

E-Commerce: Facturación online en Perú superaría los US\$ 11.000 millones el 2023

En los últimos años, el comercio electrónico ha logrado un importante avance a nivel mundial y regional. Del mismo modo, en el caso peruano, se aprecia que las transacciones en e-commerce reportaron cifras relevantes. Es así que, en el 2021, el valor de facturación alcanzó los US\$ 9.300 millones, representando una expansión del 55% respecto al año anterior.

Ante vertiginoso crecimiento, el vicepresidente de Market Development en Kushki, Rafael Hospina, estimó que las transacciones e-commerce podrían superar esta cifra llegando a los US\$ 11.000 millones en el 2023.

Durante su participación en la séptima edición del e-Summit Perú E-commerce, que organiza la Cámara de Comercio de Lima (CCL), mencionó que estos resultados también van en línea con el aumento del uso online de tarjetas de crédito, cuya penetración pasó de 12,5% en 2019 a casi el 50% en el 2021. Así también se aprecia un incremento sustancial de compradores por internet que ascendió de 6 a casi 14 millones en dicho periodo.

Ante los resultados óptimos, Rafael Hospina, instó a las empresas a seguir adoptando e implementando distintas soluciones tecnológicas y de digitalización para obtener procesos ágiles y eficientes, a fin de generar mayores ventas y captar más y nuevos clientes.

Búsqueda online

En esa línea, el director institucional de la CCL, Carlos Posada, sostuvo que solo en Lima, el 50% de la población realiza búsquedas online con intención de alguna compra, sea un producto o servicio.

Además, mensualmente se realizan más 2.300 millones de búsquedas vía online, pues de este grupo el 54% tiene la intención de ubicar tiendas físicas.

“Este número es importante porque permite focalizar hacia donde debemos apuntar los empresarios y las empresas, marcando nuestro objetivo y a qué clientes debemos llegar”, manifestó durante su participación en la séptima edición del e-Summit Perú E-commerce,

Venta digital

En esa línea, el líder del área de Tecnologías de la Información y Comercio Electrónico de la CCL, Jaime Montenegro, argumentó que si las marcas y empresas solo tienen presencia física mas no una tienda digital, estarán condenadas a desaparecer del mercado. “Incluso pueden aparecer competidores más pequeños que puedan ganar la partida de ventas”, comentó.

Precisamente en el 2019, en el Perú existían alrededor de 60.000 comercios con canales de venta en línea, en el 2020, durante la pandemia, la cifra se elevó a 260.000 y en el 2021 llegó a 300.000, es decir que, en ese periodo, el número de tiendas que venden por **e-commerce** se quintuplicó.

Además, añadió que, en el 2021, más de 13 millones de peruanos han realizado compras por internet, de esto, el 70% está localizado en Lima.

Asimismo, entre las categorías de mayor demanda en la compra online destacan tecnología (57,70%), moda (49,20%), hogar (37%), comida a domicilio (31,9%) y viajes (25,15%).

“Entre las principales razones de los consumidores para comprar vía online figuran el ahorro en tiempo, comparación de precios y variedad antes de la compra, comodidad de comprar el producto desde casa, ubicar productos no disponibles en tiendas físicas, etc.”, anotó.