

ECONOMÍA DIGITAL

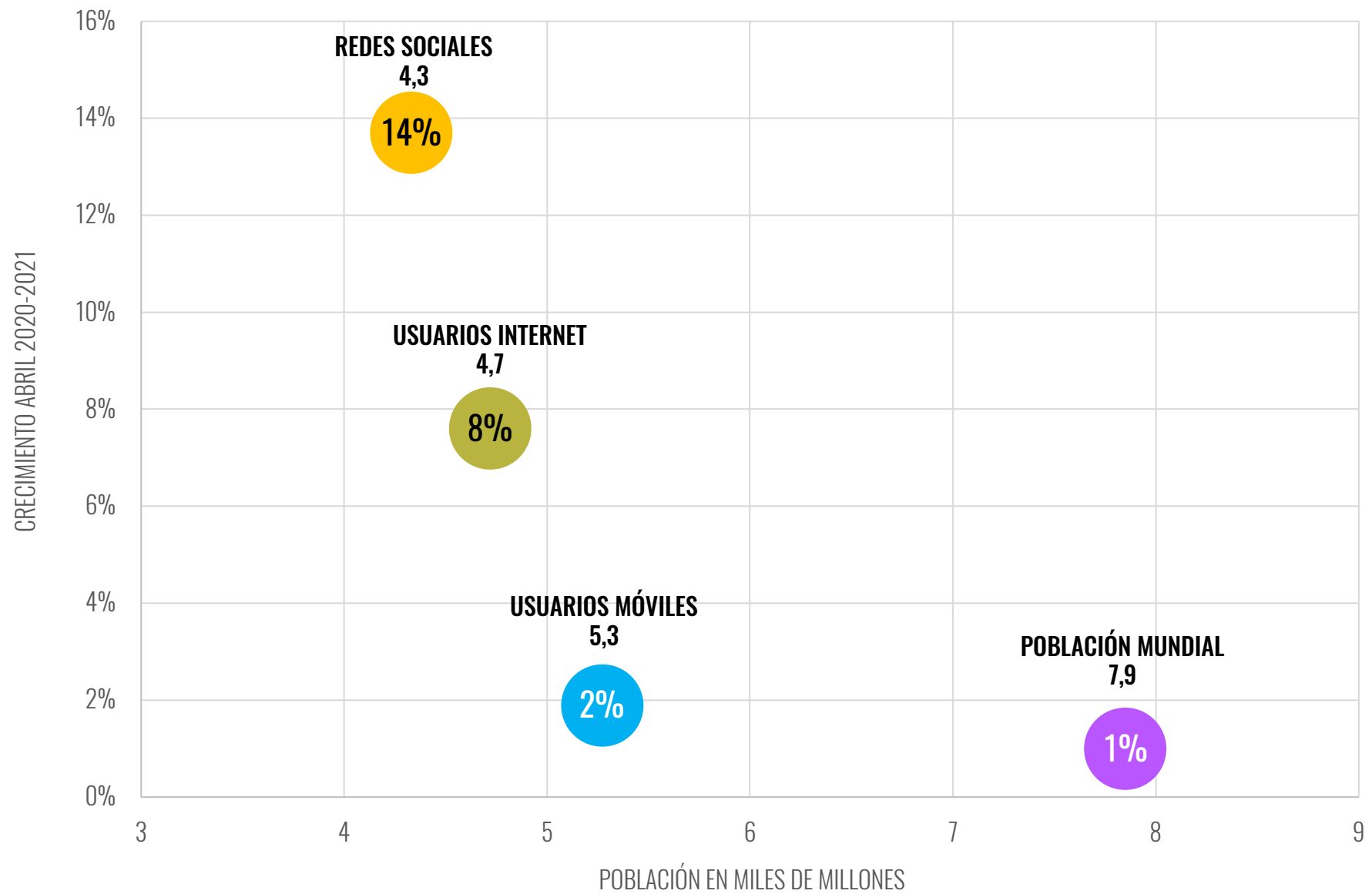
SEPTIEMBRE 2021

George Lever

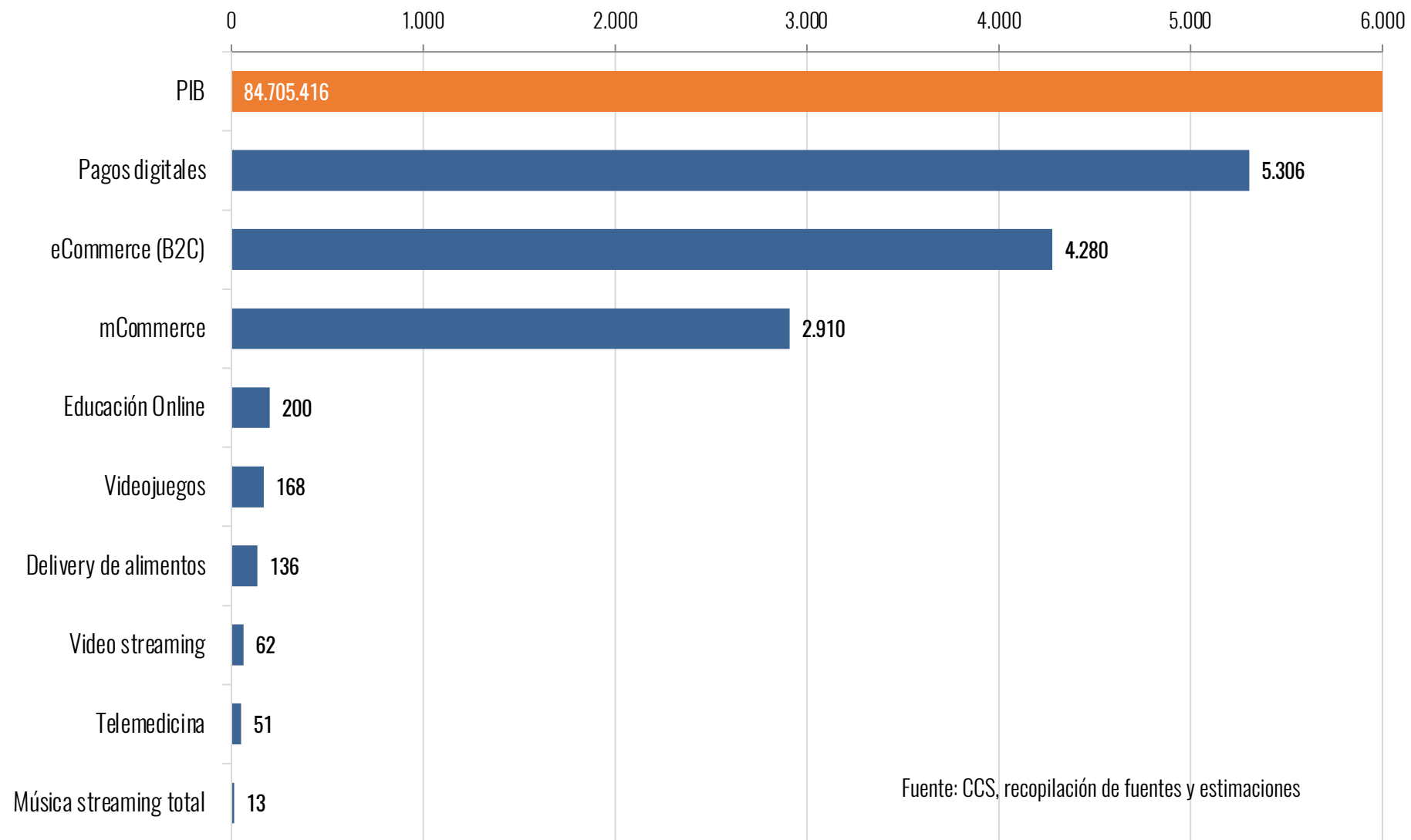
Director Centro Economía Digital

CCS
CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

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



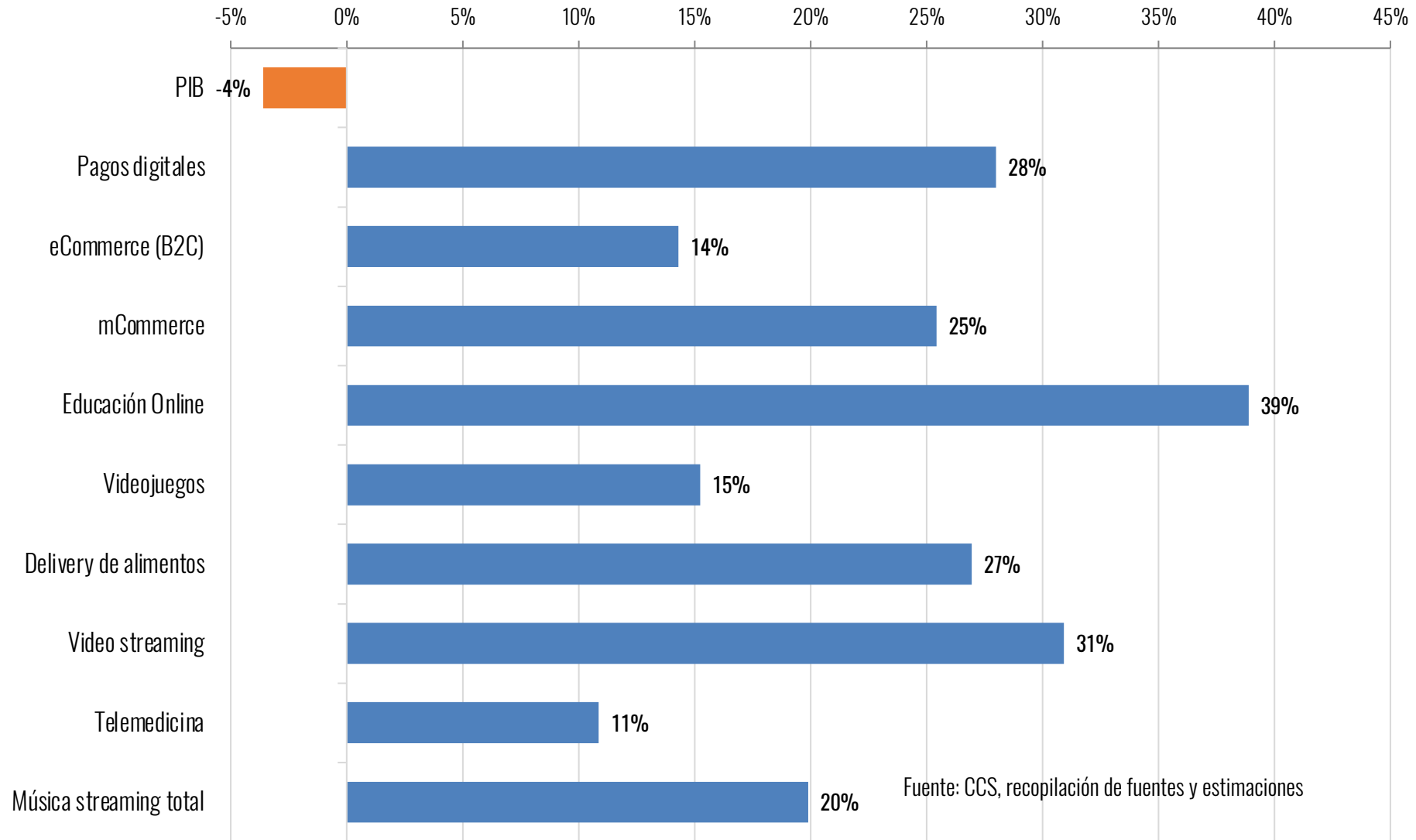
Ingresos globales de cada sector en 2020 (MMUS\$)



Fuente: CCS, recopilación de fuentes y estimaciones

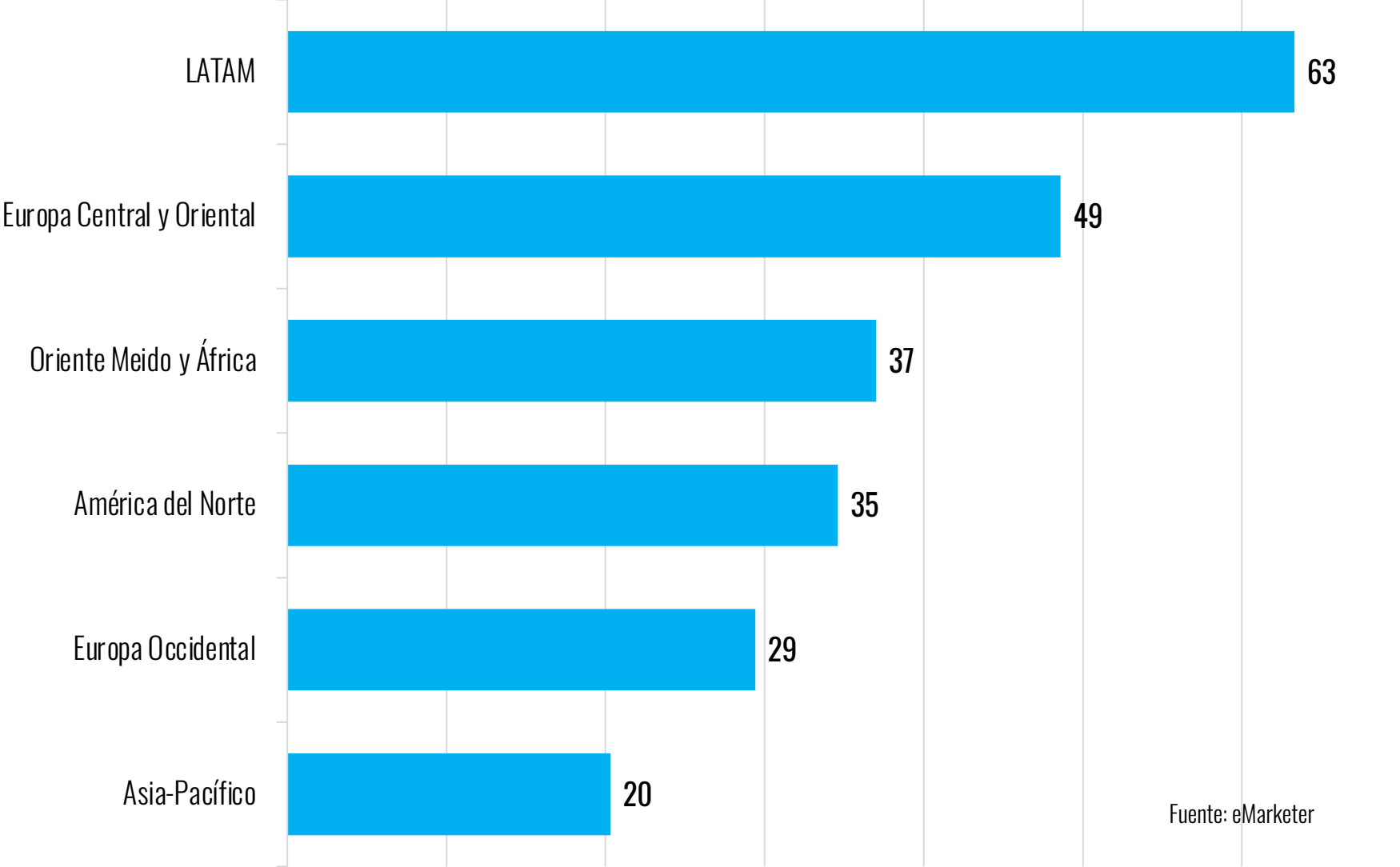
Crecimiento global de cada sector en 2020

(Variación anual)



Fuente: CCS, recopilación de fuentes y estimaciones

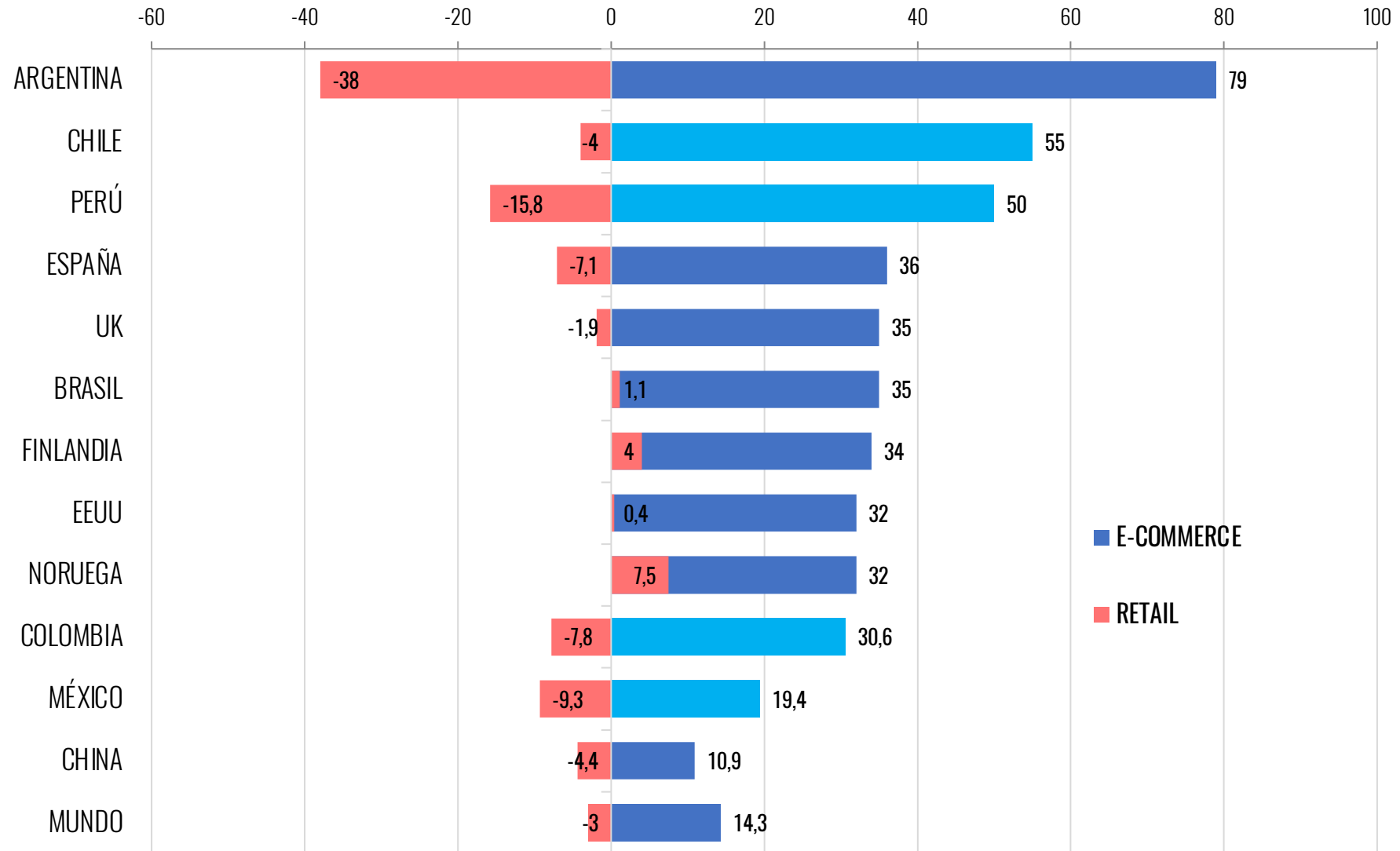
Crecimiento de las ventas de e-commerce B2C 2020



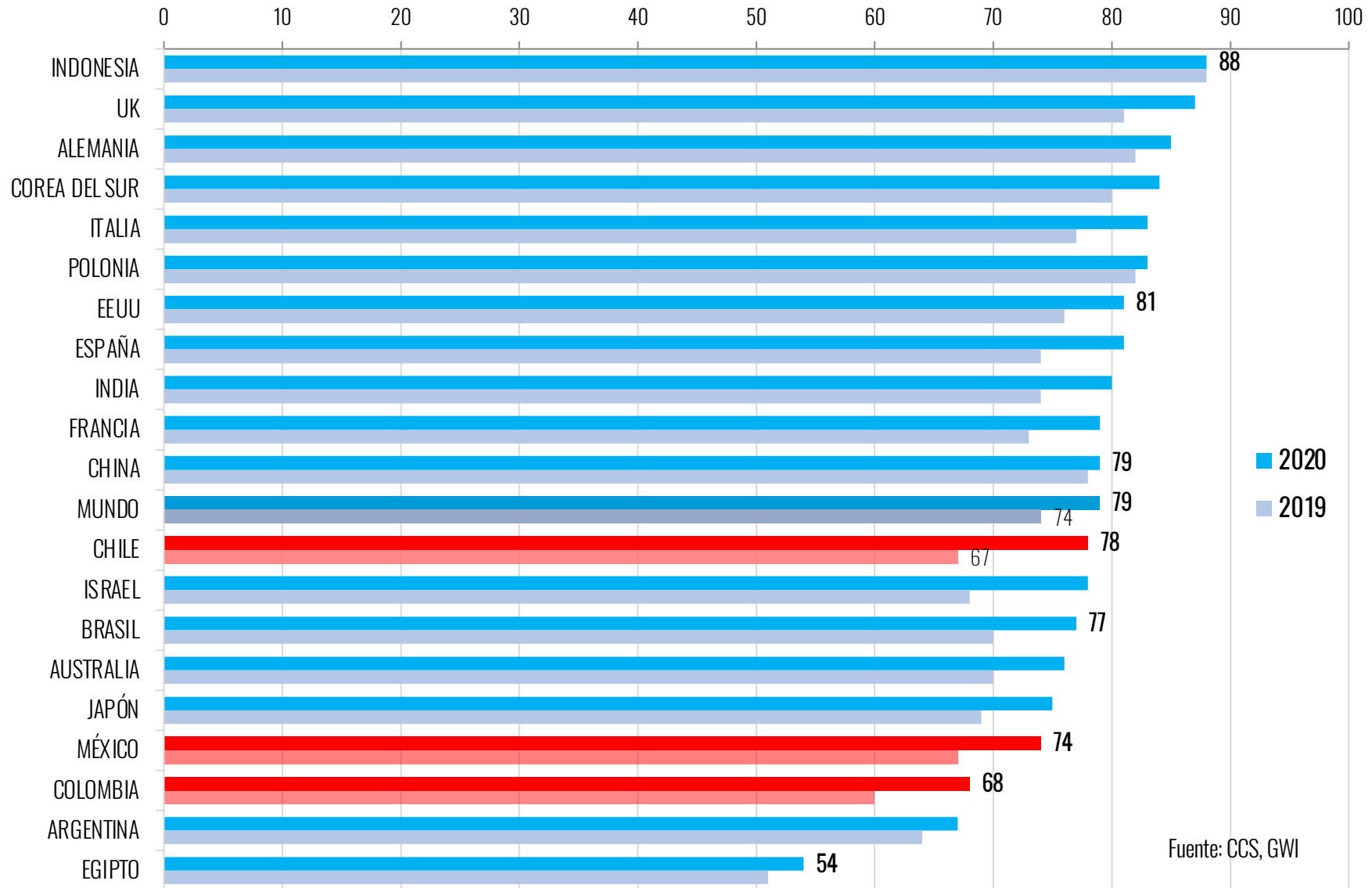
Fuente: eMarketer

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

Fuente: CCS, Euromonitor

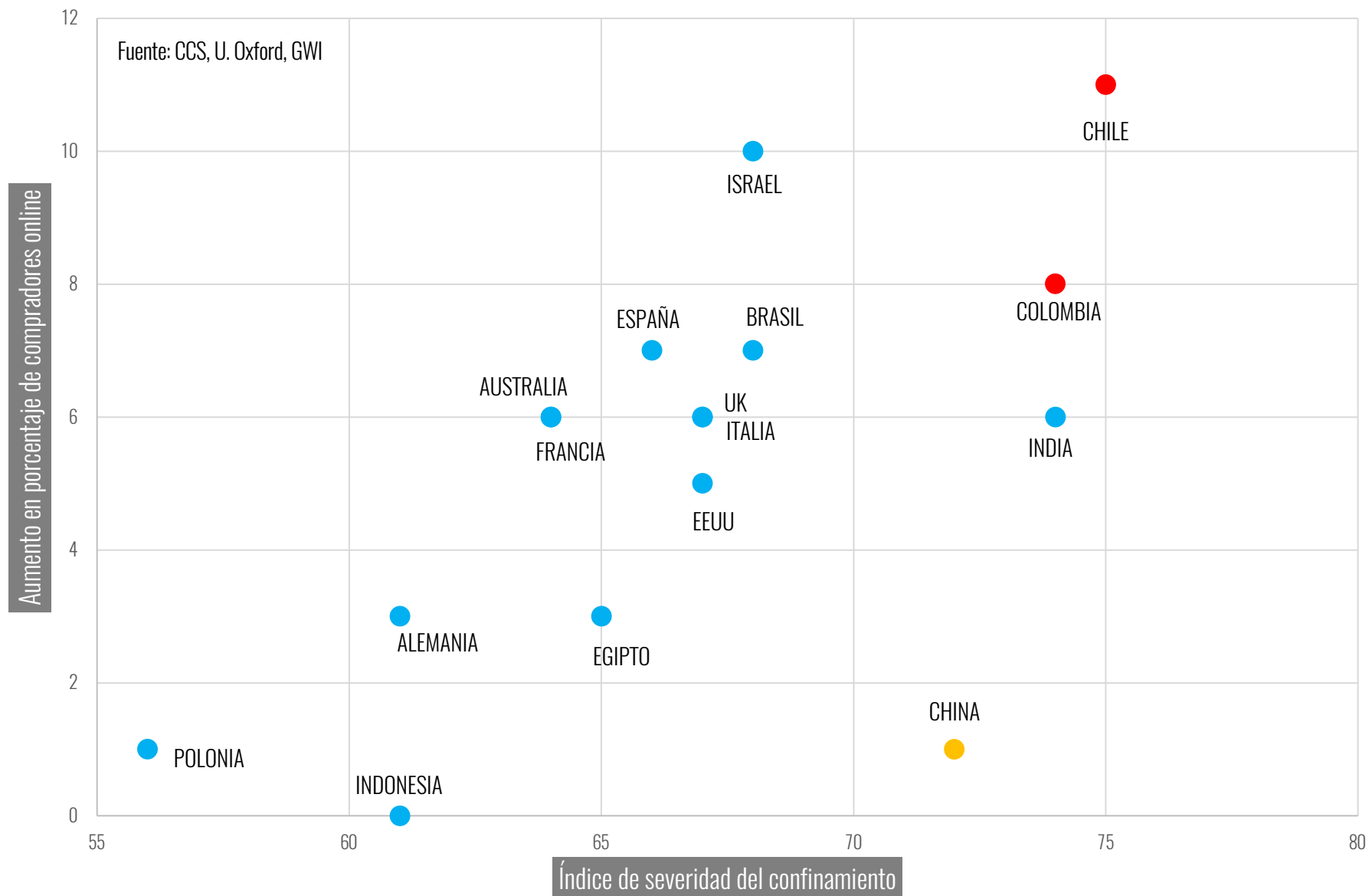


Porcentaje de compradores online (% sobre total de usuarios de Internet)

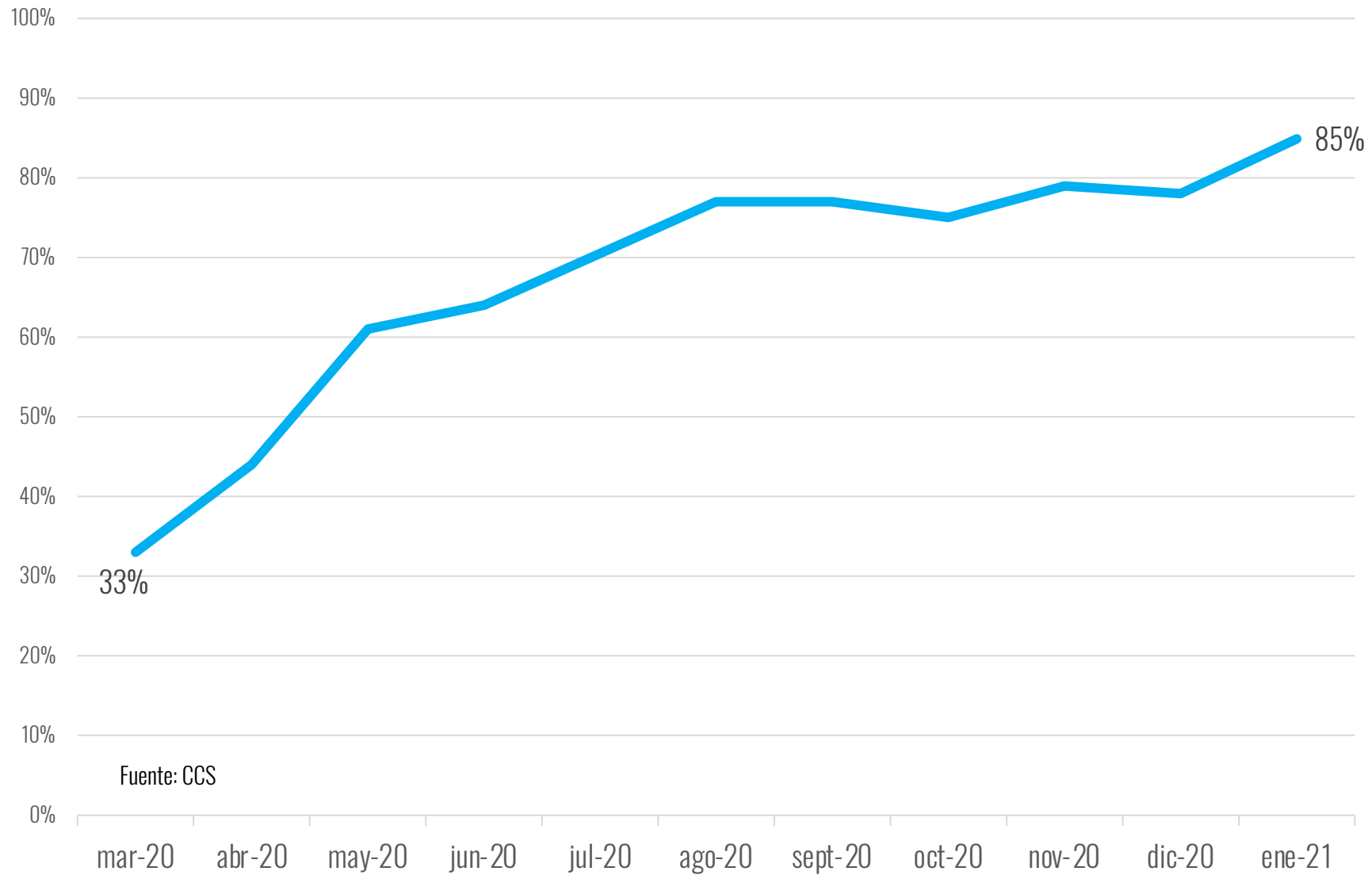


Fuente: CCS, GWI

Severidad de las medidas de confinamiento VS aumento en compradores online

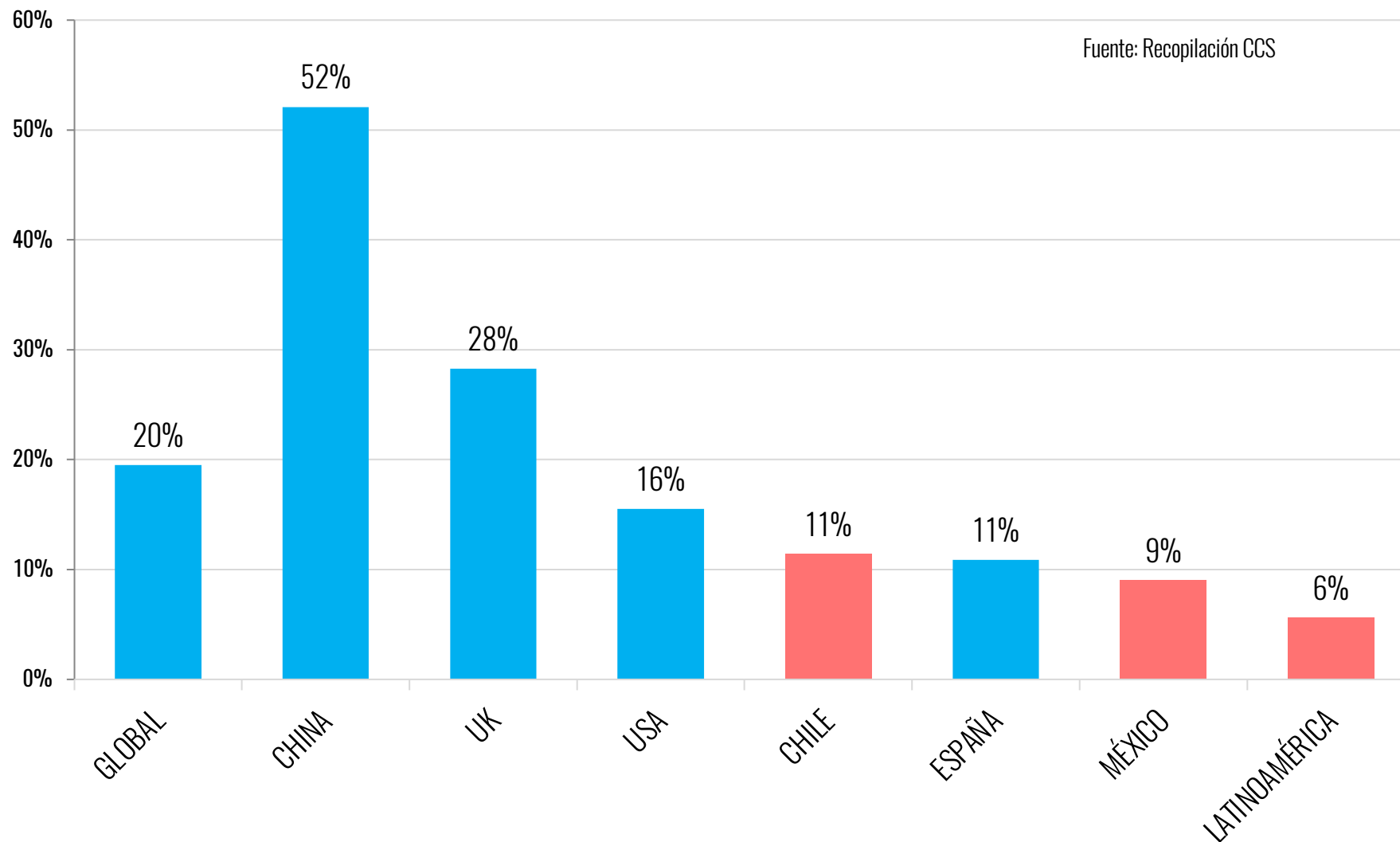


Porcentaje de consumidores que compró online en cada período

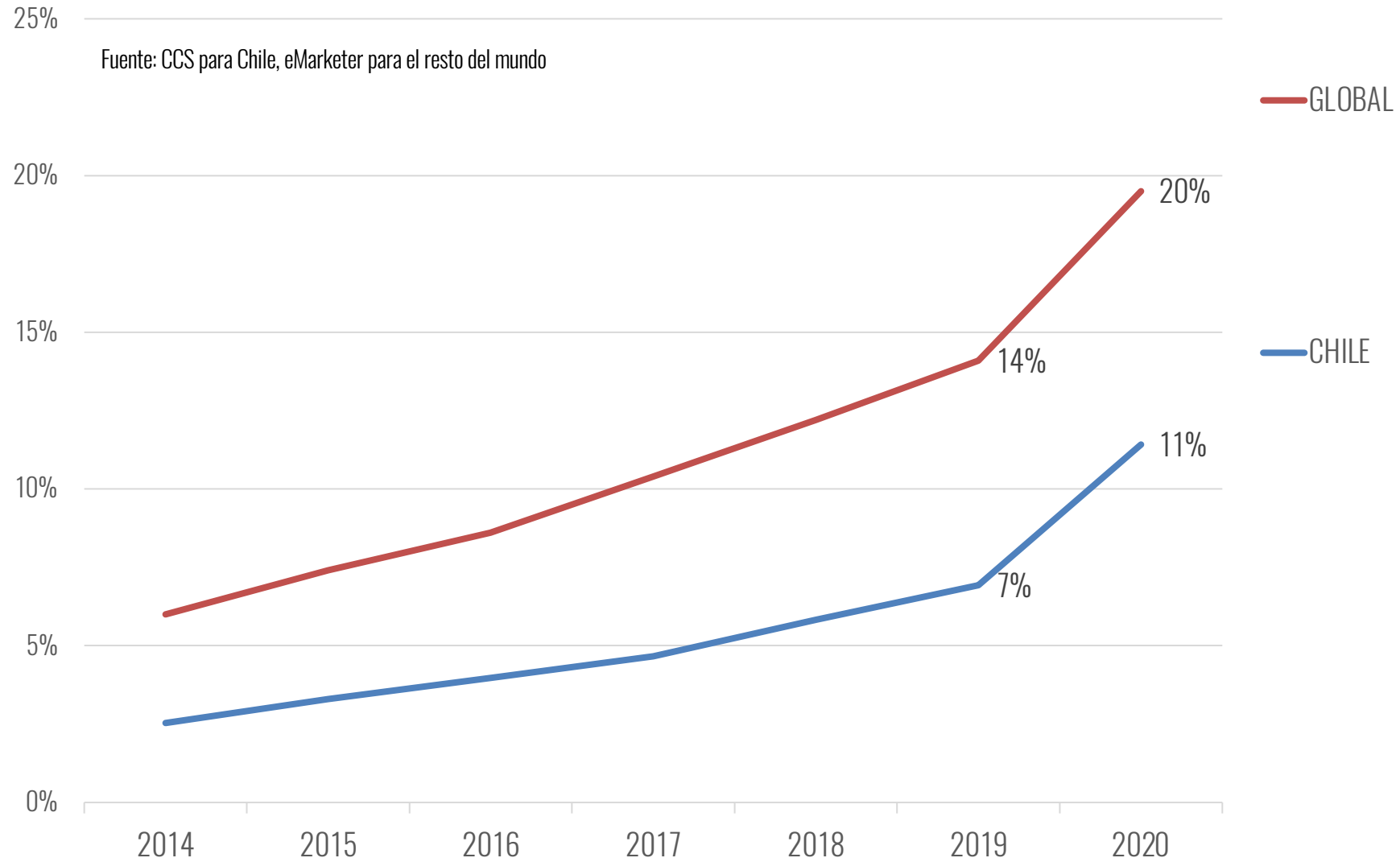


Fuente: CCS

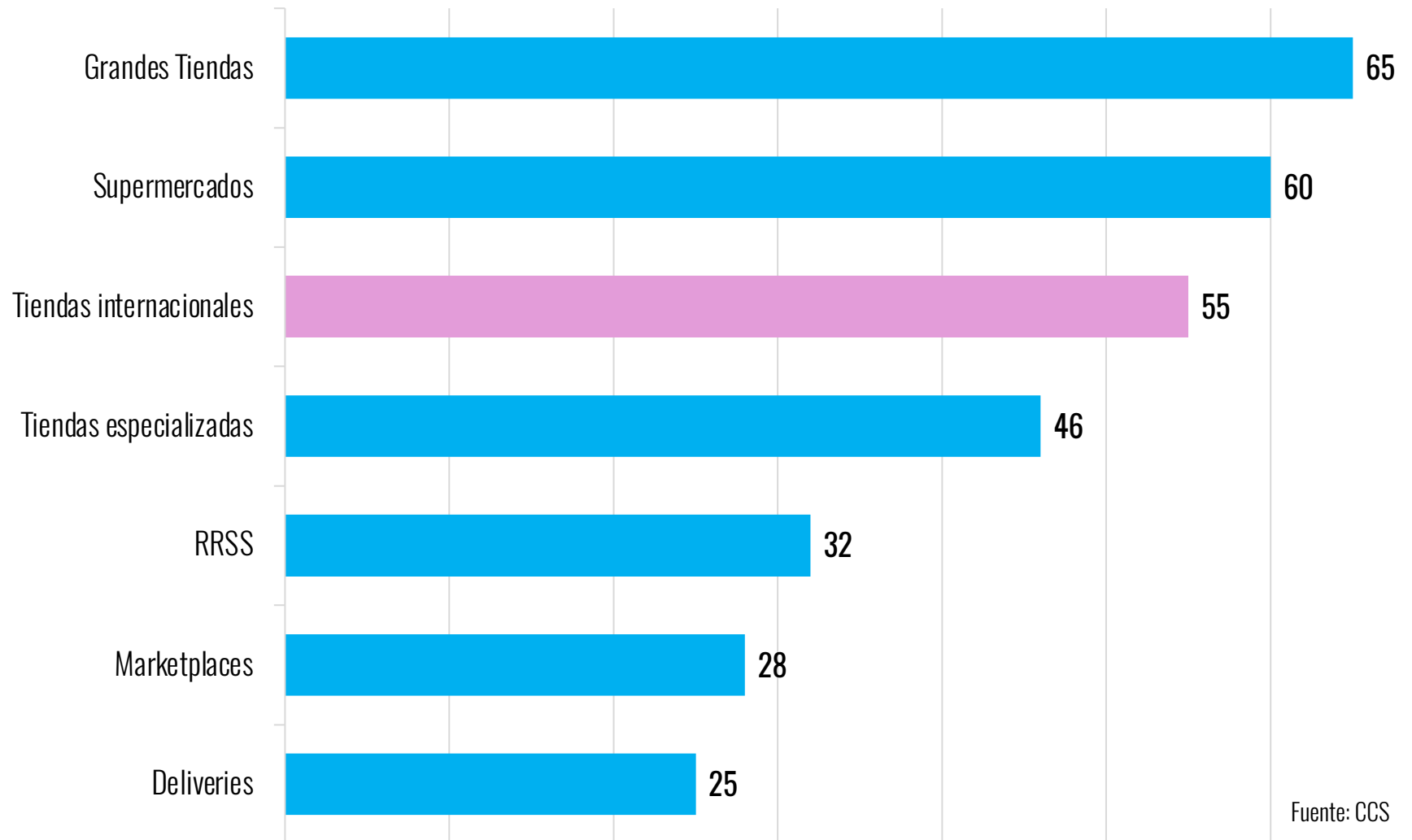
Participación del e-commerce en las ventas minoristas totales, 2020



Penetración del eCommerce sobre ventas del comercio



Canales de compra online más utilizados



Fuente: CCS

Algunas oportunidades en la región

- 1. En 2020 hubo un incremento masivo de usuarios y proveedores online, generando una base de actores para aumentar las transacciones digitales nunca antes vista.**
- 2. Los modelos de economía colaborativa explotaron, con miles de nuevos actores en el mercado logístico, en servicios de fast delivery, servicios profesionales, educación, entretenimiento online, conferencias, etc.**
- 3. La penetración digital sobre las ventas totales es aún comparativamente baja, por lo que tenemos un mercado con niveles de adopción muy desarrollados y alto potencial de crecimiento por migración de off a online.**
- 4. Los retailers de la región no se encuentran sobreinvertidos en superficie física de venta, por lo que el mercado no tiene que hacer la pérdida. Además, la menor densidad de tiendas físicas hace más atractivos los canales digitales para los consumidores.**
- 5. Es una región abierta al comercio transfronterizo, que crece al doble de la velocidad del e-commerce local.**
- 6. Existen áreas atractivas con retraso, como Fintech, servicios registrales, burocracia estatal, e-democracia, educación, ciberseguridad**

ECONOMÍA DIGITAL

SEPTIEMBRE 2021

George Lever

Director Centro Economía Digital

