

RADAR

ITGlobers

MOTIVATE · INSPIRE · EMPOWER

ESTADÍSTICAS
GLOBALES
ECOMMERCE
PARA EL 2025





Obtén una visión del panorama del comercio electrónico global, con las principales estadísticas y tendencias a seguir para el 2025.

INTRO

Se proyecta que en 2024, aproximadamente 2.71 mil millones de consumidores han comprado en línea.

Sin embargo, este sector enfrenta desafíos significativos, incluyendo decisiones sobre inversión, identificación de mercados adecuados, y estrategias para atraer a compradores internacionales.

ÍNDICE

1. ¿Qué es el comercio electrónico global?

2. ¿Qué tan grande es el mercado de comercio electrónico?

3. Principales estadísticas globales de comercio electrónico

- LATAM continúa adoptando el ecommerce en los próximos años.
- Casi la mitad de los compradores estadounidenses están gastando más en línea en 2024.
- Aumento de la tasa de conversión promedio en sitios de comercio electrónico.
- El comercio electrónico B2C global alcanzará los \$9 billones para 2032.
- Aumento del comercio vía social media.
- El 89 % de los minoristas prevén un aumento en ingresos entre el 1% y el 9% para finales de 2024.
- 47% de los líderes indicaron que la rentabilidad del comercio electrónico es un motor principal para el aumento del margen operativo en 2024.
- Tiempo promedio global para materiales de producción.
- IA mejorando la visibilidad completa de la cadena de suministro.

4. Tendencias Globales a Observar

- Presiones inflacionarias globales.
- Nueva mezcla de canales de Marketing.
- Entregas más rápidas.
- Crecimiento de devoluciones en línea.
- Crecimiento de ventas en China y APAC.

5. Establece tu estrategia de ecommerce teniendo en cuenta nuevas presiones

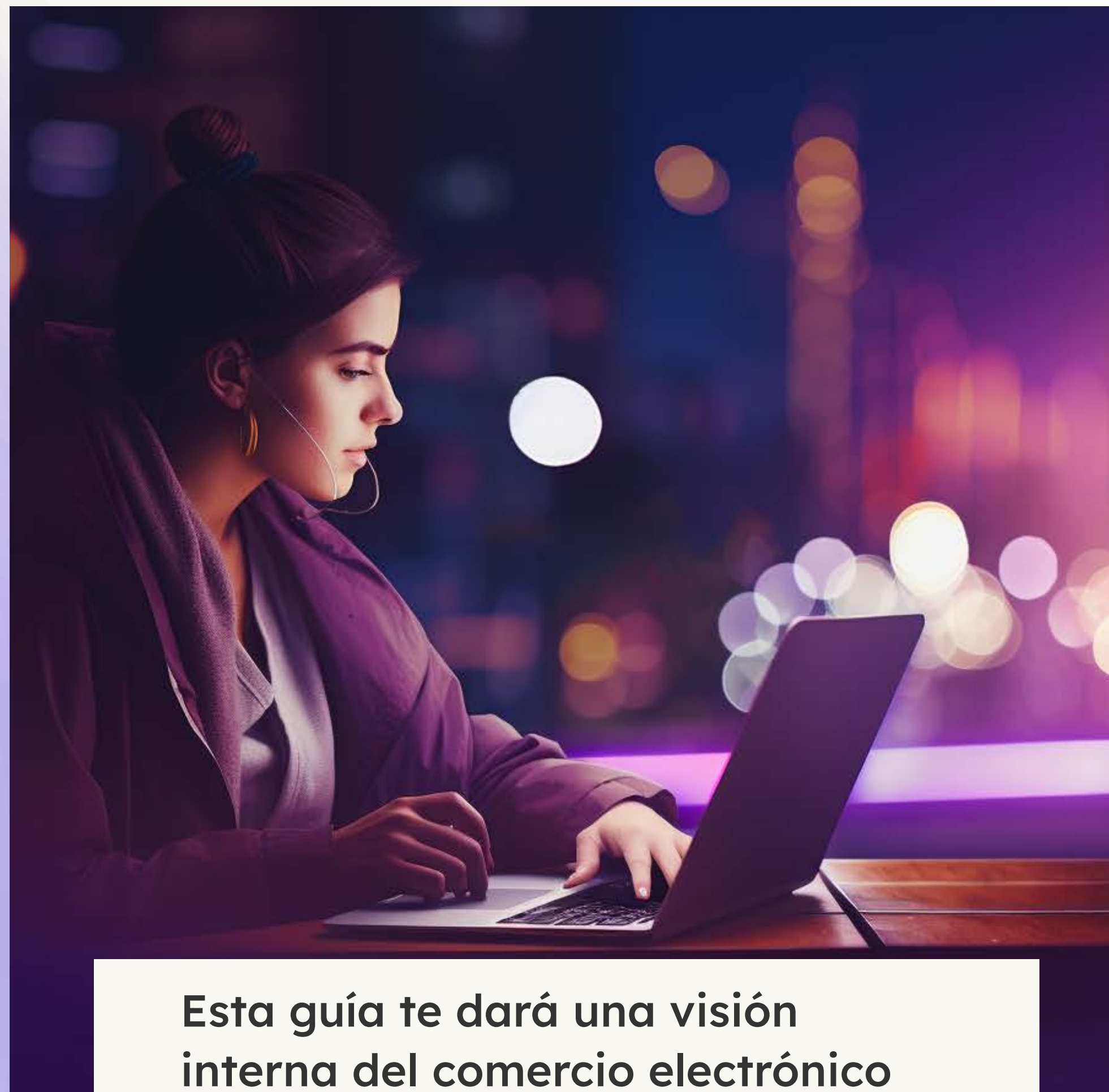
- Precios.
- Pagos.
- Atención al cliente.
- Envío y logística.



1. ¿Qué es el comercio electrónico global en la actualidad?

El ecommerce es muchas cosas: cross-border, borderless business e international online retail. Pero más importante que lo que es, es lo que no es.

El ecommerce no es un lujo, ni es adoptar una estrategia entre muchas, es adaptar tu negocio al mercado actual en donde se proyectan alrededor de 2.71 mil millones de consumidores en línea al cierre del 2024.



Esta guía te dará una visión interna del comercio electrónico global, con consejos sobre cómo puedes expandirte en el mercado.

No obstante, también está lleno de preguntas:

- ¿Dónde invertir?
- ¿Qué países presentan el mejor ajuste entre producto y mercado?
- ¿Cómo atraer a clientes no locales?
- ¿Qué variable es más importante: monedas, opciones de pago o algo completamente diferente?

2. ¿Qué tan grande es el mercado de comercio electrónico?

\$4.8 trillones_(usd)

es la proyección de 2025 para el mercado del comercio electrónico global.

\$36 trillones_(usd)

es el estimado de alcance del ecommerce B2B alcance para el 2026

23 %

de aumento, aproximado de las ventas retail que se realizarán en línea para el 2027.

“Mientras que gran parte del enfoque en el ecommerce se centra en Estados Unidos y Canadá, hay mucho que aprender de otros grandes actores internacionales que están viendo una tasa de crecimiento del ecommerce aún más acelerada. Los comerciantes pueden cambiar dónde vender basándose en estos datos y la demanda de ecommerce de estos países. Es por eso que hemos abierto centros de cumplimiento de ShipBob en Canadá y el Reino Unido y estamos a punto de abrir otro en Australia”.

Casey Armstrong, CMO ShipBob,



S Principales estadísticas globales



**Crecimiento
proyectado
del **22 %** entre el
2023 y el 2026.**

LATAM continúa adoptando el comercio electrónico

América Latina (incluyendo Perú, Brasil, Argentina, Chile, Colombia y México) verá un crecimiento del 22 % entre 2023 y 2026, acumulando más de \$700 mil millones en ventas minoristas en línea combinadas.

Hay una creciente clase media y un aumento en los ingresos disponibles en LATAM. El comercio electrónico es uno de los muchos bienes y servicios que se benefician de este cambio socioeconómico.

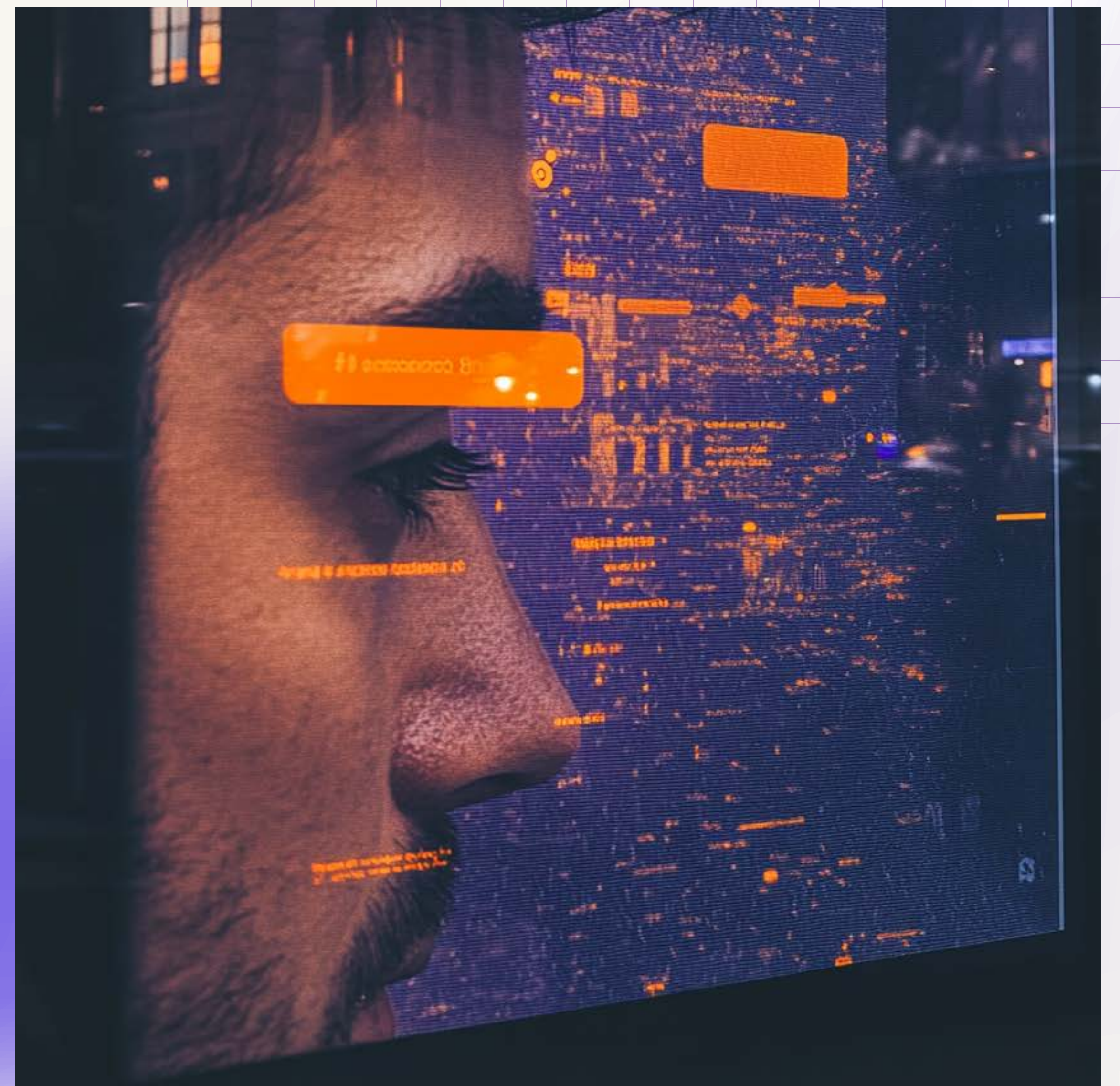
Casi el 50 % de los consumidores en Estados Unidos tienen la intención de realizar más compras en línea en 2024.

Aproximadamente el 42 % de los estadounidenses encuestados afirmaron que planeaban comprar más en línea durante el próximo año, según Retail Dive.

Un factor importante para realizar compras en línea es la comodidad, mientras que no poder probar los productos es cada vez menos preocupante.

Según los resultados de la encuesta, el 29 % de los encuestados calificaron los precios bajos como la principal característica de las compras en línea, seguidos por los tiempos y costos de envío (21 %), El catálogo (21 %) y la facilidad de uso (19 %).

1. Precios bajos
2. Tiempos y costos de envío
3. Selección del producto
4. Facilidad de uso



A partir de enero de 2024, la tasa de conversión promedio en sitios de comercio electrónico fue del **1.88 %, un aumento del **0.14 %** respecto al año anterior**

IRP Commerce sugiere una tendencia positiva en la eficiencia de conversión a nivel global. Aunque el 0.14% puede parecer un número pequeño, indica mejoras en varios factores que influyen en las decisiones de compra del consumidor, como el diseño del sitio web, la experiencia del usuario, las ofertas de productos, los precios y las estrategias de marketing.



Se espera que el comercio electrónico B2C global alcance los **\$9 billones para 2032**

El mercado global B2C alcanzó \$4.8 billones (usd) en 2023 y se espera que crezca hasta \$9 billones (usd) para 2032, con una tasa de crecimiento del 7 % entre 2024 y 2027. El crecimiento continuo del comercio electrónico brindará a las marcas más oportunidades para expandirse internacionalmente.

Con herramientas como VTEX y tecnologías emergentes, puedes manejar fácilmente la localización, los requisitos regulatorios y los métodos de pago internacionales en un solo lugar.

WE ARE GLOBAL
LOVERS
OF
TECHNOLOGY

OUR PARTNERS

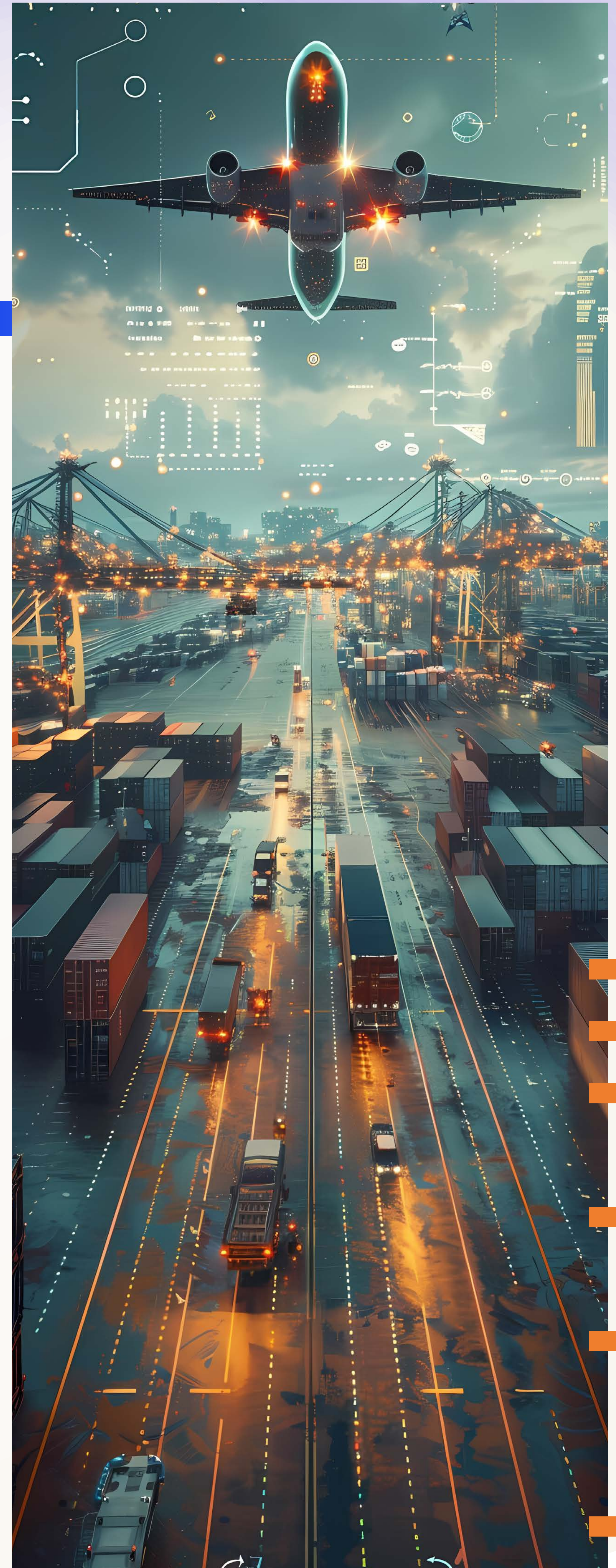


:in motion

STIBO SYSTEMS
MASTER DATA MANAGEMENT

emarsys

WWW.ITGLOBERS.COM



El comercio a través de social media está listo para crecer a una tasa compuesta anual (CAGR) del 30 % entre 2023 y 2030

Las estadísticas más recientes del comercio en social media mundial indican que el mercado alcanzó los 945.920 millones de dólares en 2023.

Se prevé que crezca a una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) de alrededor del 30 %, hasta alcanzar los 13 billones de dólares en 2033. Este crecimiento está impulsado por la creciente integración de plataformas de redes sociales como TikTok, Instagram y Facebook en el ecommerce, en particular con el uso cada vez mayor de compras en directo y contenidos de vídeo de corta duración.

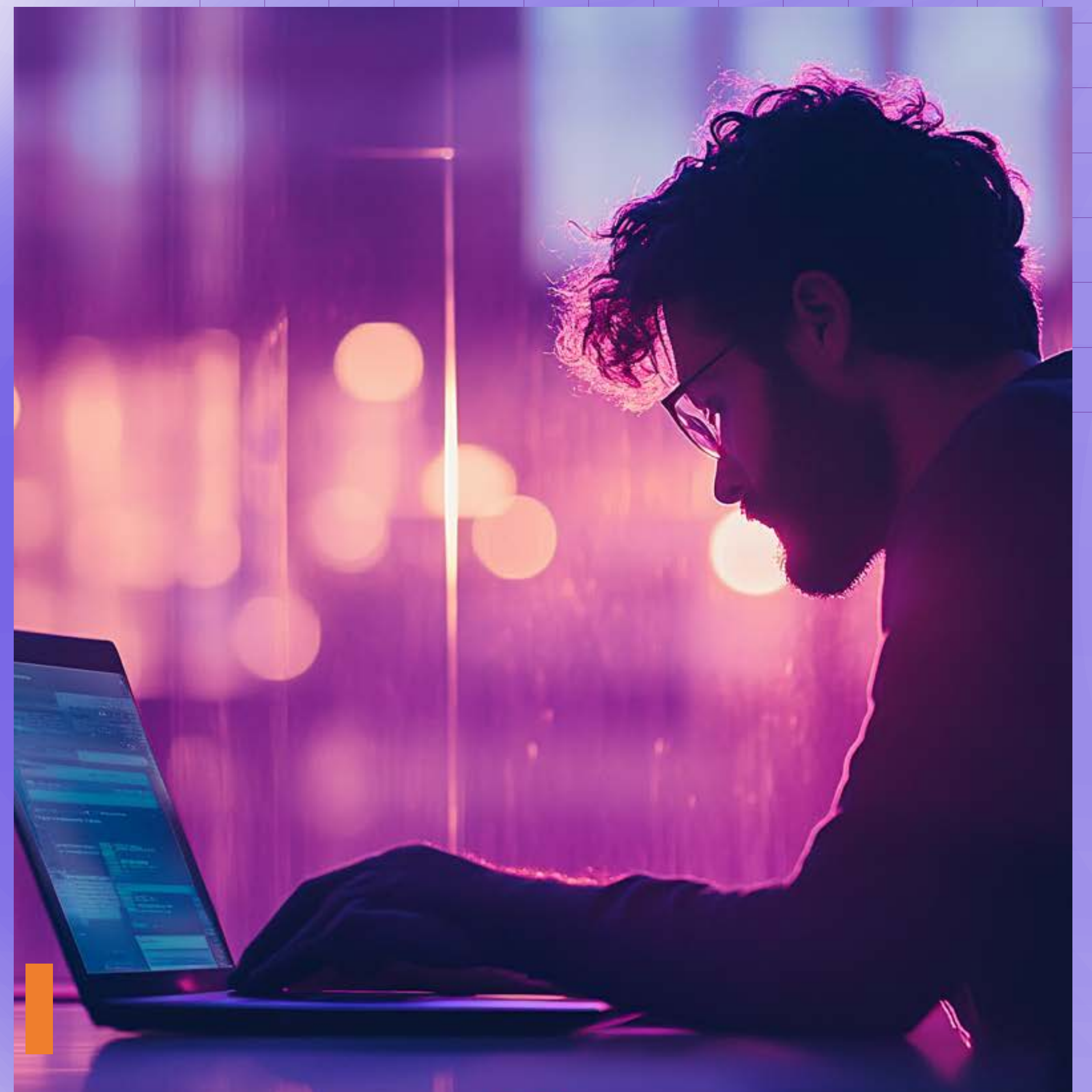


El 89 % del retail prevén un aumento en ingresos entre el 1 % y el 9 % para 2024:

El informe Global Retail Outlook report 2024 de Deloitte reveló unas perspectivas generalmente optimistas para el sector minorista mundial, a pesar de los continuos retos económicos.

Tras las perturbaciones causadas por el COVID-19, los minoristas se han adaptado a los cambios en el comportamiento de los consumidores, en particular al paso a las compras en línea. A medida que los mercados se estabilizan y los consumidores retoman sus hábitos de consumo habituales, los minoristas ven flujos de ingresos más constantes.

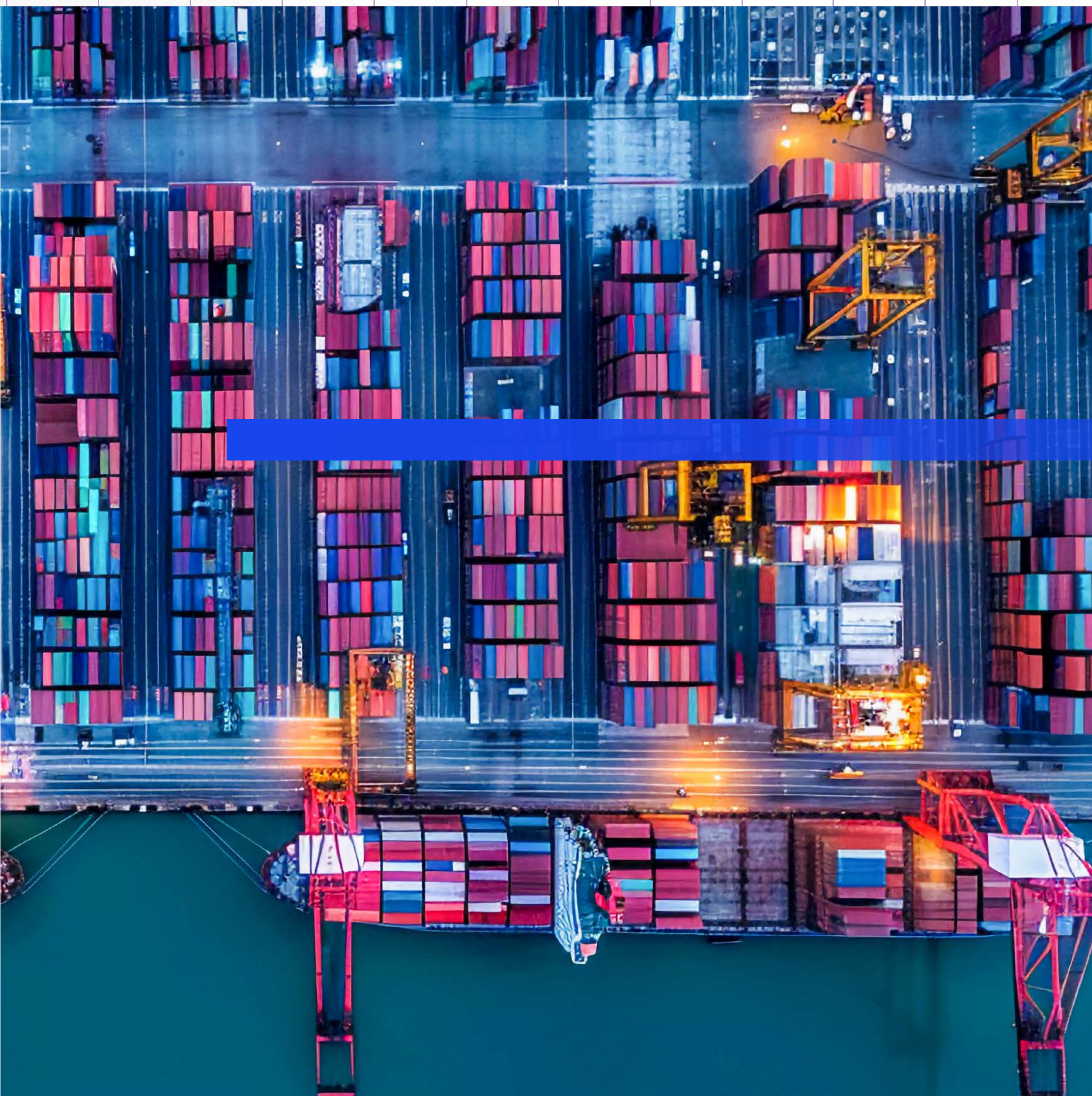
Aunque este impacto es global, los minoristas europeos esperan un mayor crecimiento de los ingresos, con una mayor proporción que anticipa un aumento del 5 % al 9 %.





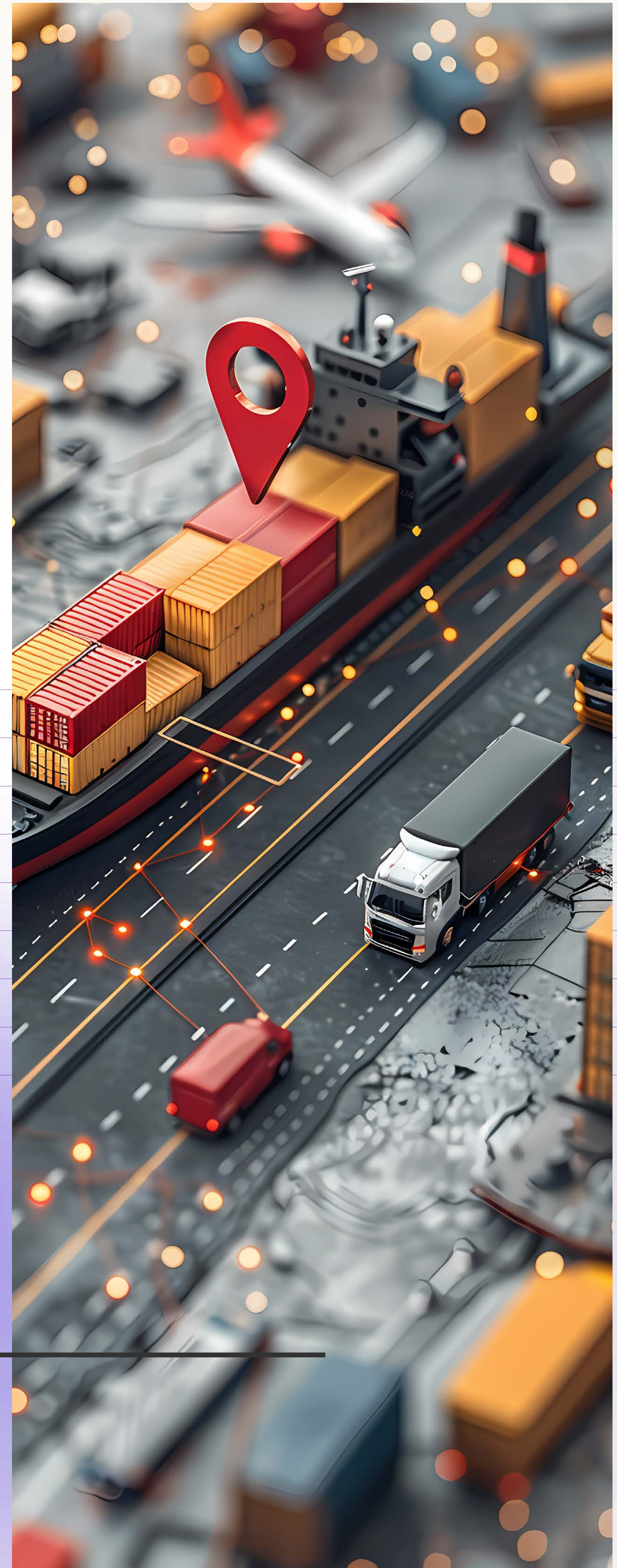
El 47 % de los líderes indicaron que la rentabilidad del canal virtual es un motor principal para el aumento del margen operativo en 2024

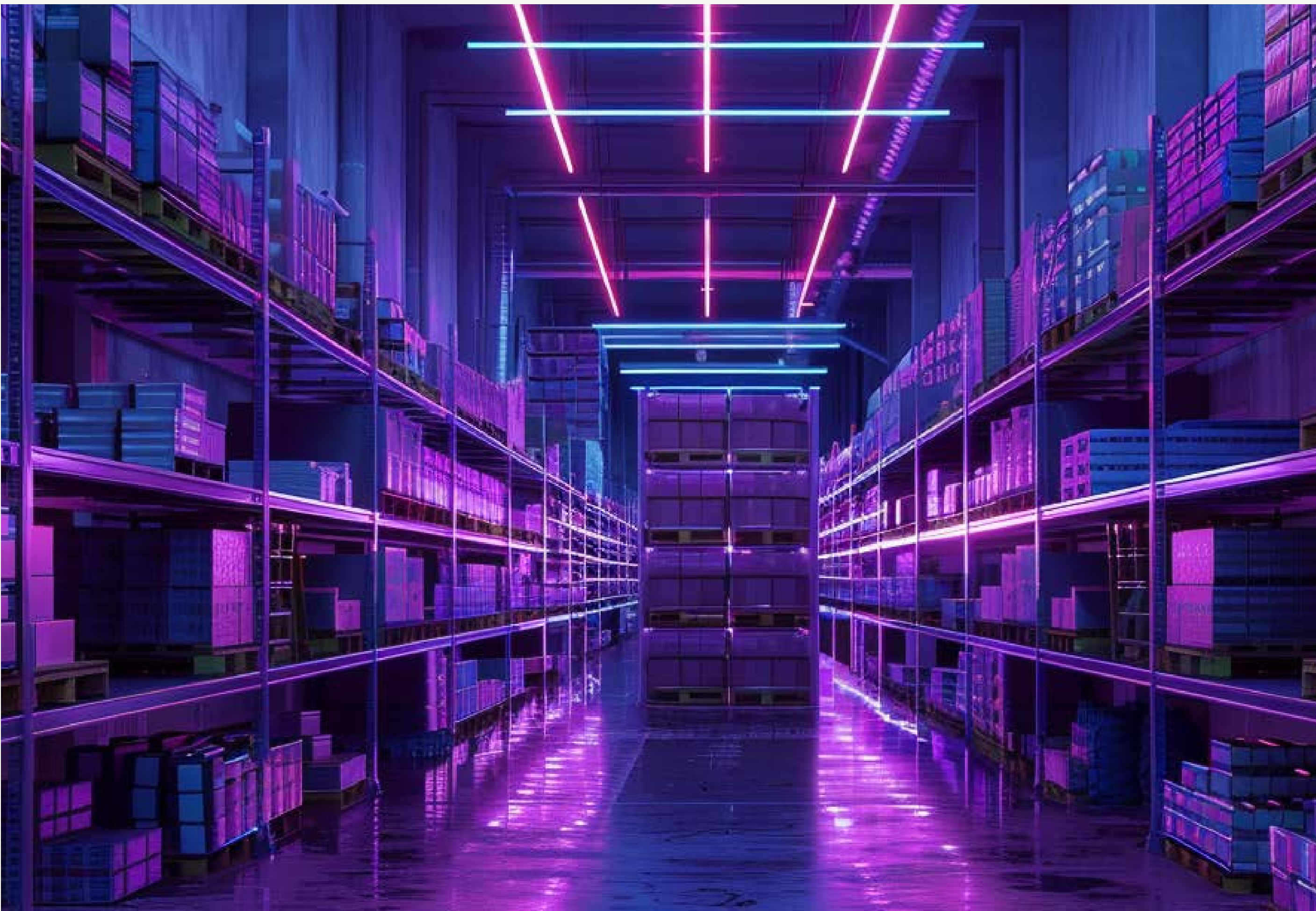
A medida que el comercio electrónico madura, Deloitte encontró que los minoristas se están enfocando en hacer que las ventas en línea sean más rentables en lugar de solo expandir su cuota de mercado.



El tiempo promedio global para materiales de producción fue de 79 días en abril de 2024

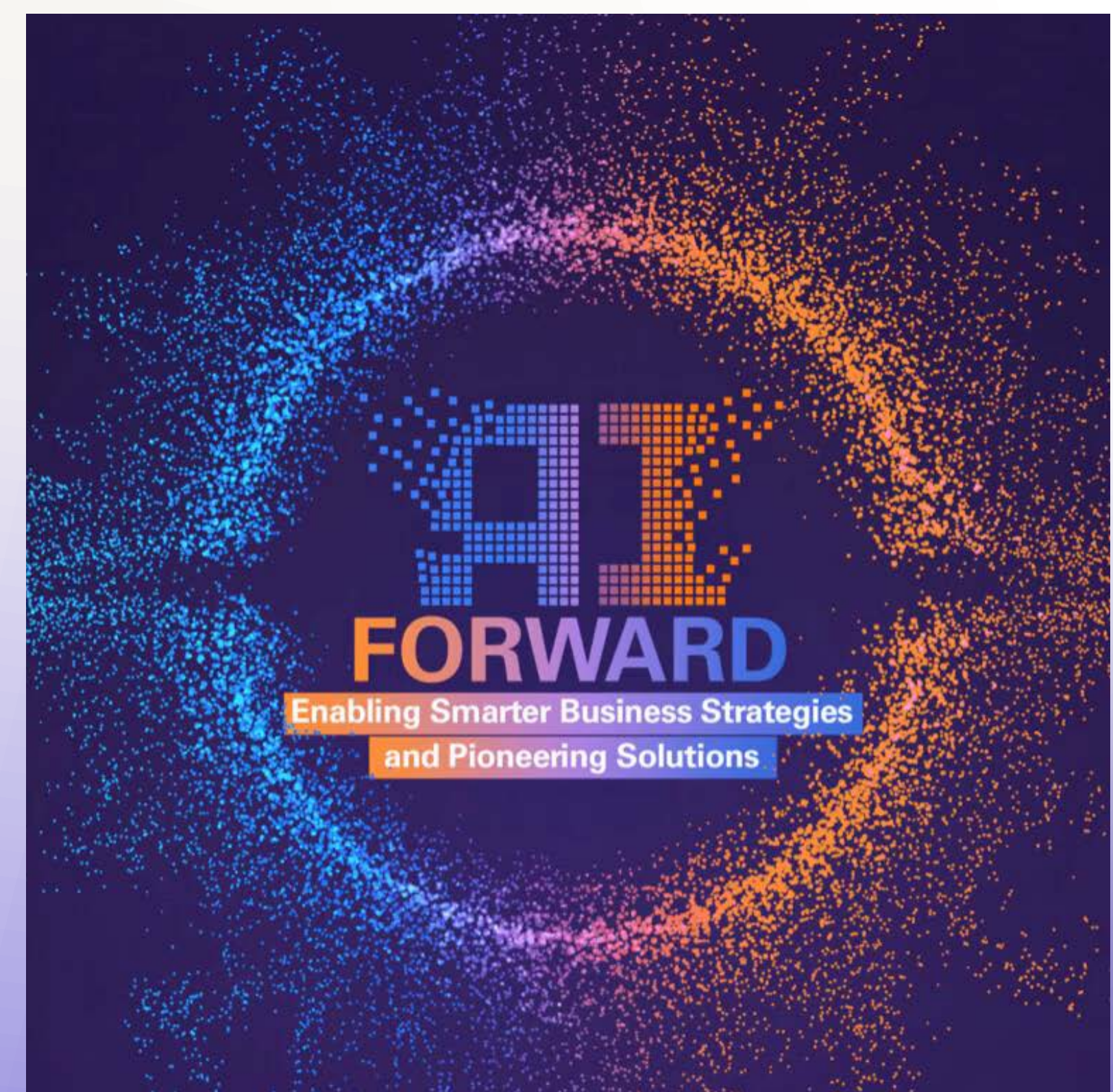
En abril de 2024, el tiempo promedio global para materiales fue de 79 días. Aunque esto representa una mejora respecto al pico de 100 días en julio de 2022, sigue siendo superior al promedio previo a la pandemia de 65 días en 2019.





El 46 % de los encuestados minoristas esperan que la IA mejore la visibilidad completa de la cadena de suministro

Las cadenas de suministro globales son redes complejas que abarcan múltiples geografías e involucran a muchos proveedores, fabricantes y socios logísticos.



4 Tendencias globales a observar

RADAR

ITGlobers

PRESIONES INFLACIONARIAS GLOBALES

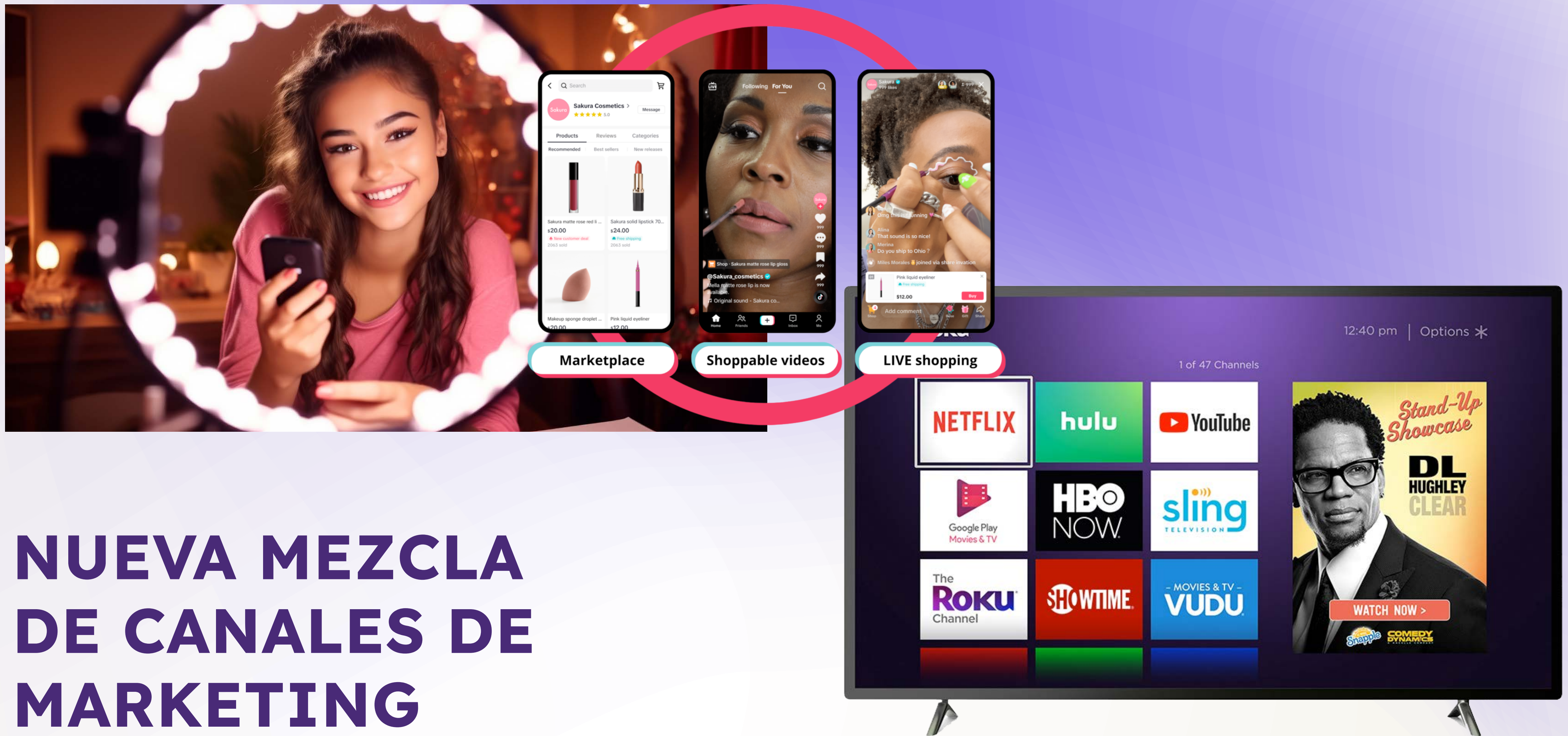
En 2024, la inflación sigue afectando al sector del comercio electrónico, impactando el costo de los bienes, el gasto del consumidor y las operaciones comerciales. El aumento en los costos de materias primas y transporte está llevando a precios más altos de los productos, lo que puede hacer que los consumidores sean más sensibles a los precios, reduciendo la demanda y afectando las ventas.

Una encuesta reveló que el 57 % de los consumidores están preocupados por la inflación, con un 72 % planeando cambiar sus hábitos de compra, incluyendo un 61 % de compradores adinerados.

Los minoristas también sienten la presión, con un 79% reportando el impacto de la inflación y un 72% planeando aumentar precios en los próximos seis meses.



Para adaptarse, algunas empresas de comercio electrónico están implementando estrategias de marketing omnicanal para crear una experiencia de compra fluida, lo que podría ayudar a contrarrestar los efectos negativos de la inflación.



NUEVA MEZCLA DE CANALES DE MARKETING

El comercio vía social media ha estado en el radar durante los últimos cinco años, con el lanzamiento de funciones de compra en Facebook e Instagram, y más recientemente, **TikTok Shopping**.

Sin embargo, como una extensión del comercio social, las compras en vivo han comenzado a hacerse más populares, el mercado del comercio en vivo en China fue en dolares de \$562 mil millones en 2023 y se espera que aumente a \$843 mil millones en 2025, representando el 19.2% de las ventas retail en 2023. En EE.UU., se esperaba que la transmisión en vivo alcanzara los \$31 mil millones en 2023, casi tres veces el tamaño en 2021.

Otro nuevo canal de marketing que se acerca es la publicidad en connected TV (CTV), que se refiere a anuncios que encontrarás en plataformas como Hulu, Roku y YouTube.

Se proyecta que el gasto en publicidad CTV en EE.UU. aumente de \$25 mil millones (usd) en 2023 a casi \$41 mil (usd) millones para 2027, mientras que el gasto en publicidad en TV lineal se espera que decline de \$61 mil millones a \$56 mil millones(usd) durante el mismo período. Este cambio indica una preferencia cambiante entre los anunciantes hacia CTV debido a su efectividad y la capacidad para alcanzar audiencias específicas más eficientemente.



Los costos logísticos y de entrega, especialmente la entrega de última milla, son desafíos importantes para la rentabilidad del comercio electrónico.

ENTREGAS MÁS RÁPIDAS PARA TODOS

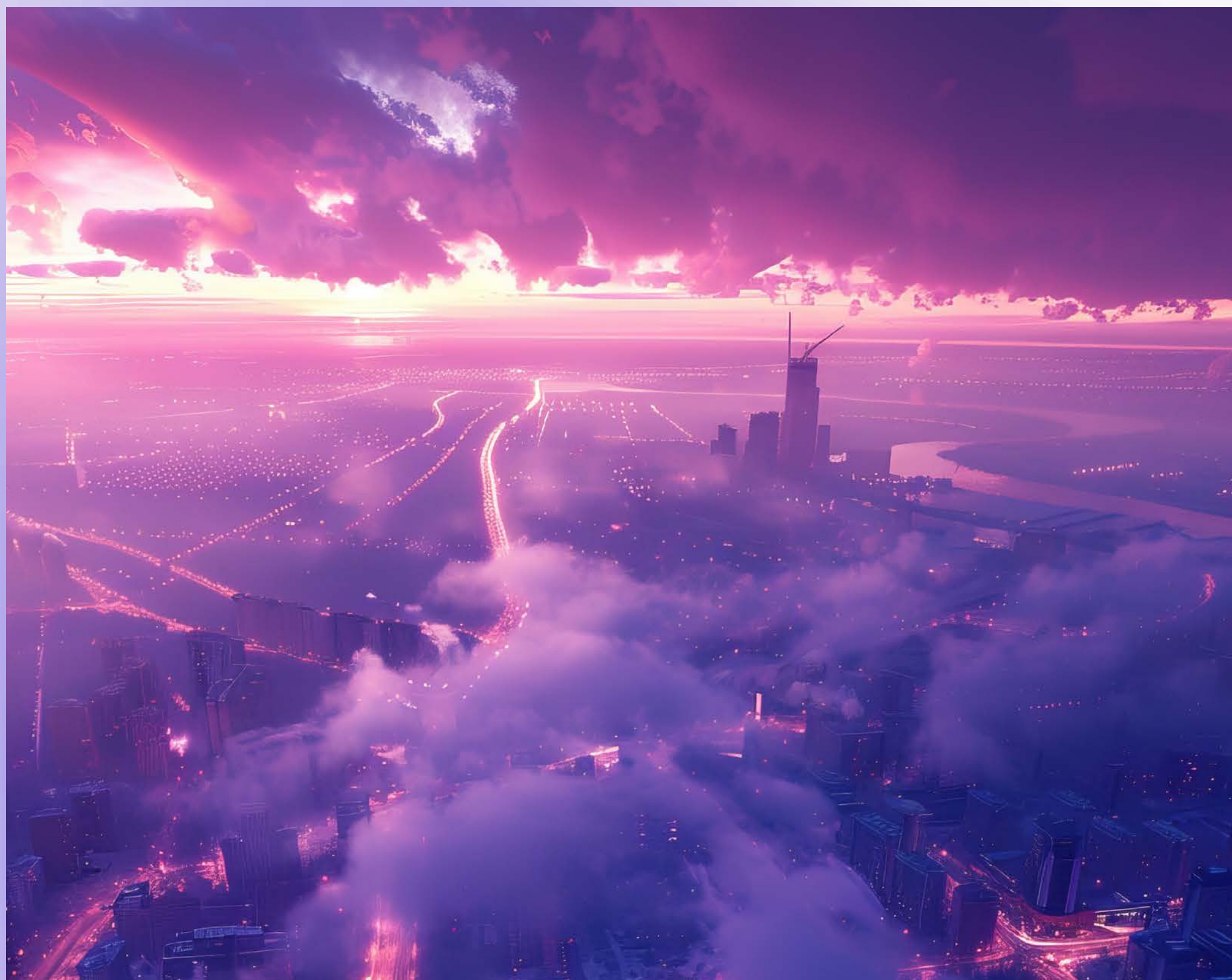
La tendencia hacia entregas más rápidas está remodelando el panorama global del comercio electrónico, ya que el retail lidia con la doble presión de controlar costos logísticos y satisfacer las crecientes expectativas del consumidor por rapidez. Los costos logísticos y de entrega, especialmente la entrega de última milla, son desafíos importantes para la rentabilidad del comercio electrónico.

A medida que más consumidores eligen minoristas basándose en su capacidad para proporcionar entregas rápidas, las empresas que no cumplan con estas expectativas corren el riesgo de perder ante competidores que sí lo hagan. En mercados donde la rapidez del servicio se ve cada vez más como parte de la propuesta de valor:

- **Inversión en infraestructura logística**
- **Centros automatizados**
- **Almacenes más pequeños y localizados estratégicamente**

CRECIMIENTO EN VENTAS EN CHINA Y APAC

El panorama del comercio electrónico en China y la región Asia-Pacífico (APAC) ha seguido evolucionando con un crecimiento significativo proyectado para cerrar el 2024. A pesar de un inicio lento en la primera mitad de 2023, el sector retail chino está retornando con signos positivos.



MÁS CONSUMIDORES COMPRARÁN DESDE MÓVILES

La generación Z está muy conectada con las compras y el gasto en redes sociales, con un 68 % buscando productos allí y un 22 % completando una compra. Siguiendo de cerca están los millennials con un 42 % navegando por redes sociales en busca de productos y un 21 % completando una compra.

Se esperan más aplicaciones de compras de marca, campañas de marketing por SMS y Facebook Messenger, así como integraciones para móviles.

ITGlobers









COLOMBIA · PERÚ · URUGUAY · MÉXICO · USA · CANADA · GERMANY · SPAIN · FRANCE · ITALY · ROMANIA



WWW.ITGLOBERS.COM

MARKETINGITG@ITGLOBERS.COM

OUR SERVICES

-  ECOMMERCE IMPLEMENTATION
-  BACKOFFICE OPERATION
-  INTEGRATION DEVELOPMENT
-  MOBILE APPS
-  WEB ASSESSMENTS
-  IT STAFFING
-  TRAINING ON VTEX
-  UX AND PRODUCT DESIGN

Bibliografía



<https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-shop-online>
<https://www.trade.gov/ecommerce-sales-size-forecast>
<https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>
<https://americasmi.com/insights/latin-america-e-commerce-market-projections-2024/>
<https://www.worldbank.org/en/news/feature/2012/11/13/crecimiento-clase-media-america-latina>
<https://www.statista.com/statistics/266064/revenue-growth-in-e-commerce-for-selected-countries/>
<https://www.pna.gov.ph/articles/1205987>
<https://www.retaildive.com/news/consumers-spend-online-2024-survey/701555/>
<https://www.irpcommerce.com/en/gb/ecommercemarketdata.aspx>
<https://www.cmswire.com/the-wire/b2c-e-commerce-market-report-2024-a-valuation-of-us-90-trillion-predicted-by-2032-imarc-group/>
<https://www.futuremarketinsights.com/reports/social-commerce-market>
<https://www.deloitte.com/global/en/Industries/consumer/analysis/global-retail-outlook.html>
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/manufacturing/global-supply-chain-resilience-amid-disruptions.html>
<https://www.emarketer.com/insights/mobile-commerce-shopping-trends-stats/>
<https://www.statista.com/chart/13139/estimated-worldwide-mobile-e-commerce-sales/>
<https://newsroom.accenture.com/news/2022/shopping-on-social-media-platforms-expected-to-reach-1-2-trillion-globally-by-2025-new-accenture-study-finds>
<https://www.pymnts.com/news/social-commerce/2023/gen-z-tops-millennials-on-social-media-shopping-and-spending/>
<https://www.emarketer.com/content/live-commerce-2023>
<https://www.retaildive.com/news/us-livestream-commerce-expected-to-surpass-31b-in-2023-report/644319/>
<https://www.thecurrent.com/consumers-streaming-tv-ctv-ads-linear-circana>
<https://www.thecurrent.com/consumers-streaming-tv-ctv-ads-linear-circana>
<https://www.emarketer.com/content/new-data-linear-tv-fell-below-50-viewing-share-july-first-time>
<https://www.emarketer.com/content/new-data-linear-tv-fell-below-50-viewing-share-july-first-time>
<https://www.gep.com/blog/mind/russia-ukraine-war-logistics-impact>
<https://www.thebci.org/news/what-does-supply-chain-resilience-mean-in-2024.html>
<https://www.whitehouse.gov/cea/written-materials/2023/11/30/issue-brief-supply-chain-resilience/>
<https://www.deloitte.com/global/en/Industries/consumer/analysis/global-retail-outlook.html>