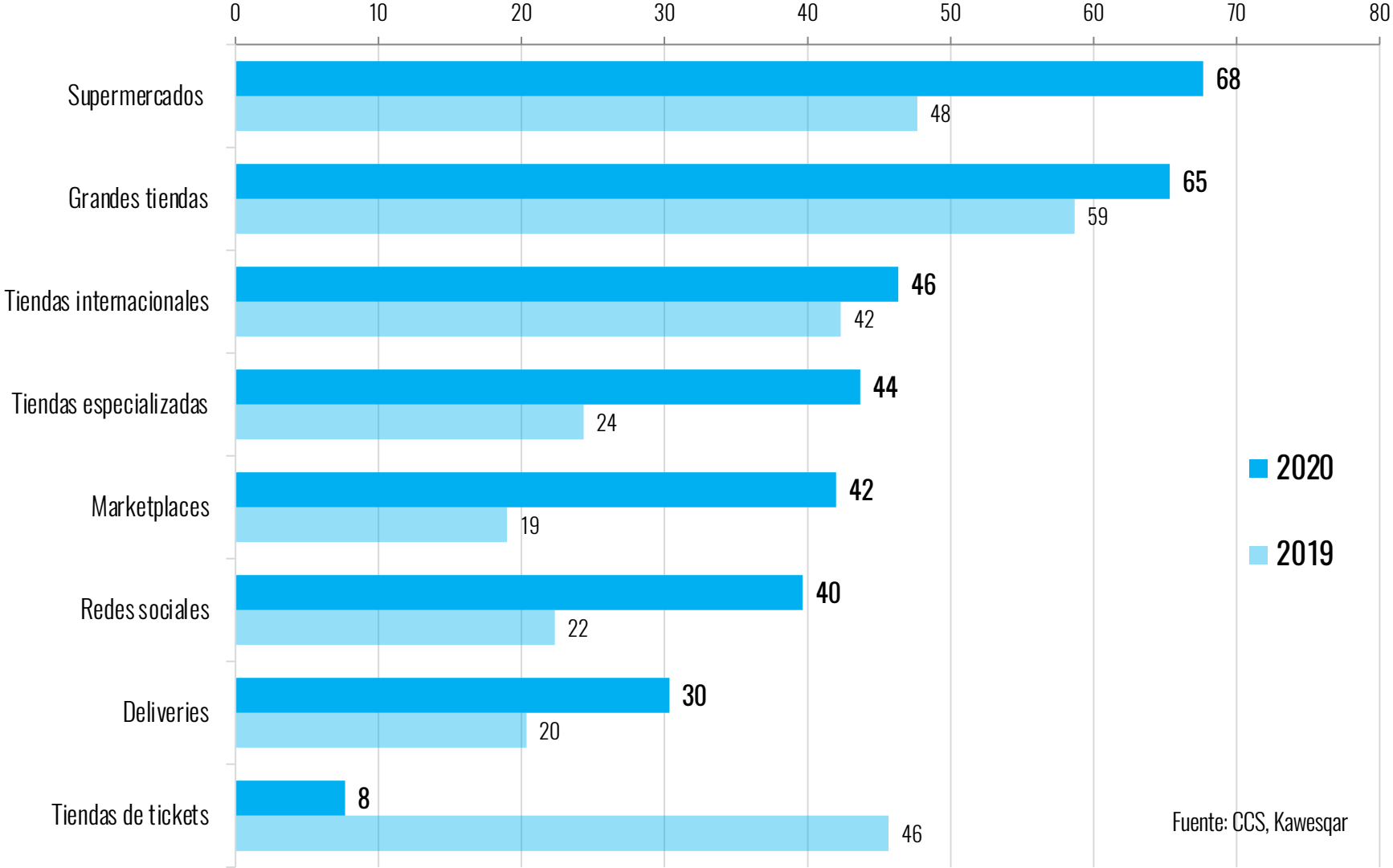
Fuente: CCS

## Percepciones sobre nuevos hábitos de compra



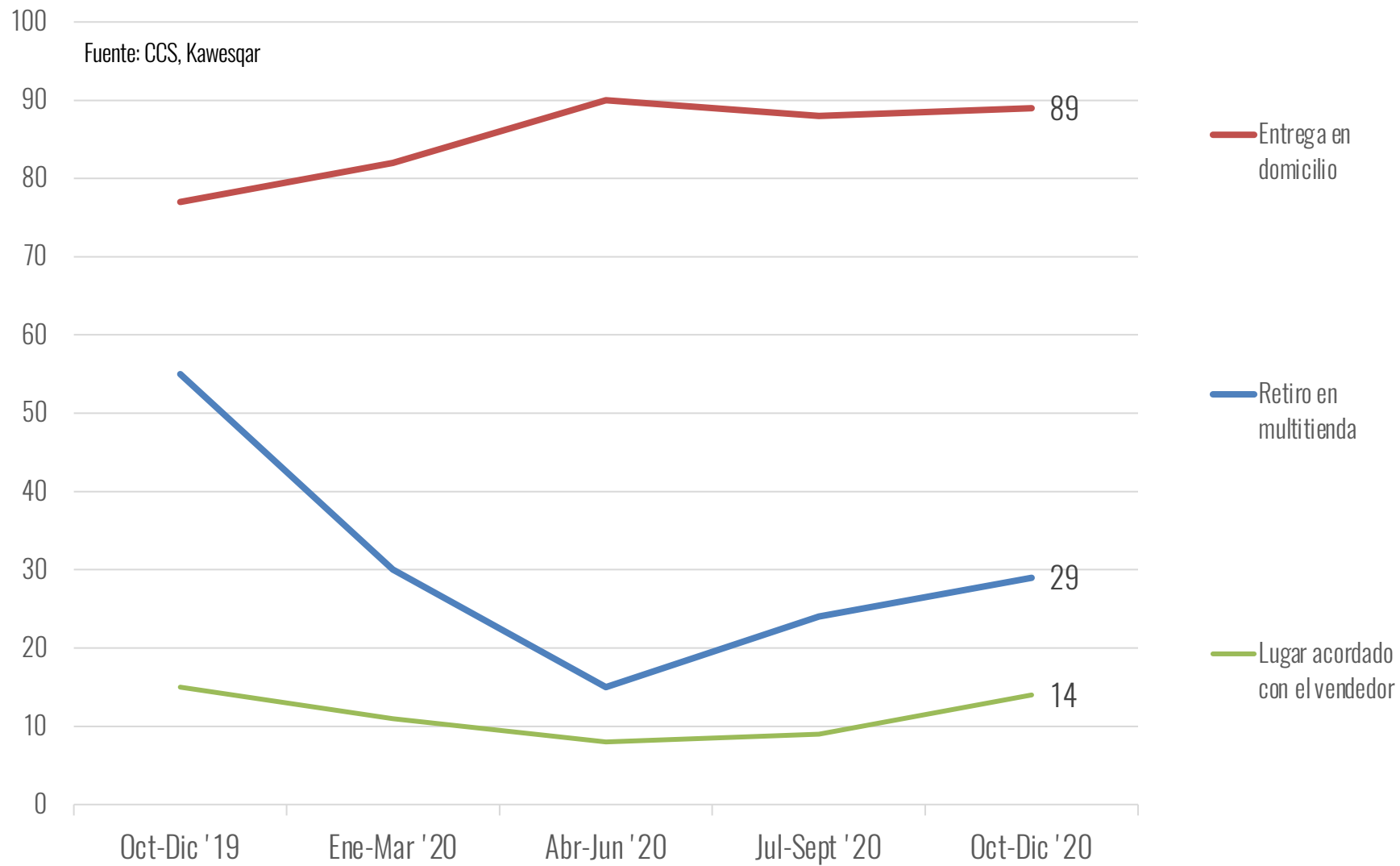
Fuente: CCS, Kawesqar

# Porcentaje de usuarios que utiliza cada canal de compra online



Fuente: CCS, Kawesqar

## % de usuarios que utilizó cada modalidad de entrega



## Evolución de las ventas del comercio (índice base enero 2020=100)

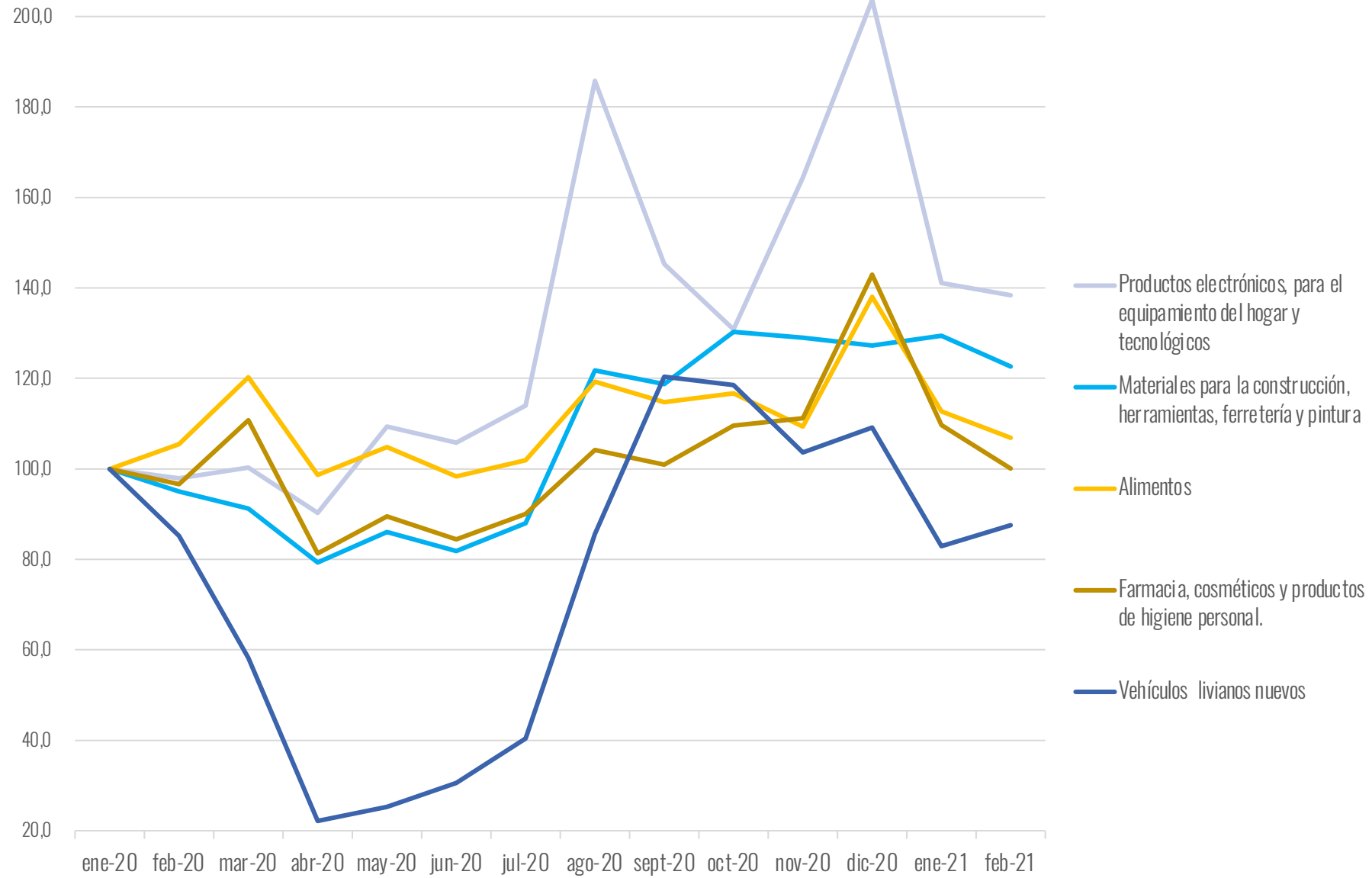


## Evolución de las ventas del comercio (índice base enero 2020=100)

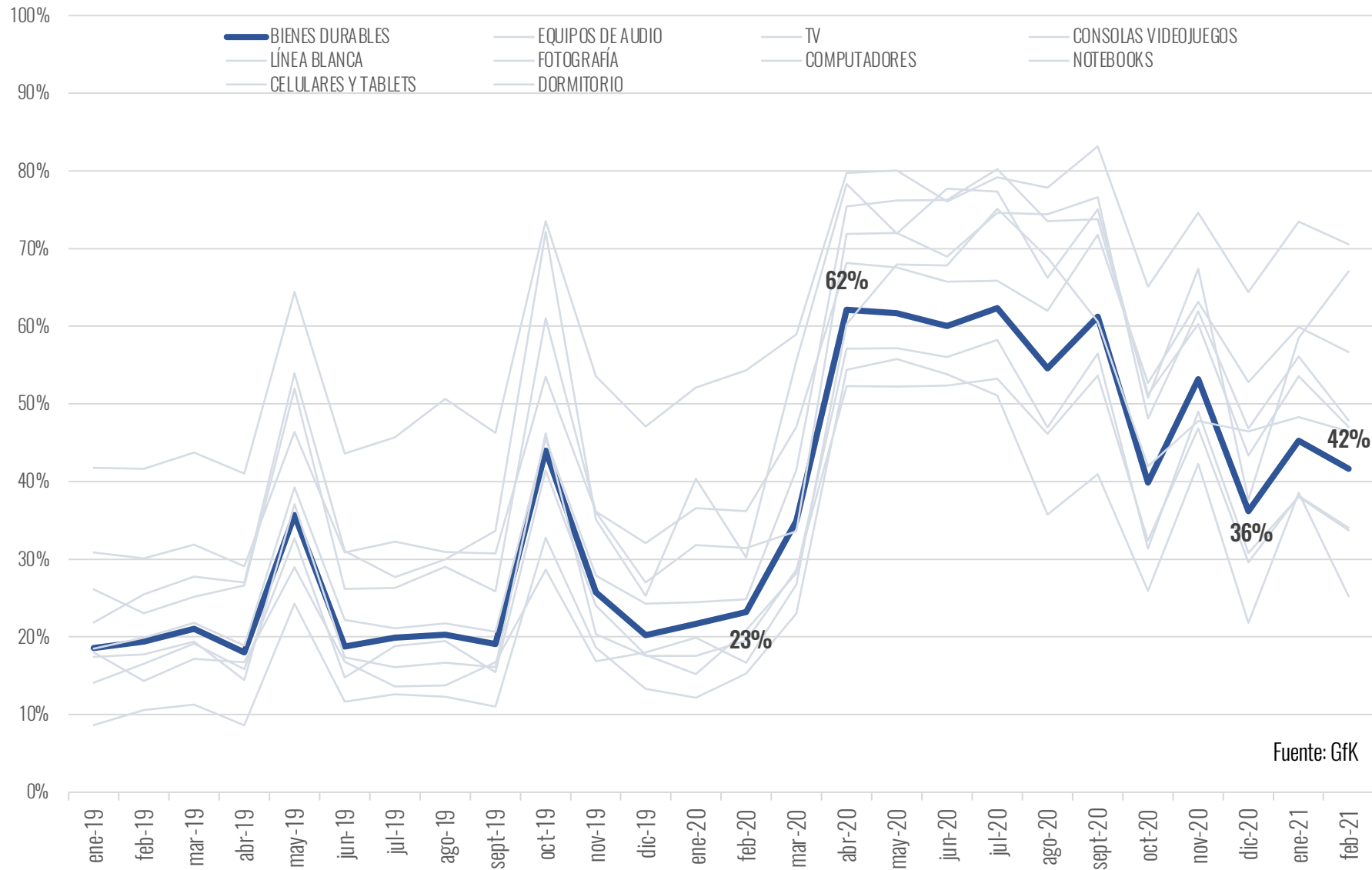




## Evolución de las ventas del comercio (índice base enero 2020=100)



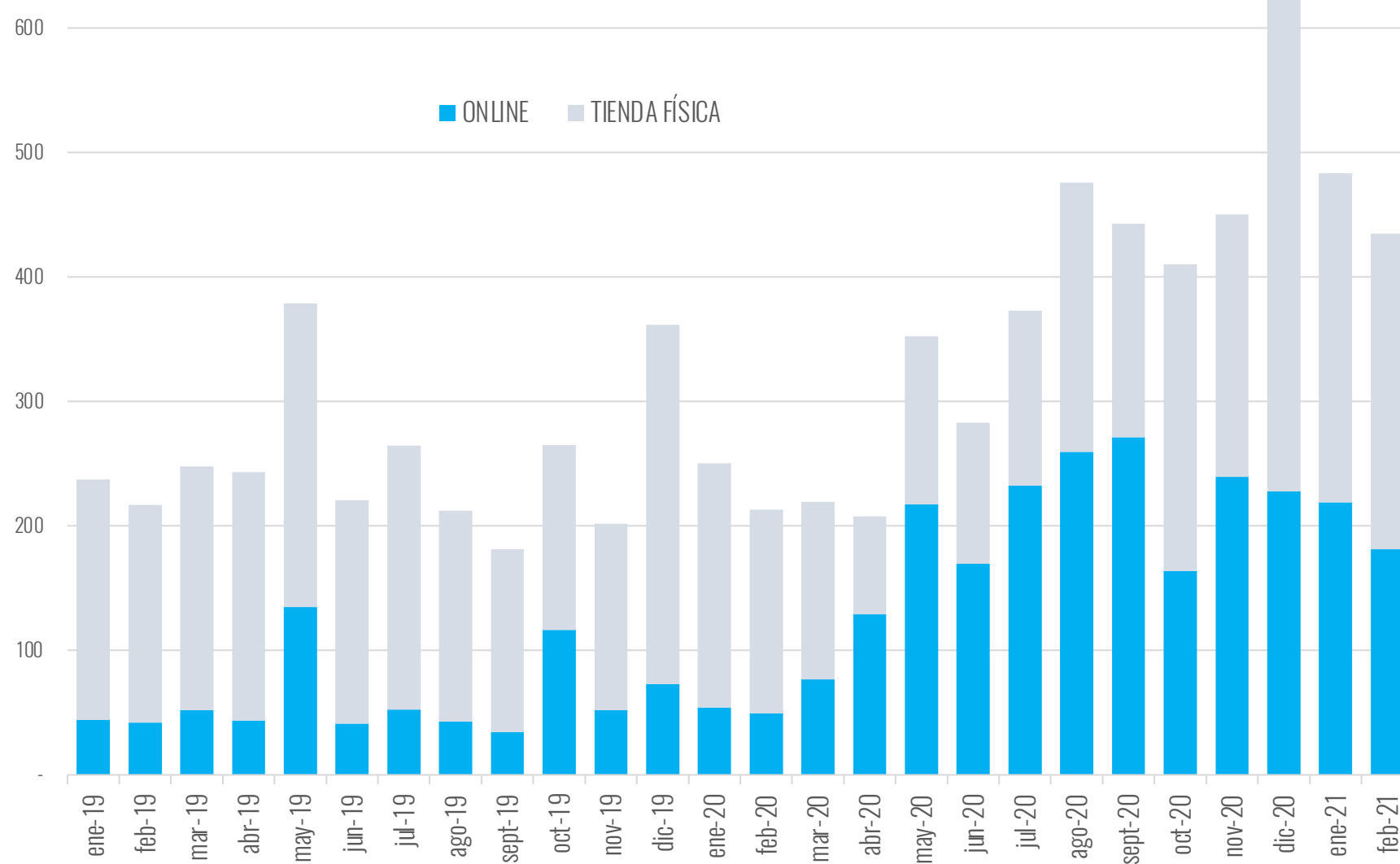
# Participación del eCommerce sobre ventas totales de bienes durables



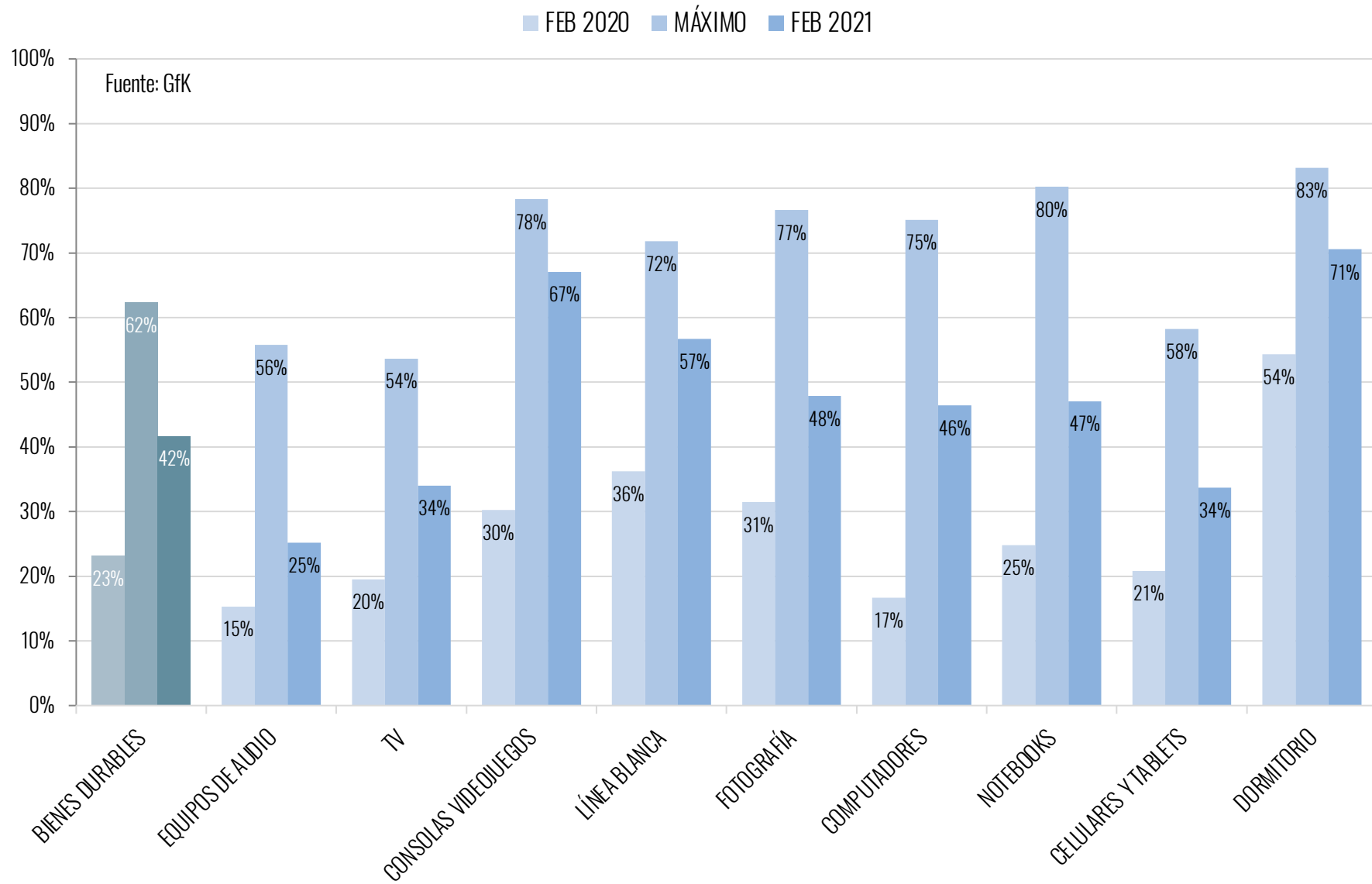
Fuente: GfK

## Ventas de bienes durables (online y tienda física, en MMUS\$ de febrero 2021)

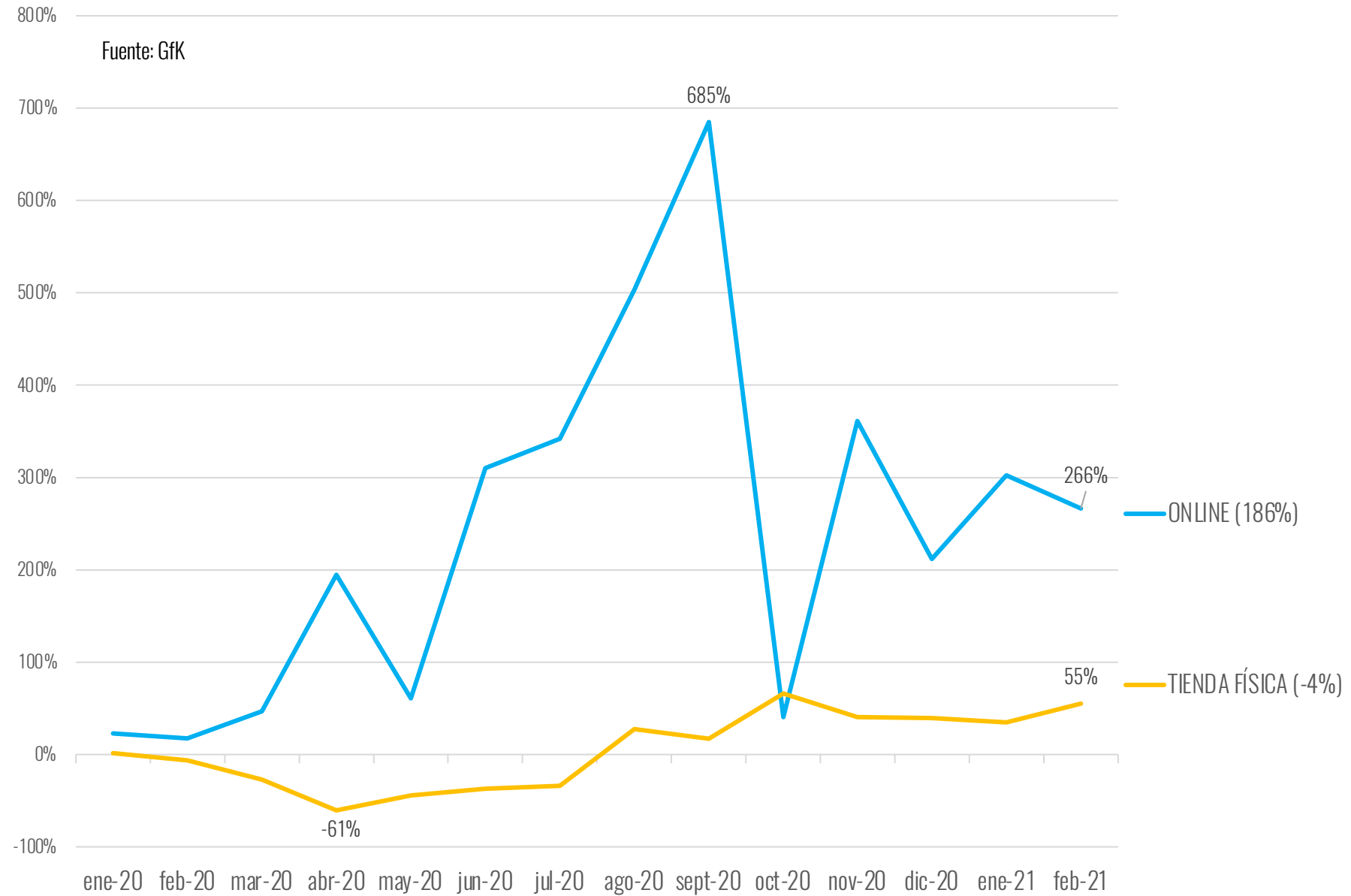
Fuente: GfK, conversión a US\$ CCS



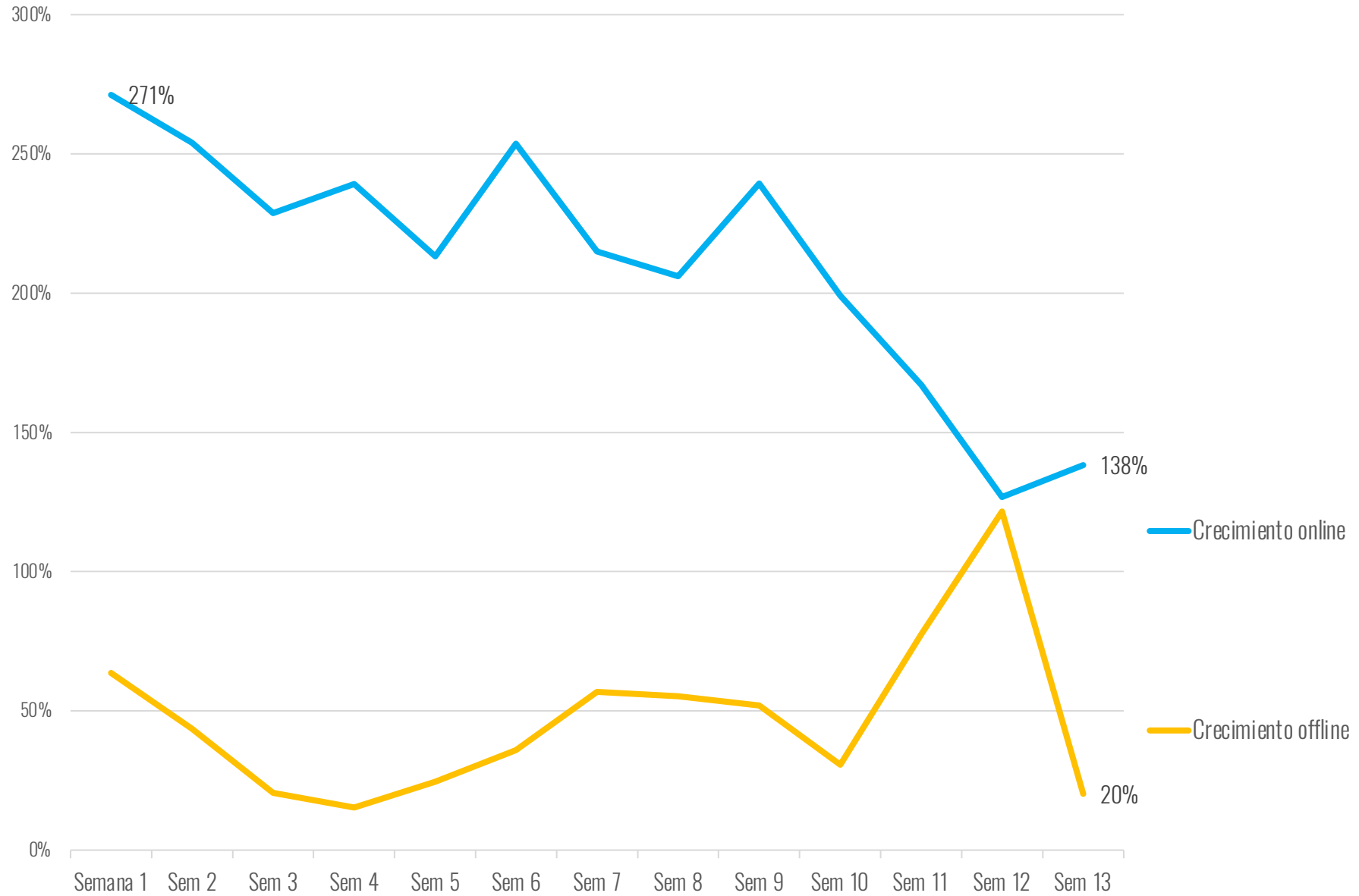
## Participación del eCommerce sobre ventas totales de bienes durables



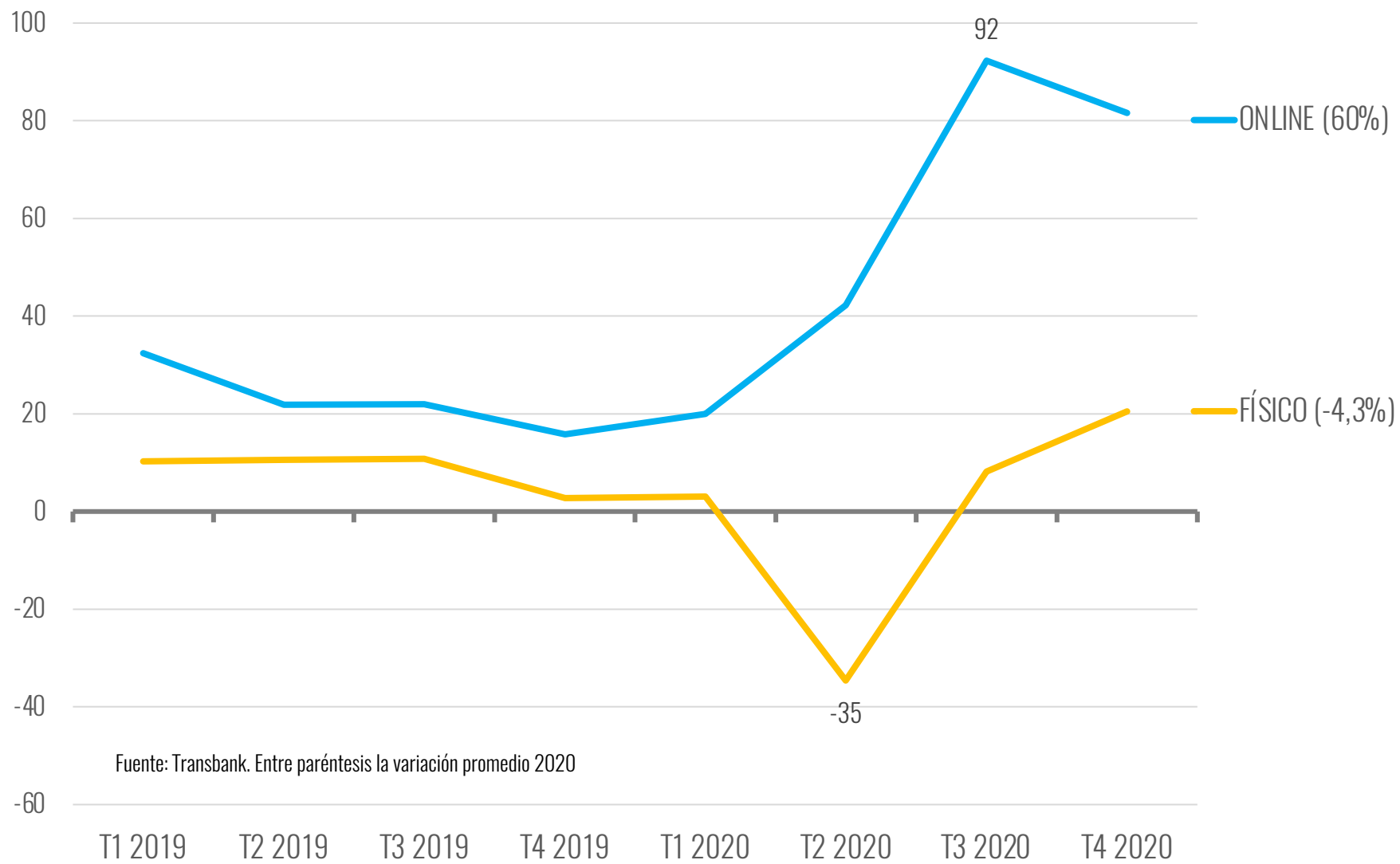
## Bienes durables: Crecimiento de ventas online y en tienda física



## Bienes durables: Crecimiento de ventas online y en tienda física 2021



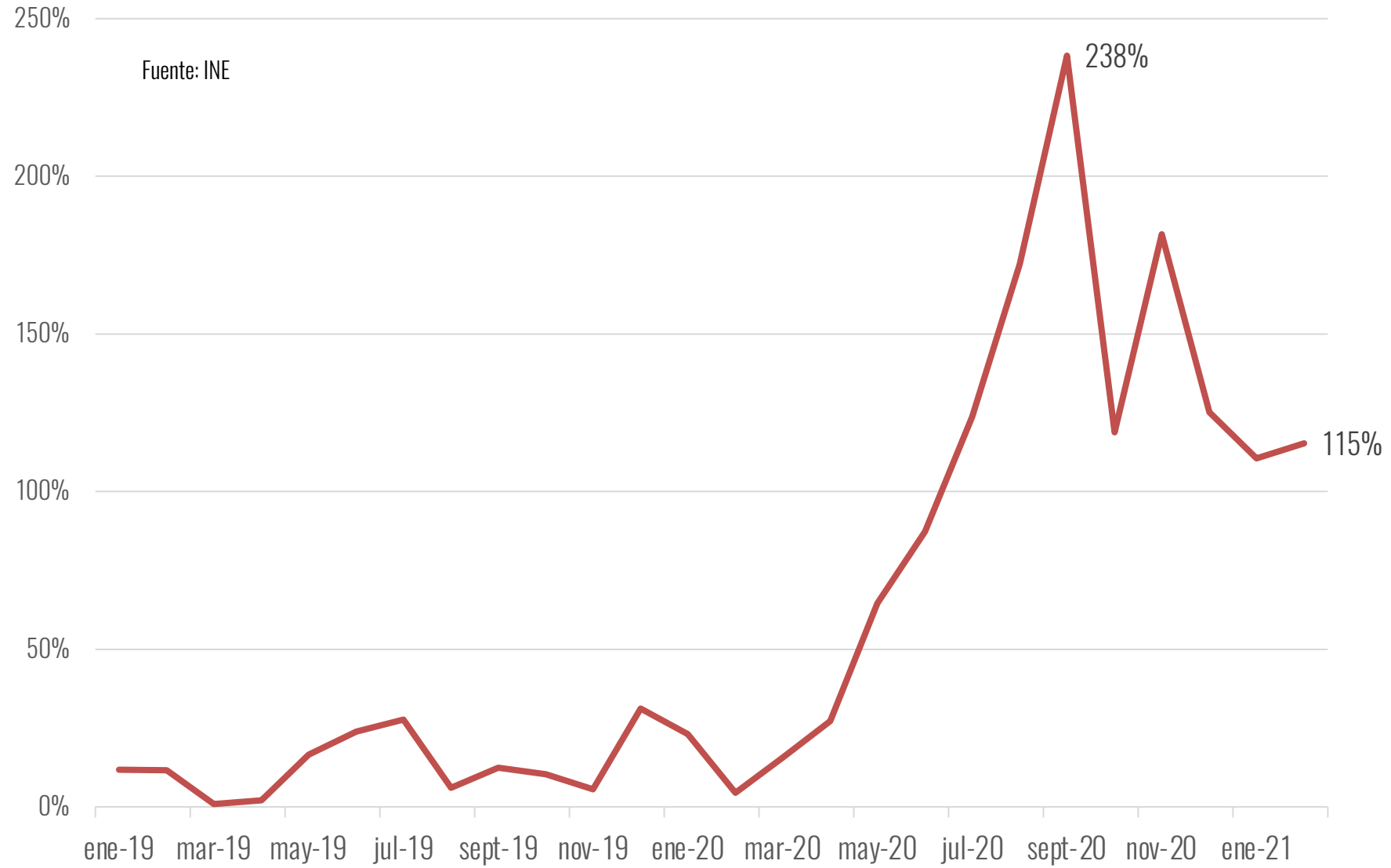
### Crecimiento de ventas con tarjetas Transbank online y físico (var % anual)



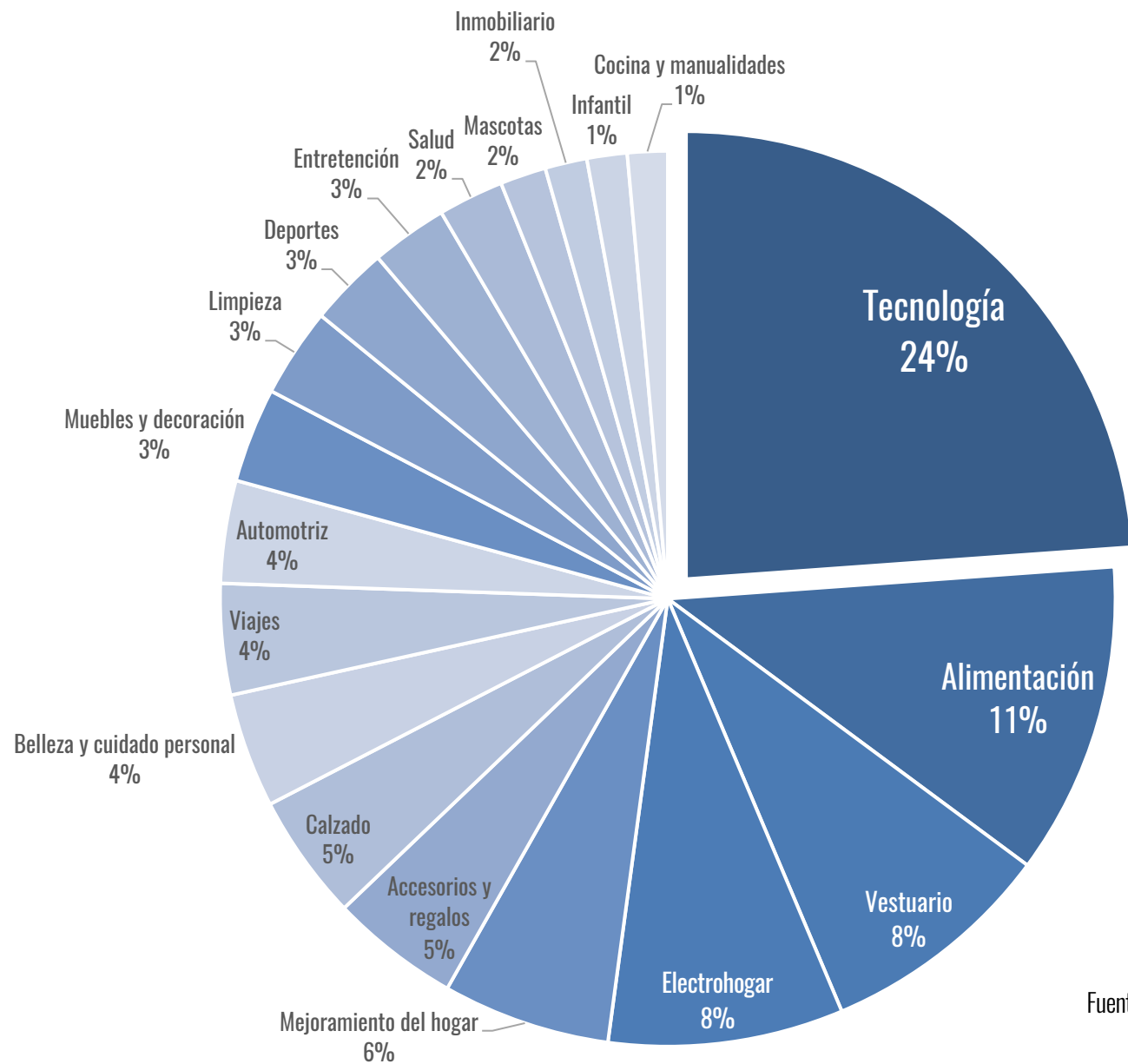
Fuente: Transbank. Entre paréntesis la variación promedio 2020



## Variación Transporte de paquetes encomiendas (Crecimiento anual 2020 = 136%)

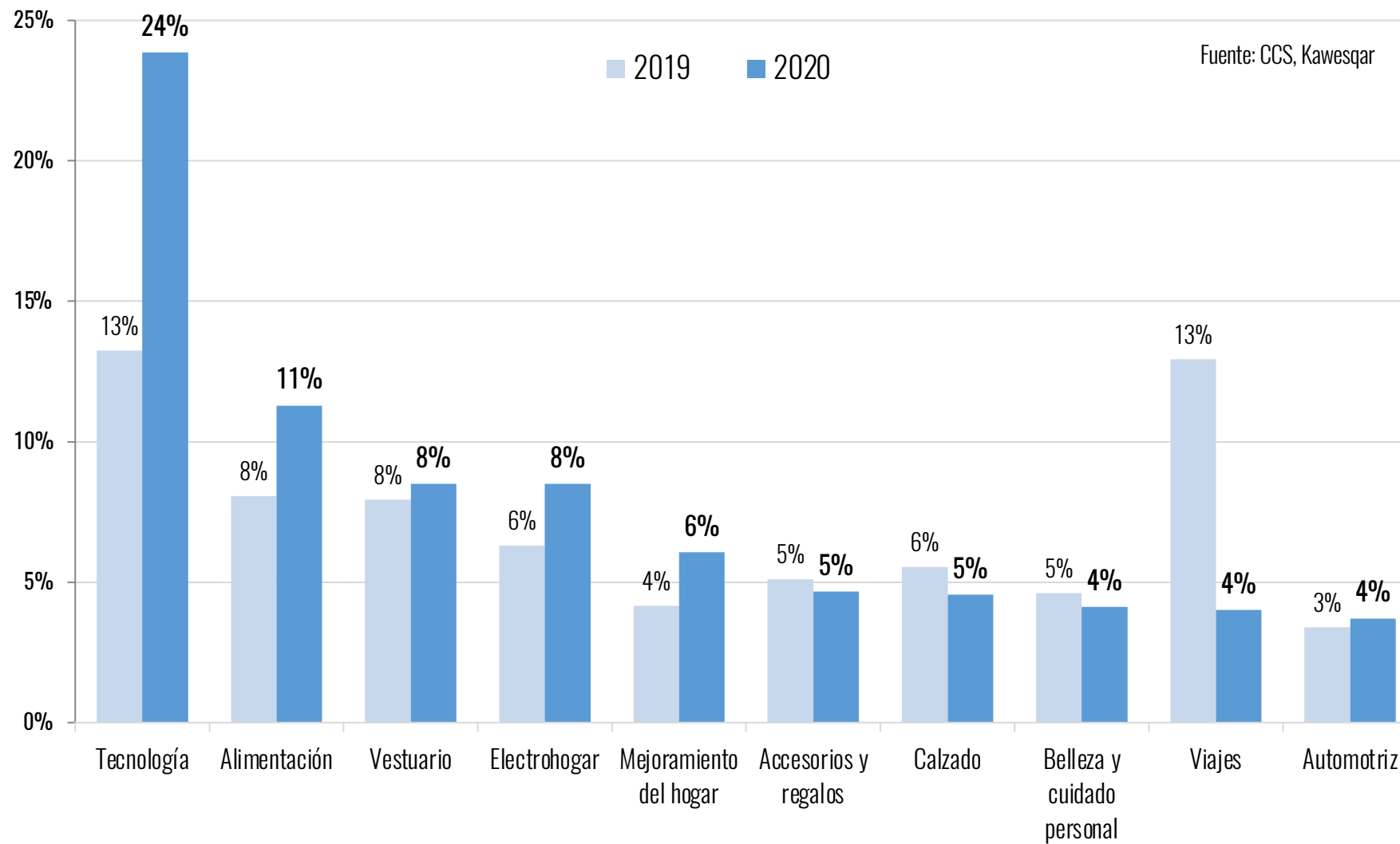


## Composición de las compras online declaradas por consumidores 2020

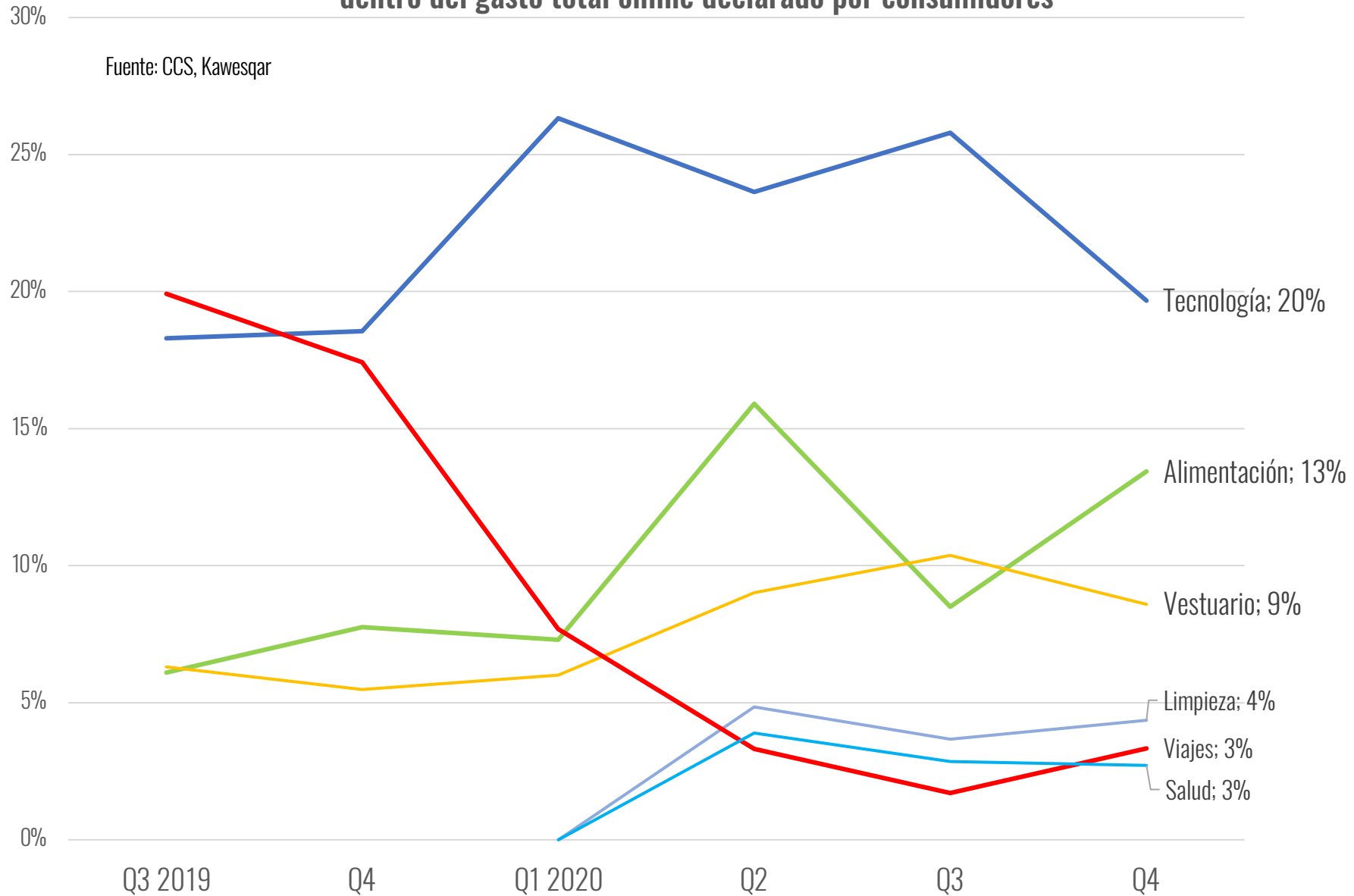


Fuente: CCS, Kawesqar

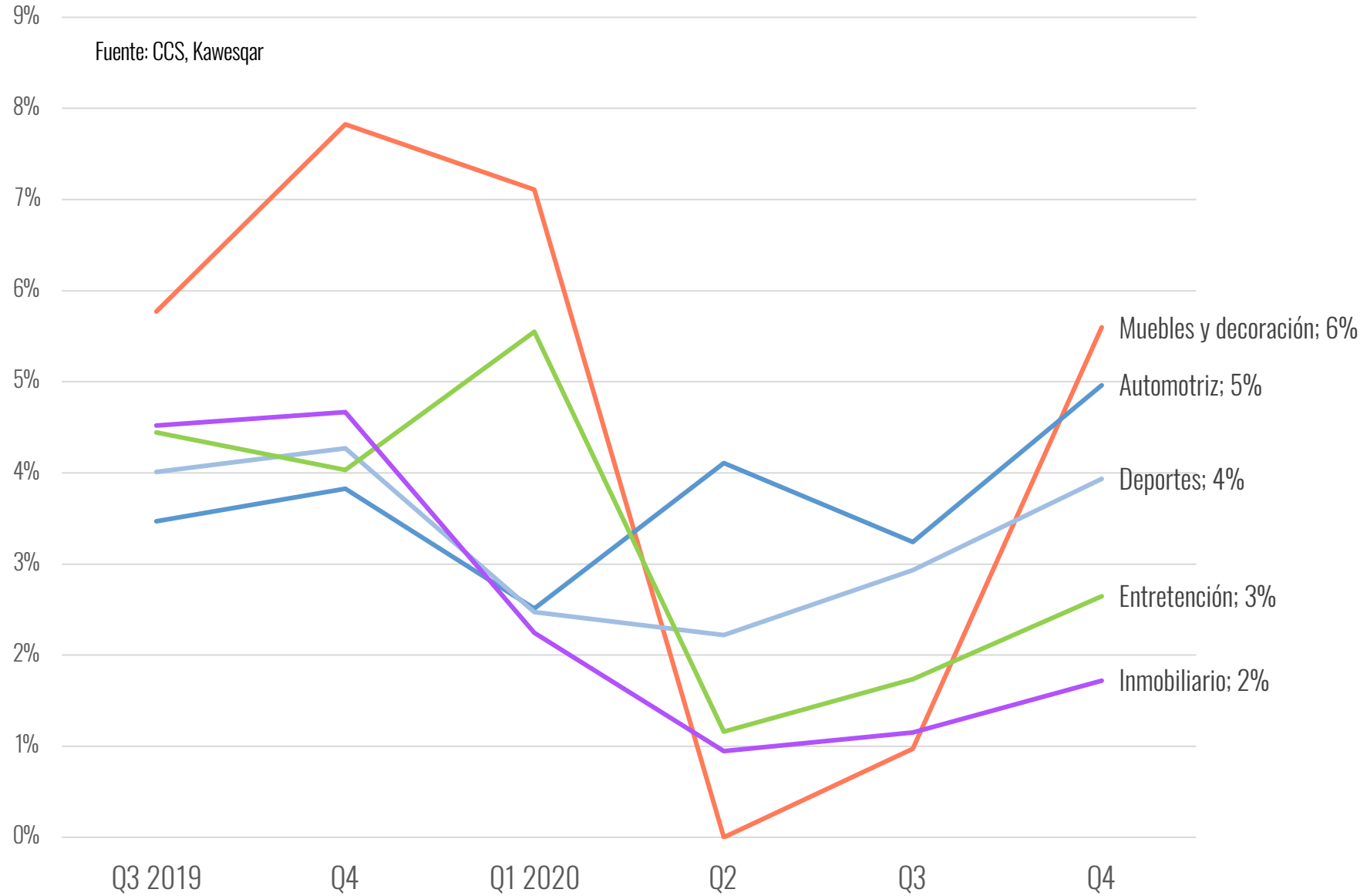
## Participación de algunas categorías dentro del gasto total online declarado por consumidores



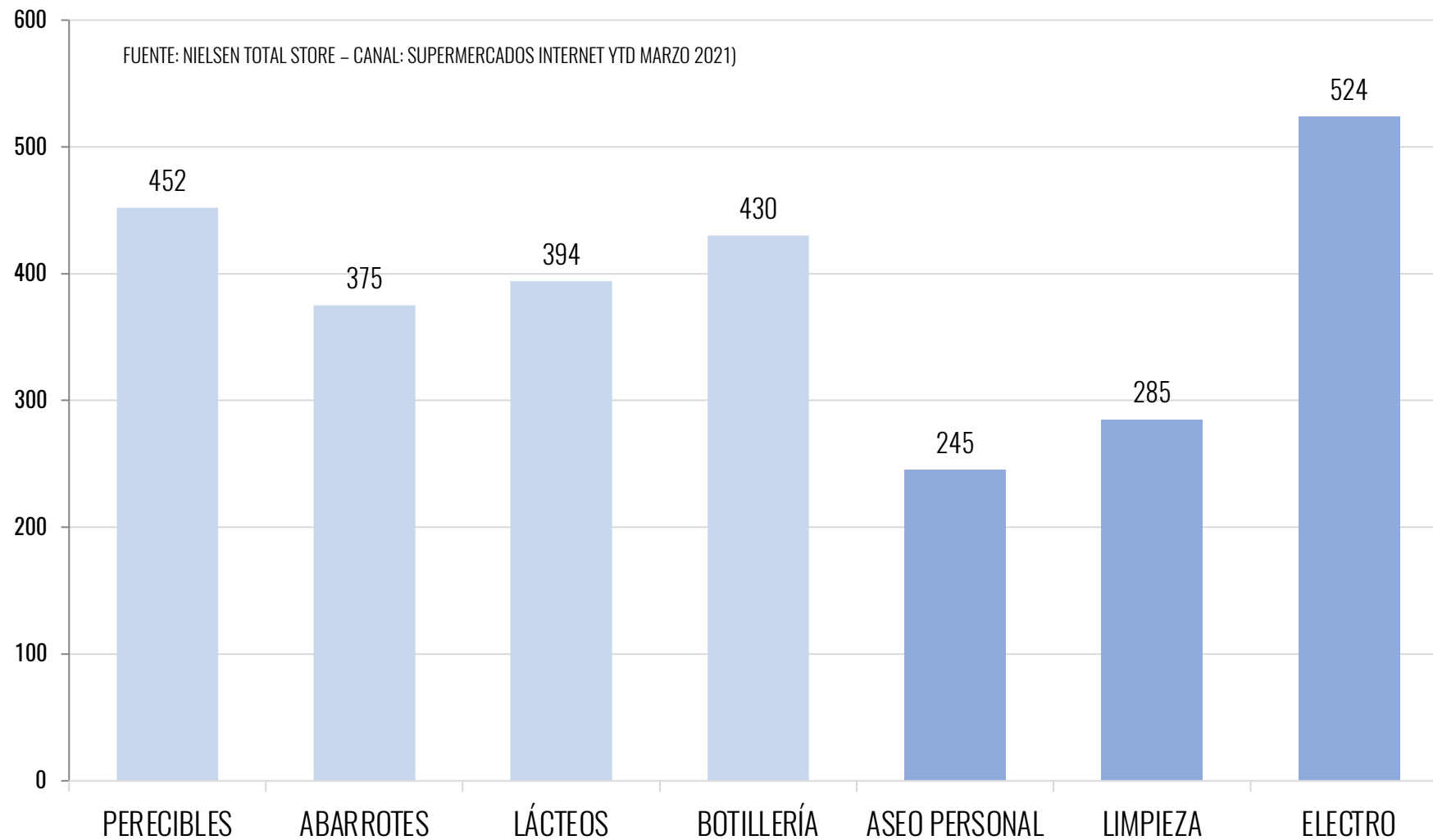
## Evolución de la participación de algunas categorías dentro del gasto total online declarado por consumidores



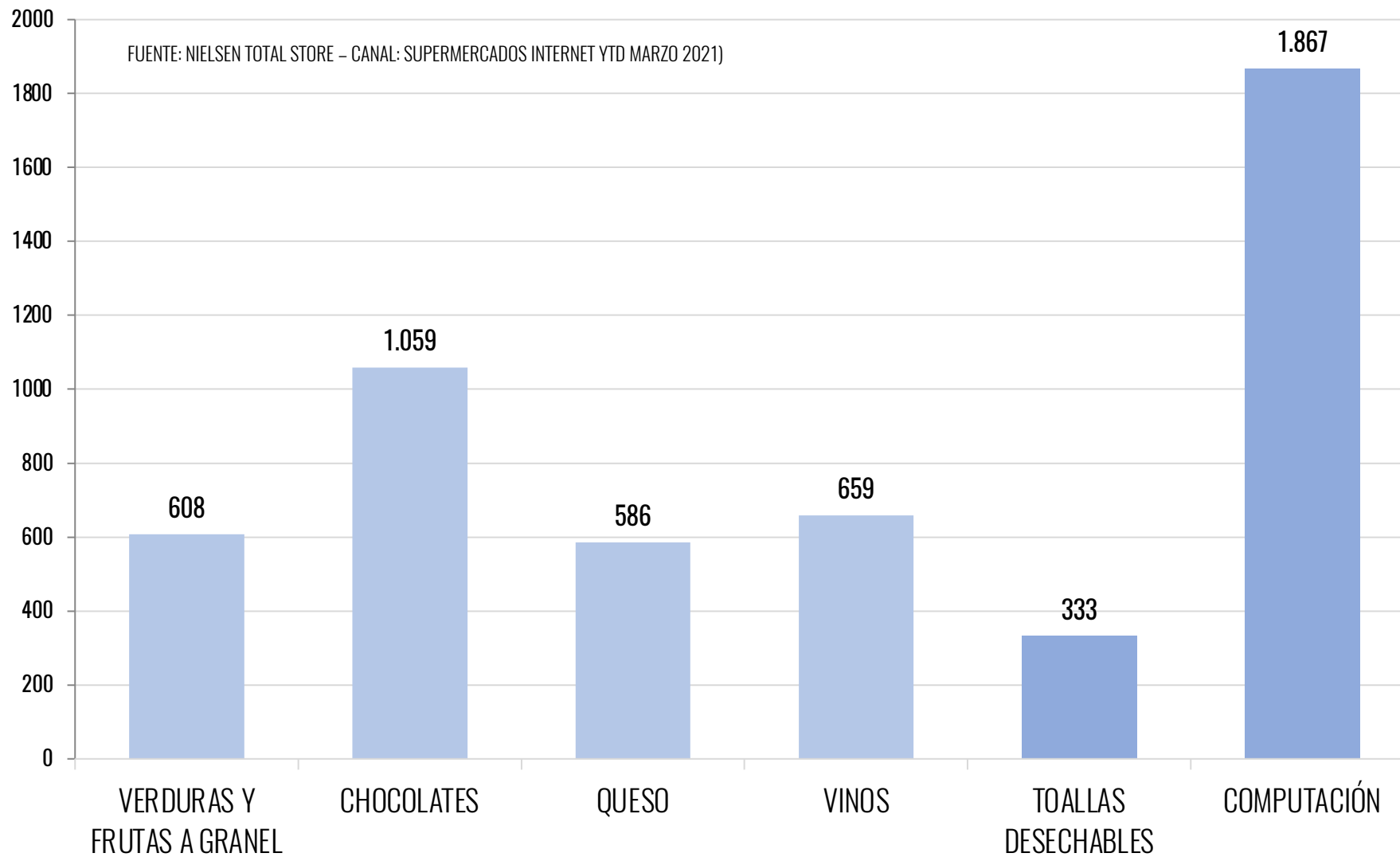
## Evolución de la participación de algunas categorías dentro del gasto total online declarado por consumidores



## Crecimiento ventas canal online de supermercados Q1 2021 (Var % en 12 meses)



## Crecimiento ventas canal online de supermercados Q1 2021 (Var % en 12 meses)





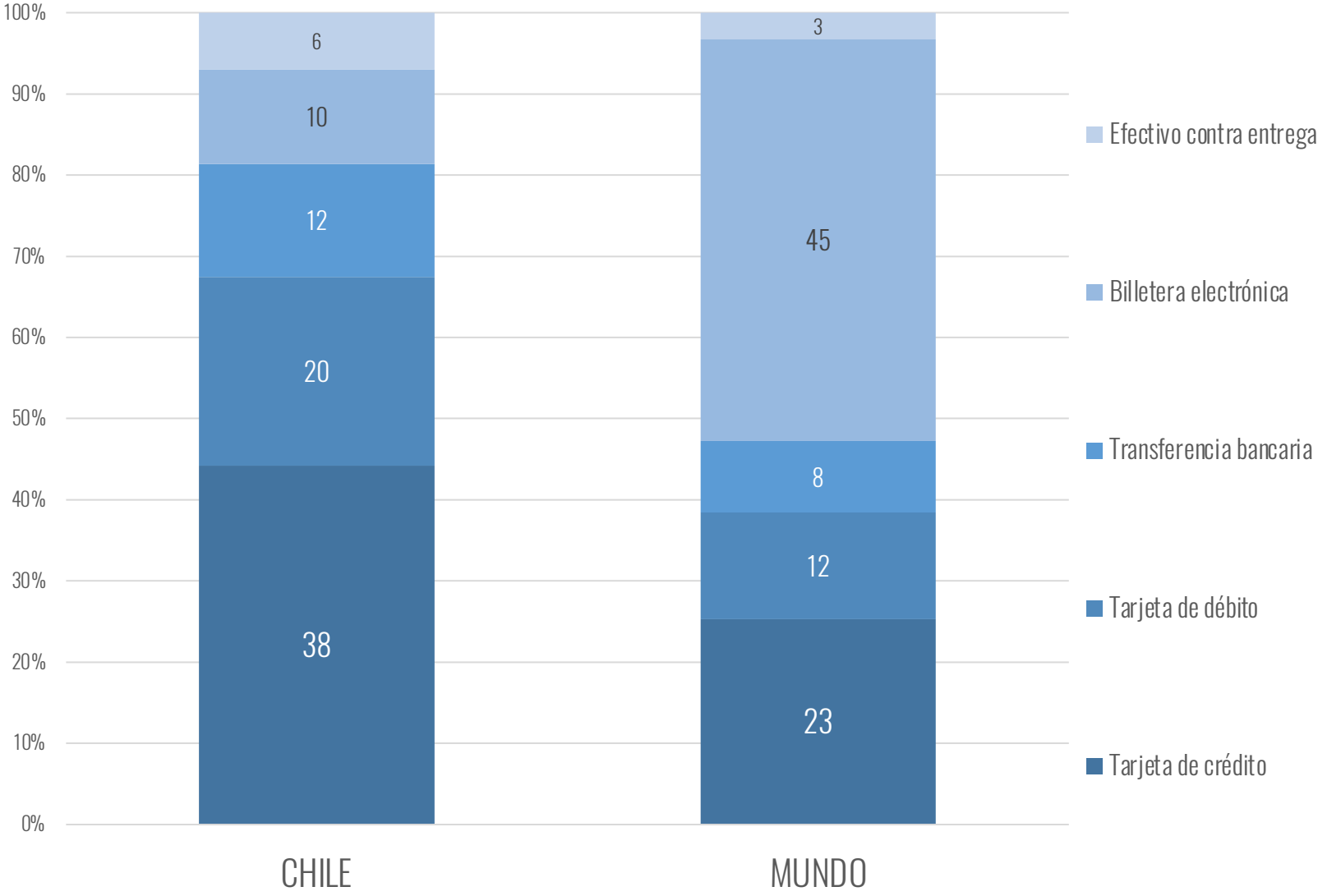
# Tendencias 2021

## Top 15 según consenso de expertos

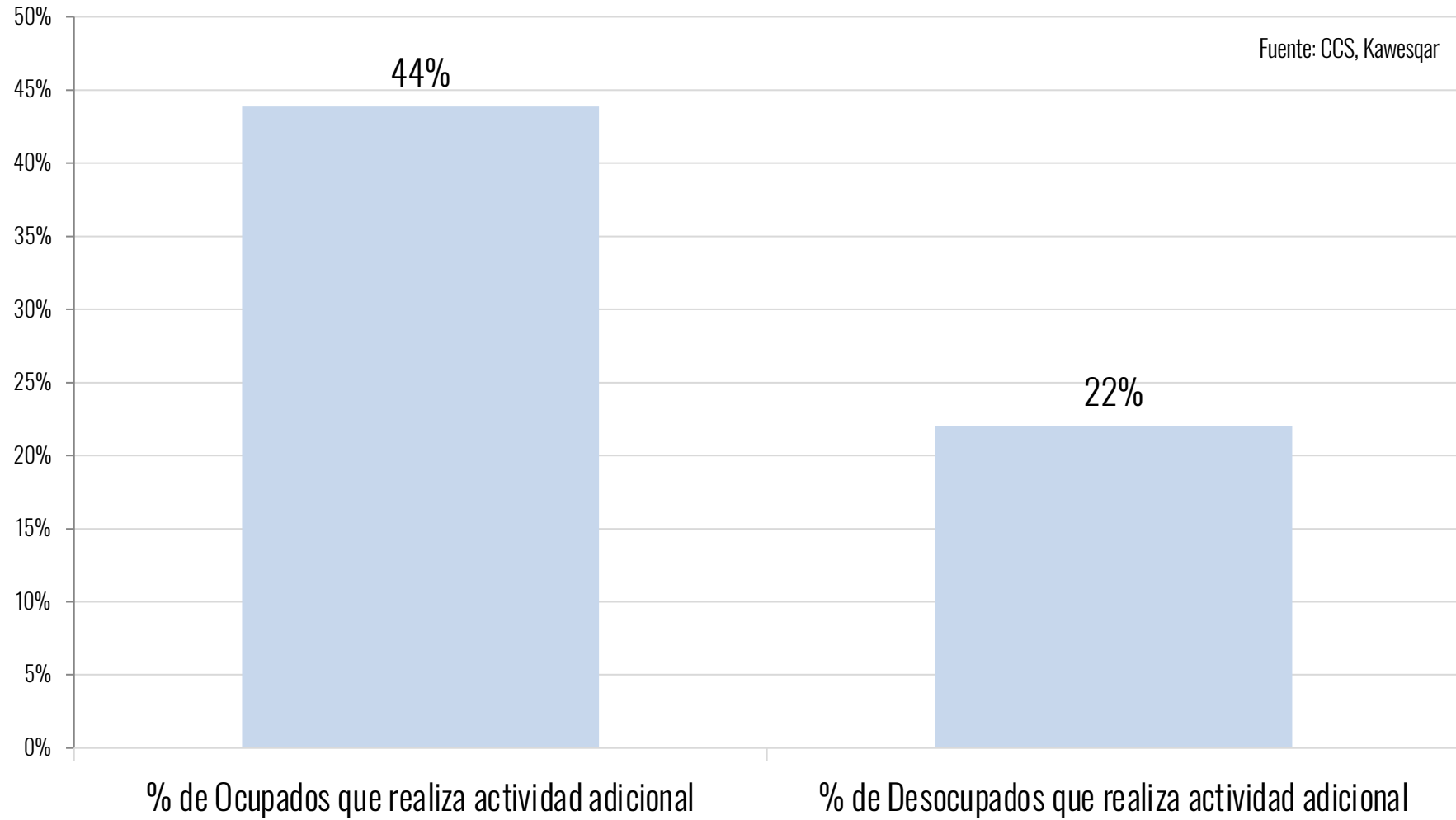
(Entre paréntesis ubicación en  
2019)

1. Comercio Social (7)
2. Omnichannel (8)
3. Comercio móvil (4)
4. Consumo Sostenible (-)
5. Inteligencia artificial - AI (1)
6. Búsqueda por voz (3)
7. Medios de pago (23)
8. AR/VR (Realidad aumentada y virtual) (2)
9. Experiencia del cliente (6)
10. Marketplaces (20)
11. Personalización (-)
12. Monederos electrónicos (21)
13. Big data, analítica, algoritmos (10)
14. Comercio por voz (-)
15. Logística (9)

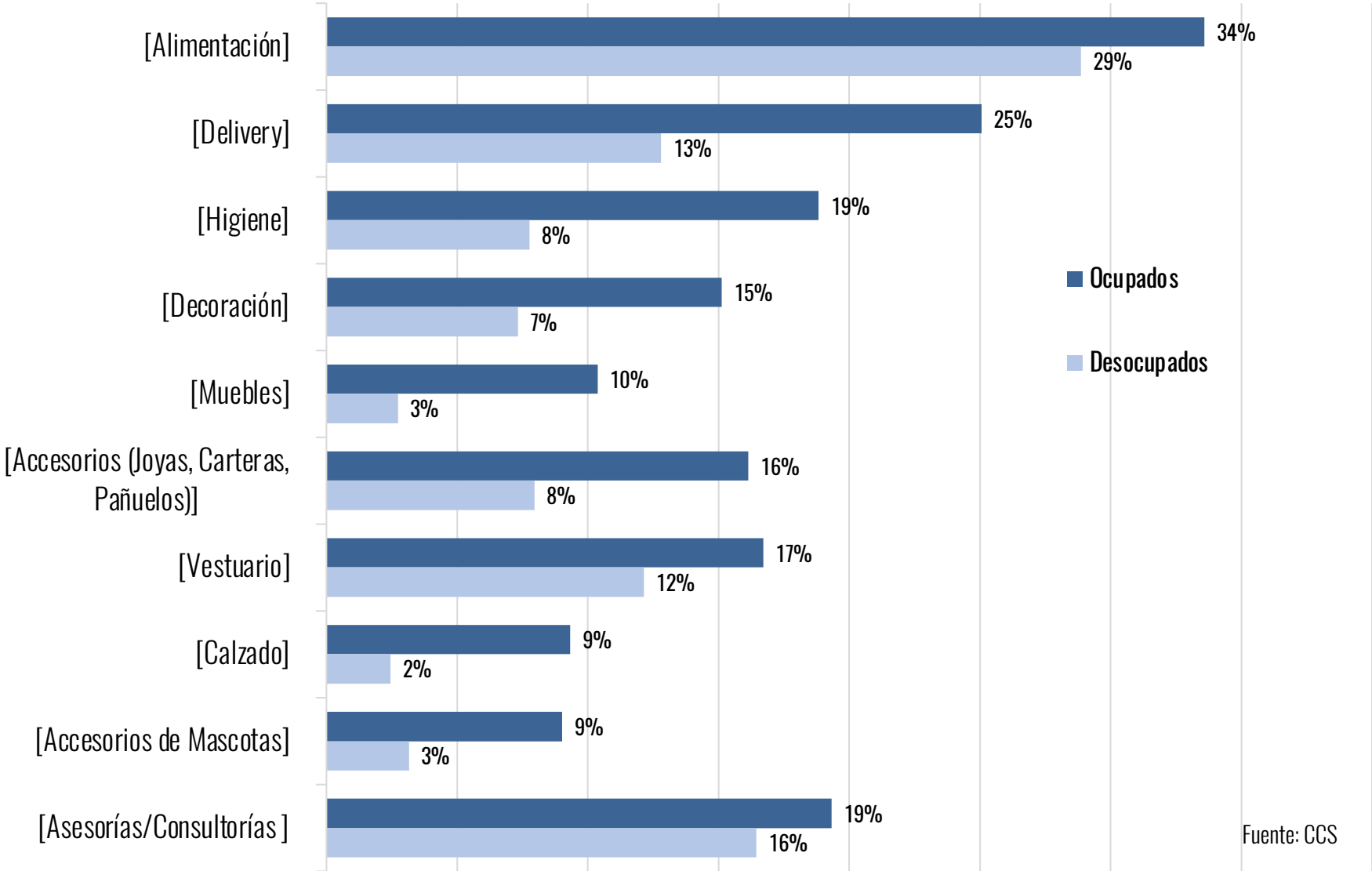
# Composición de medios de pago utilizados en el eCommerce



## Actividad complementaria de ingresos

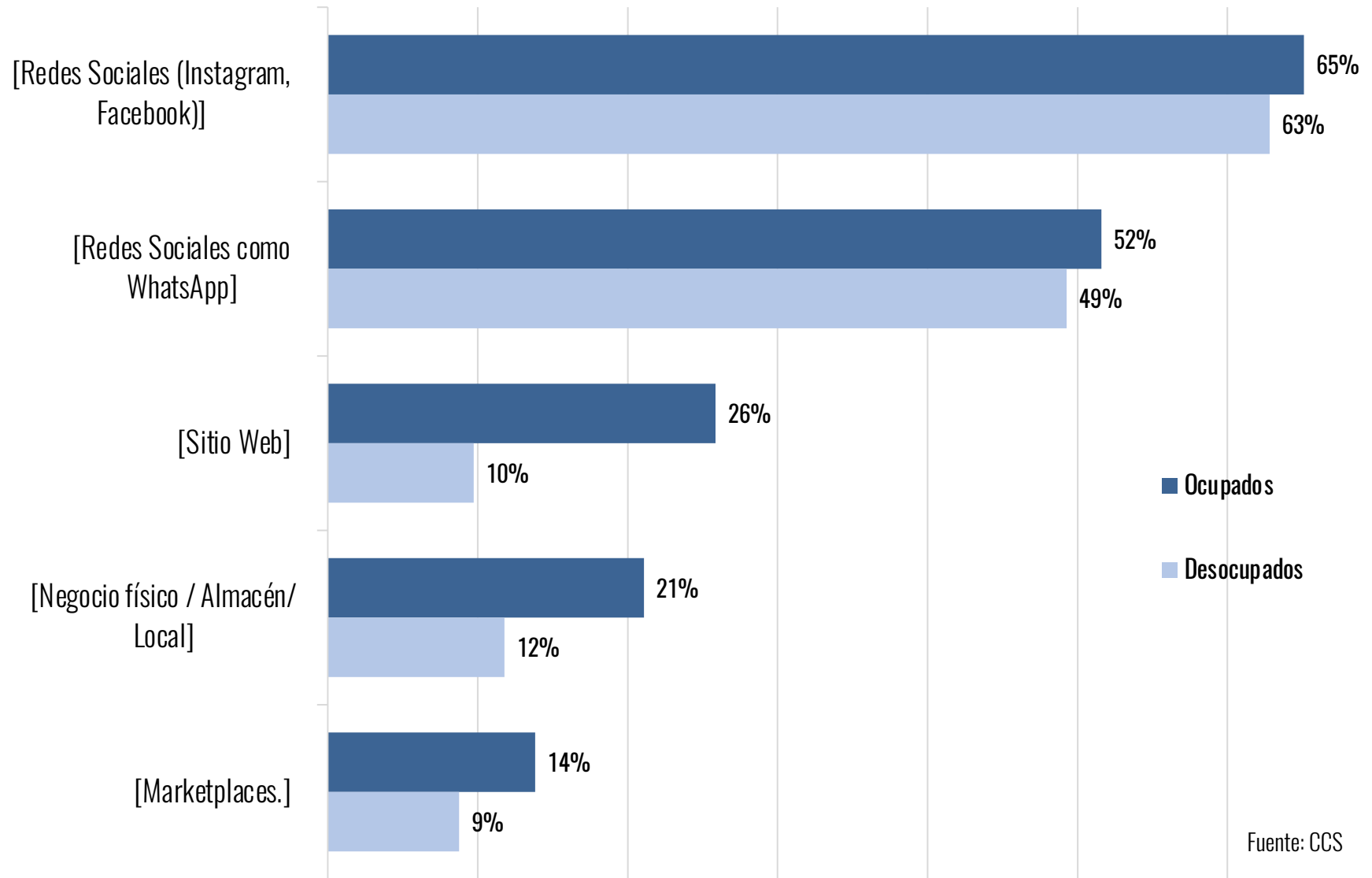


# Rubro de la actividad complementaria



Fuente: CCS

## Canal de venta



Fuente: CCS

# Tendencias 2021

## Salen del Top 15

(Entre paréntesis ubicación en  
2021 y 2019)

Chatbots (17-7)

Marketing Digital (66-11)

Influencers (20-12)

Desintermediación (- 13)

Búsqueda por imagen (53 - 14)

Blockchain - criptomonedas (17-15)

# **Tendencias 2021**

## Grandes ausentes

1. **Digital detox**
2. **Dark stores**
3. **Marketing conversacional**
4. **Contenido generado por los usuarios**
5. **Modelos descentralizados de colaboración**
6. **NFT**
7. **Tendencias demográficas**  
(mujeres, adultos mayores, GSE medios bajos)
8. **Categorías emergentes (alimentos, salud)**
9. **Modelos de suscripción**
10. **Comercio visual**

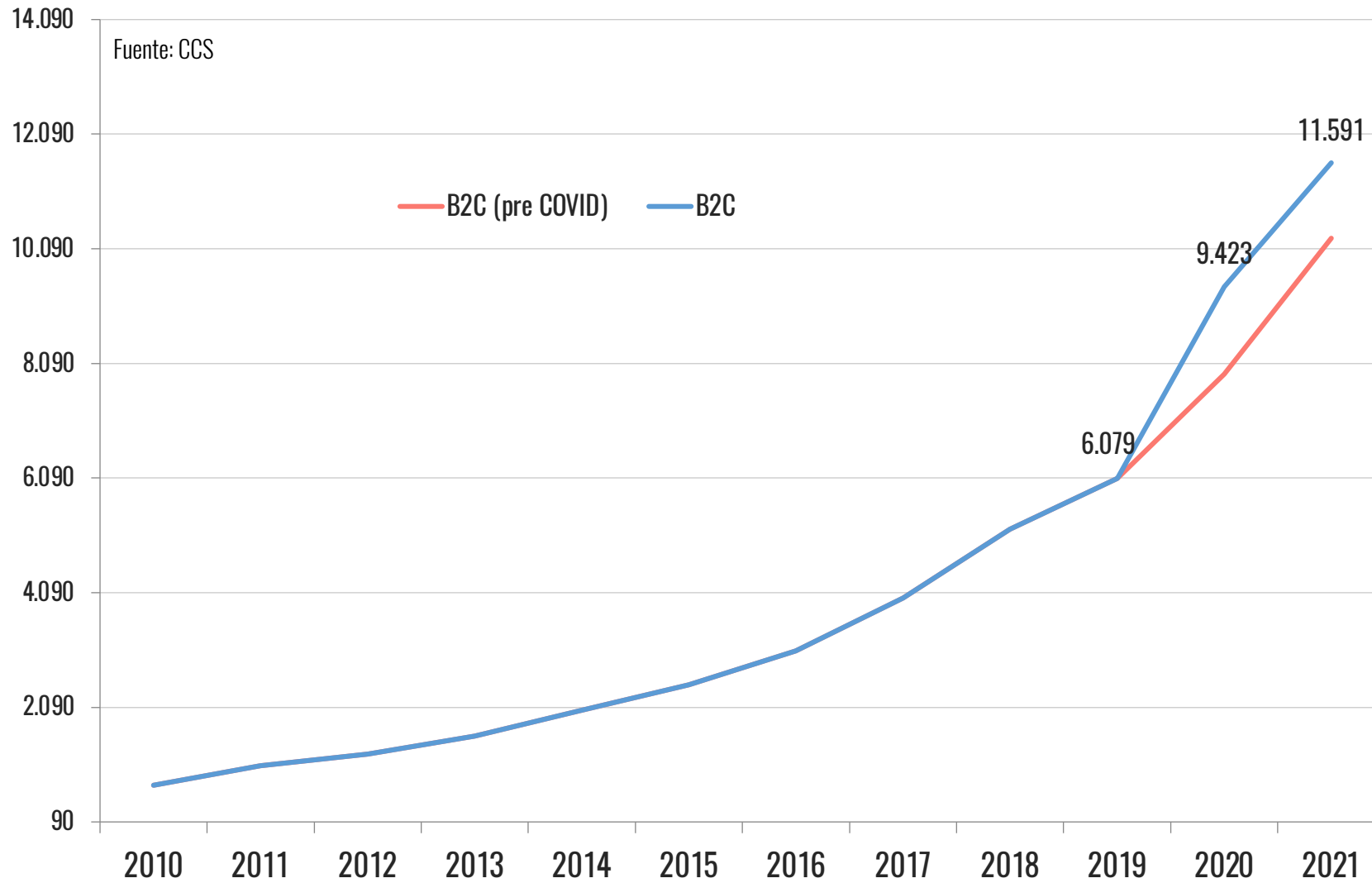
# **En Chile**

**(Algunos factores  
2021)**

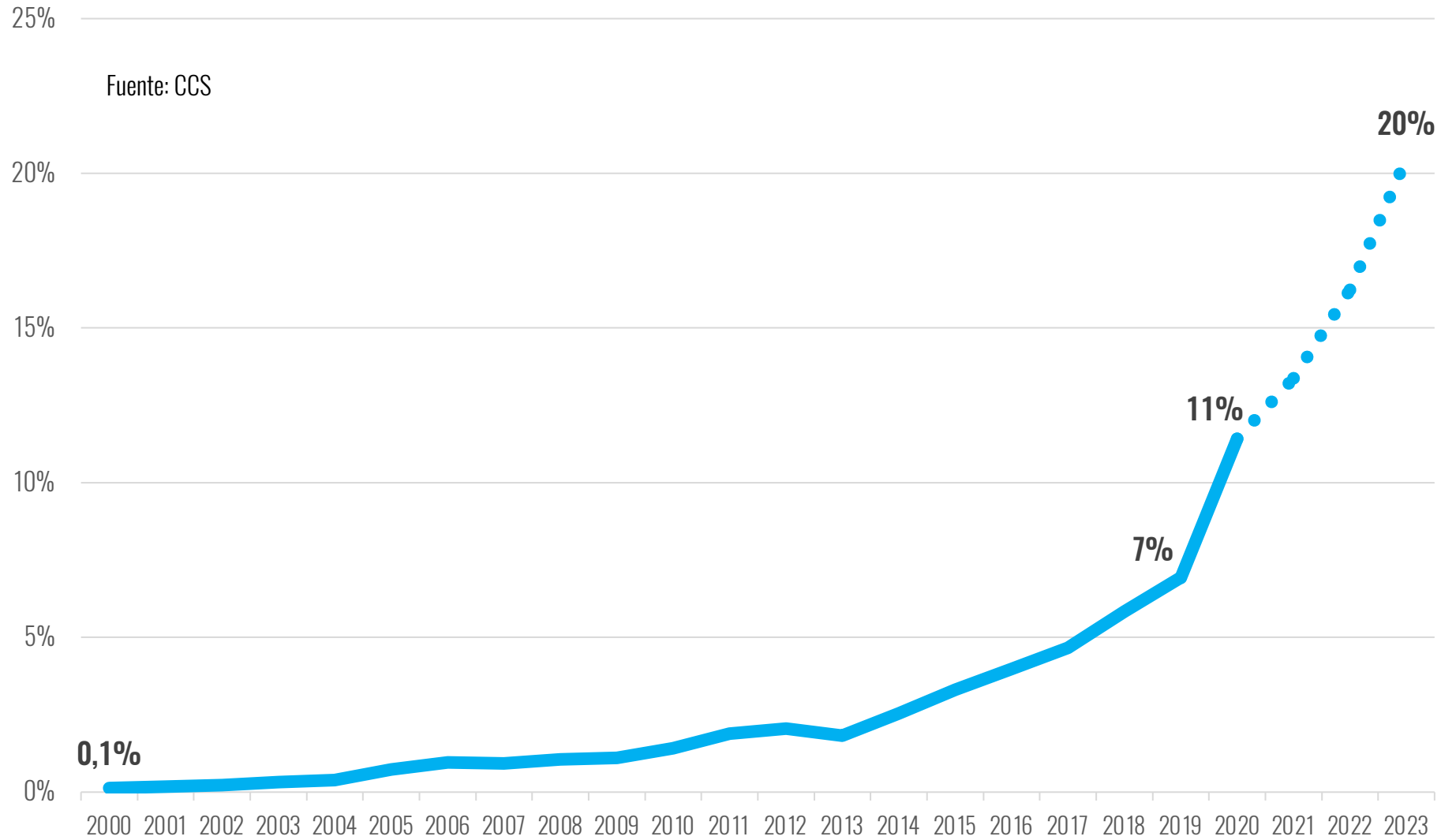
- **Impacto de nuevas medidas de confinamiento en el primer cuatrimestre**
- **Remanentes de retiros previsionales y posible 3er retiro + bonos estatales**
- **Primera etapa de madurez de oleada de nuevos compradores y vendedores 2020**
- **Nuevas capacidades de industria logística**
- **Reapertura gradual del comercio físico y repliegue online hacia nuevo equilibrio**
- **Recuperación parcial del segmento viajes hacia fin de año**
- **Mayor diversificación de métodos de pago**
- **Recuperación del comercio transfronterizo**



# Proyección e-commerce, escenario antes y después de COVID-19



# CHILE: Penetración B2C sobre Retail Total



# PERSPECTIVAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2021

GEORGE LEVER  
CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

**CCS**  
CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO