

# Tendencias del eCommerce en el Perú

Una mirada de Global hacia el Perú

Por Gonzalo Abad, *Digital Specialist & Sub-Regional MarComms Director Latam* - GfK, 2017

# Te invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales



[www.gfk.pe](http://www.gfk.pe)



GfK (PE)



@gfkperu



GfK Perú





## 3 tendencias mundiales del consumidor

### Oportunidades para el e-Commerce en el mundo

#### Libertad

- 30% valora más el tiempo que el dinero
- 54% "Si la tecnología no es fácil de usar, se cambia"

#### Aceleración

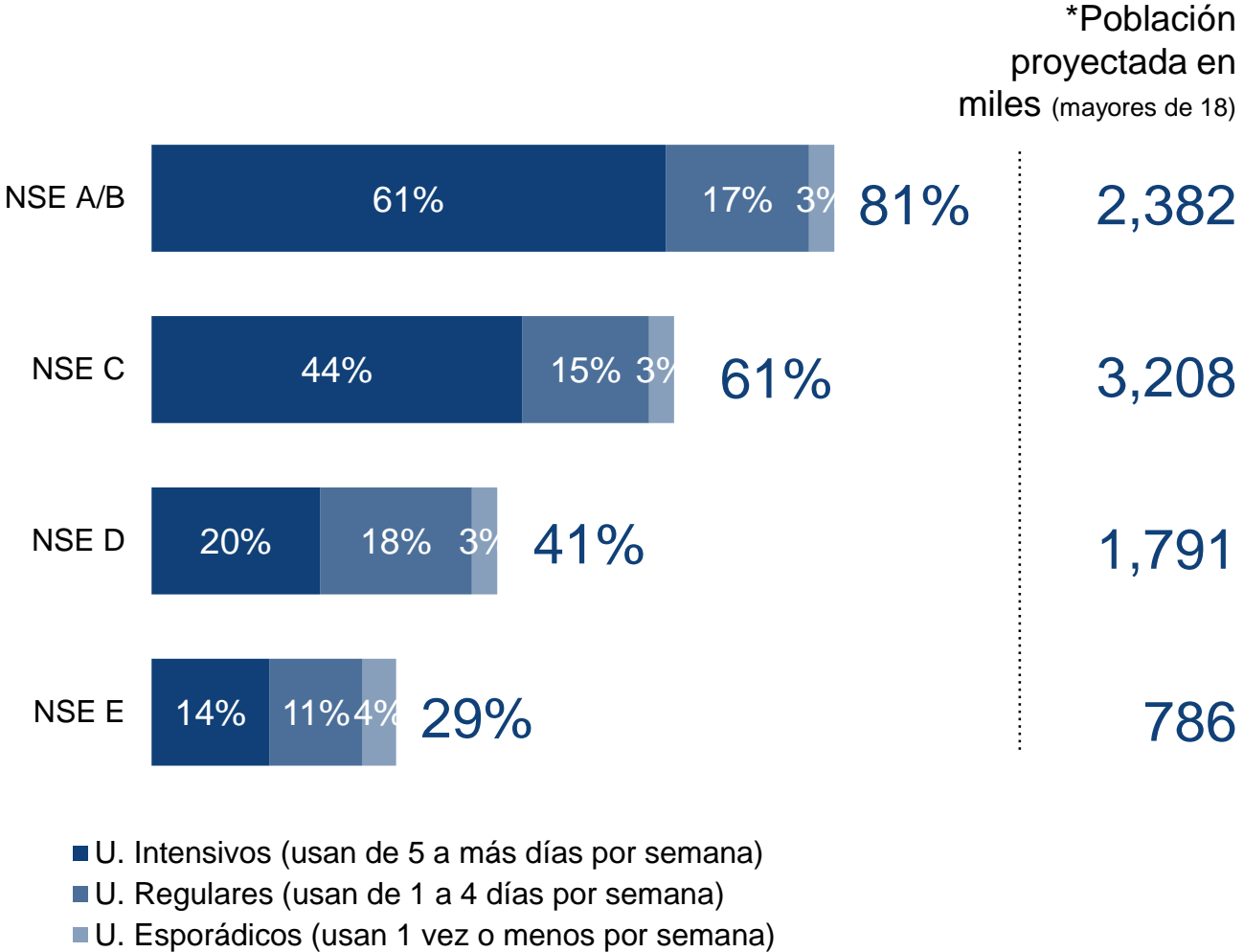
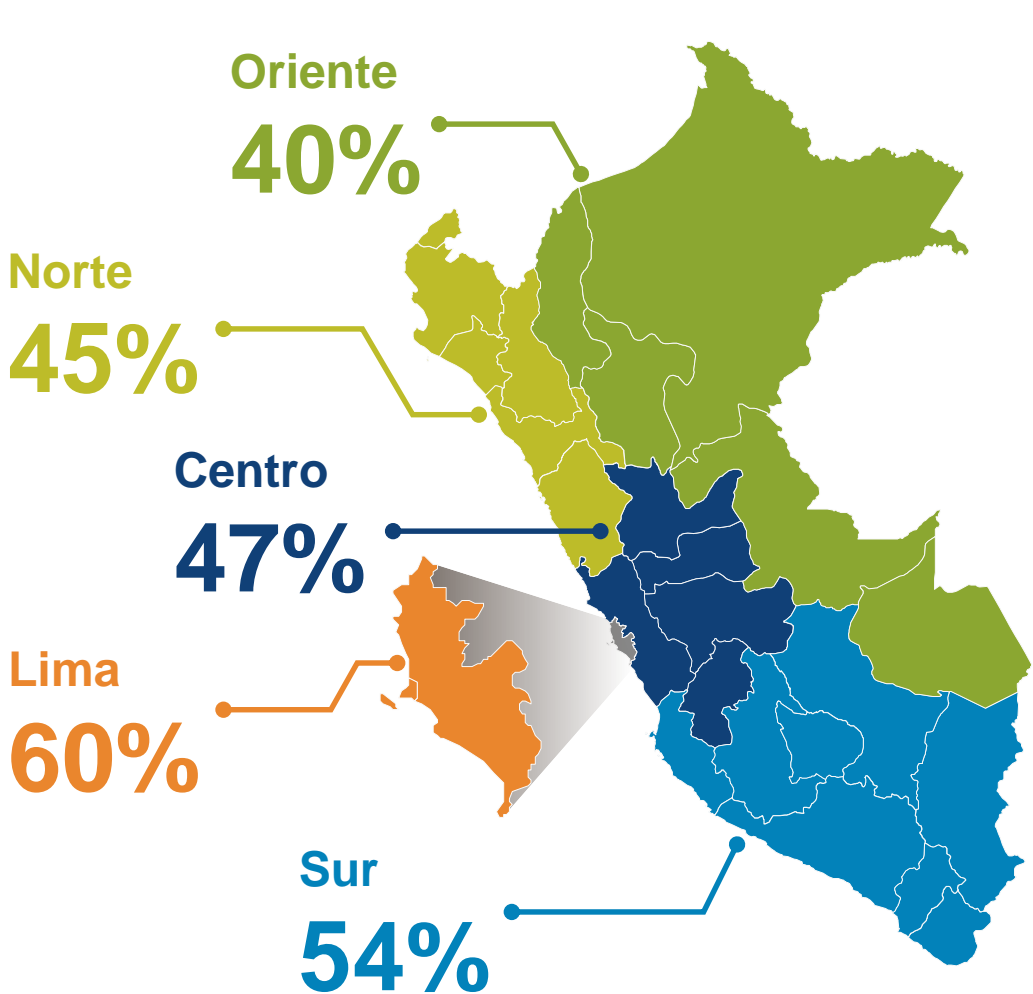
- Hombres pasan 8.1 horas semanales haciendo labores del hogar
- 8 segundos de atención focalizada (vs 12 seg en el 2000)
- El nuevo Status Quo

#### Intimidad

- 42% de adolescentes afirman que es necesario estar conectado todo el tiempo (baja 20 pts desde el 2009)
- 20% de son solteros (vs 15% en el 2007)
- Las redes conectan grupos con intereses en común

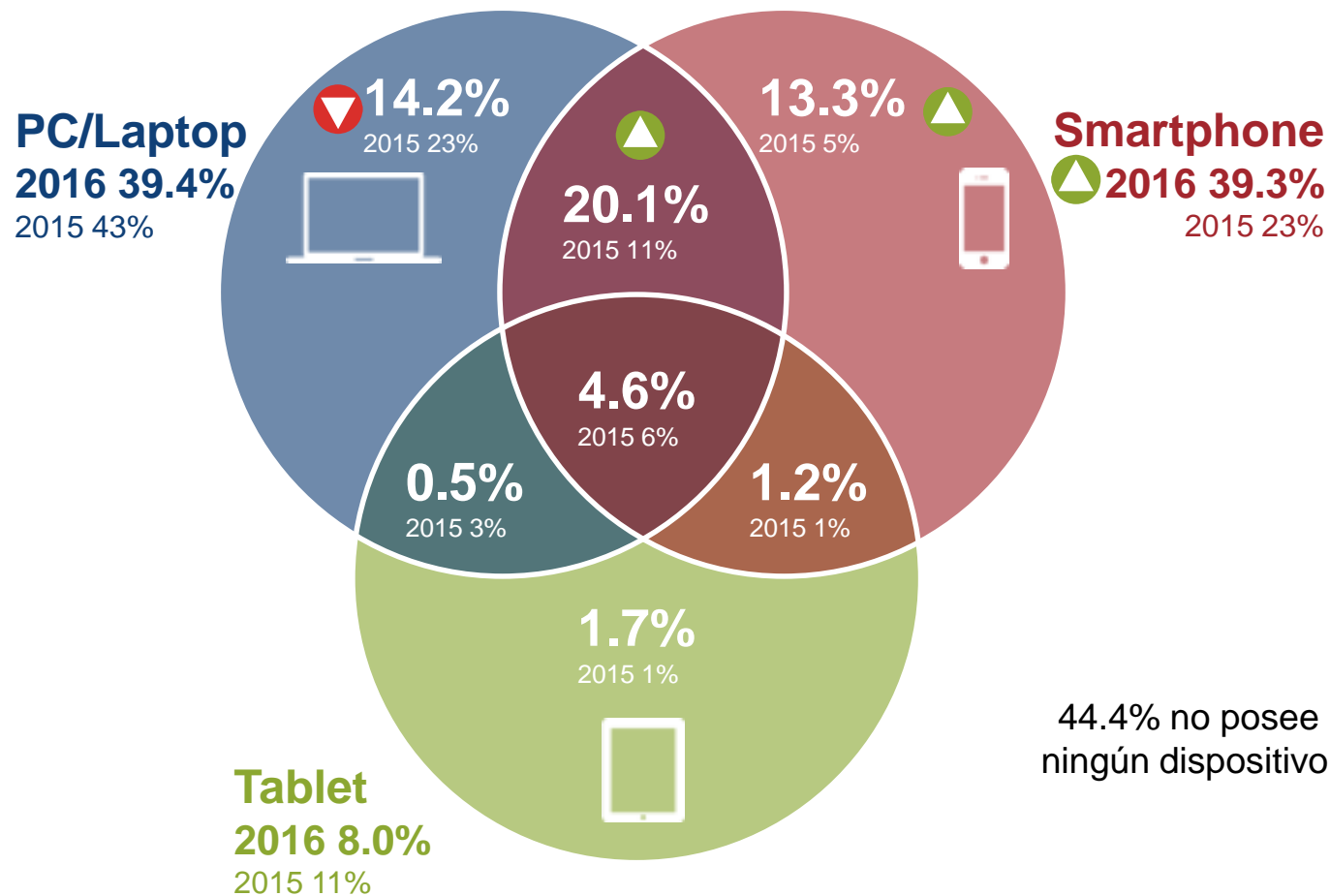
# 53% de los peruanos usan Internet

## NSE C tiene una mayor cantidad de usuarios de Internet



# La primera ola: Desde dónde te conectas

Los Smartphones lideran el crecimiento (+16 pts en un año)

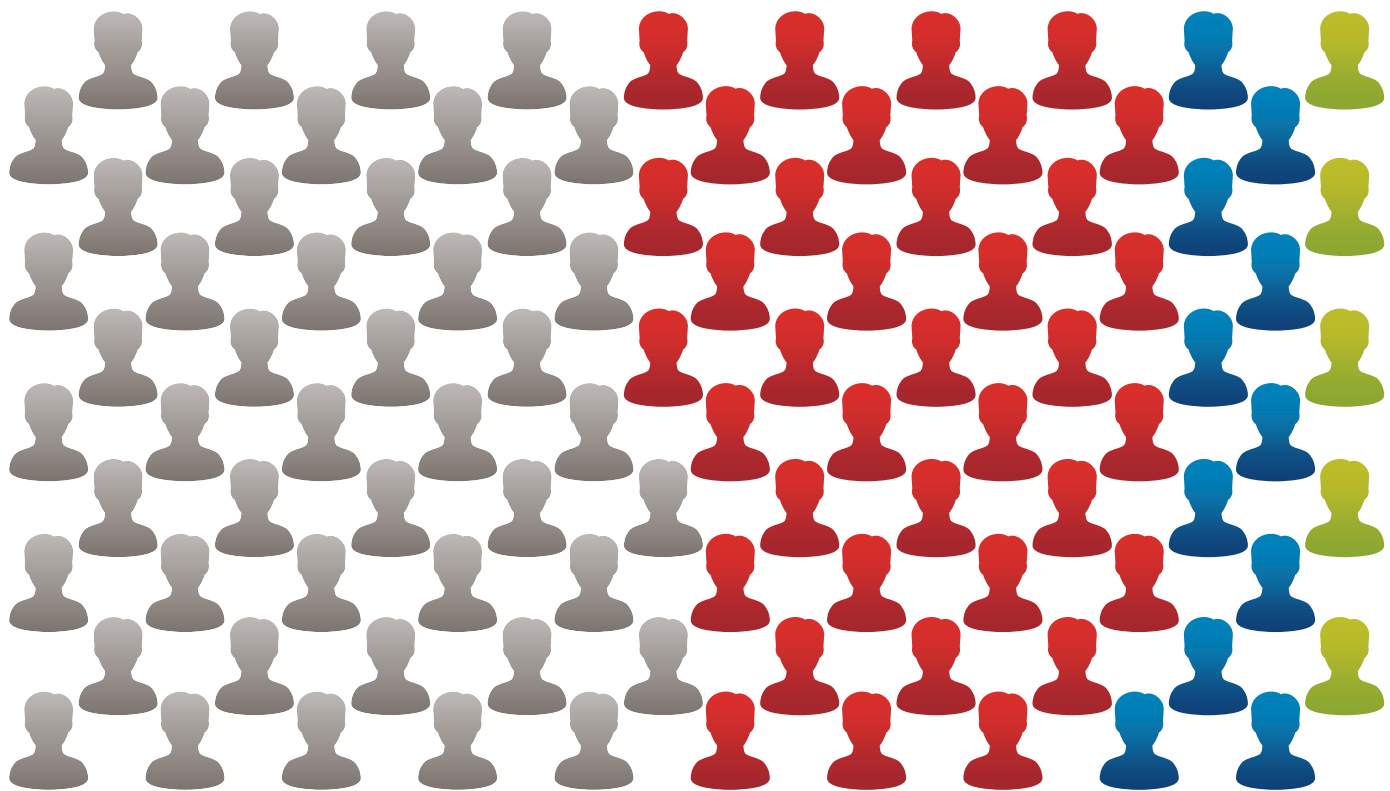


---

# eCommerce en el Perú

---

# Actual estado del eCommerce



- No usuarios de Internet
- Usuarios de Internet que no tienen intención de compra online
- Usuarios de Internet con intención de compra online pero sin comprar en los últimos 3 meses
- Usuarios que han comprado por Internet en los últimos 3 meses

## Las barreras del eCommerce





## Cifras en Perú

### Oportunidades en el eCommerce, auditoría del mercado

Crecimiento Facturación	2016	2017
Online Total	+60%	+40%
Online Panel Electro GfK	+26.3%	+26.8%

Ticket Promedio	Offline	Online	Var
2016	618.00	783.00	+27%
2017	634.00	724.00	+14%

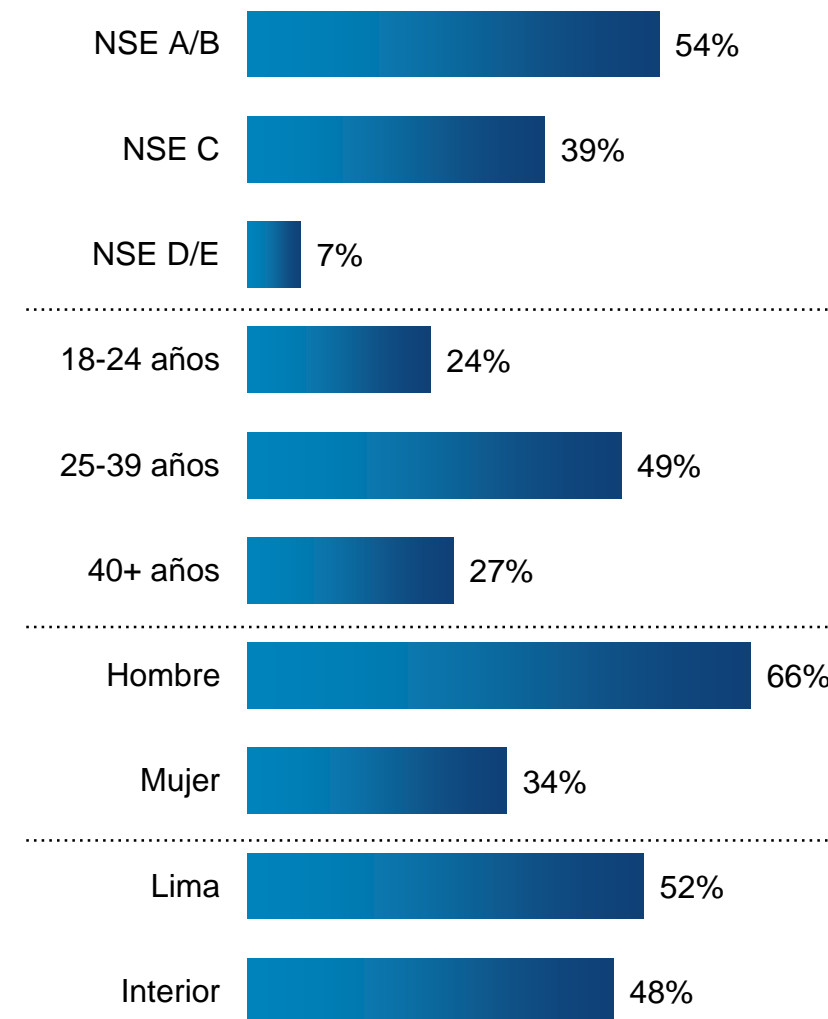
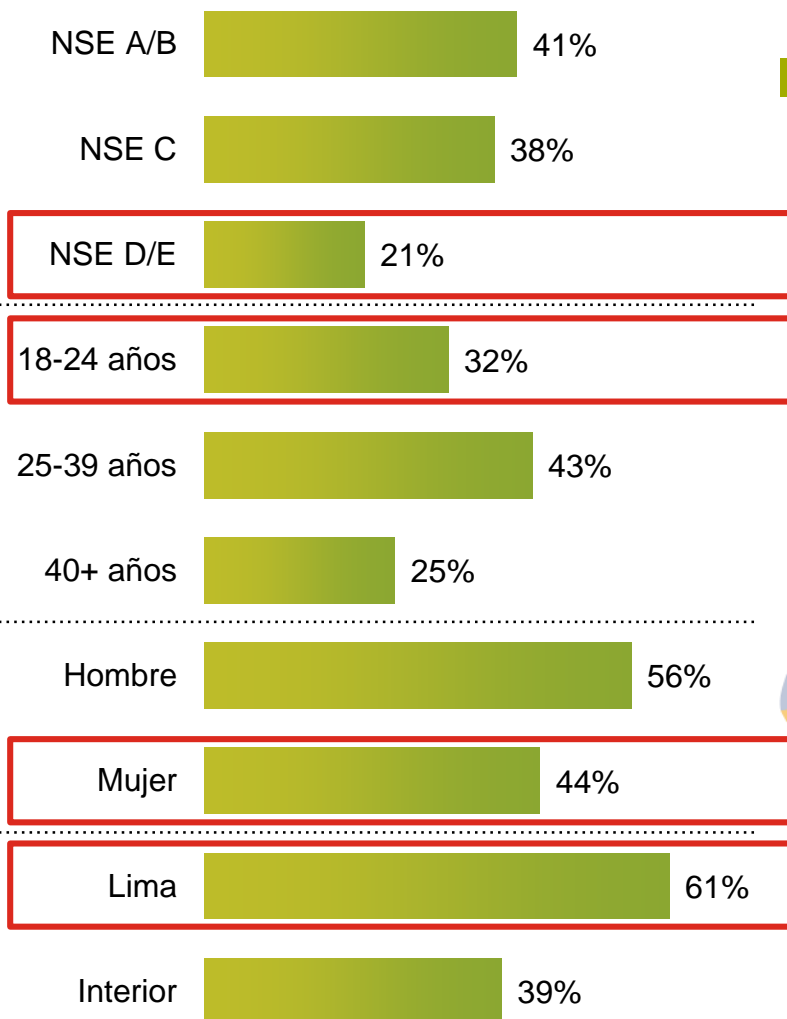
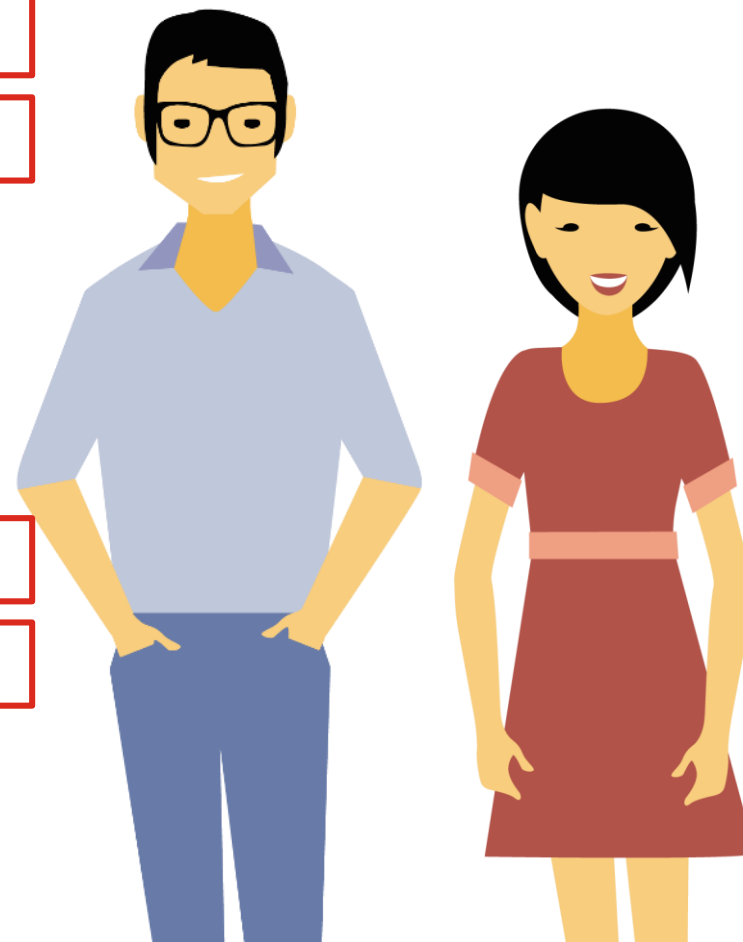




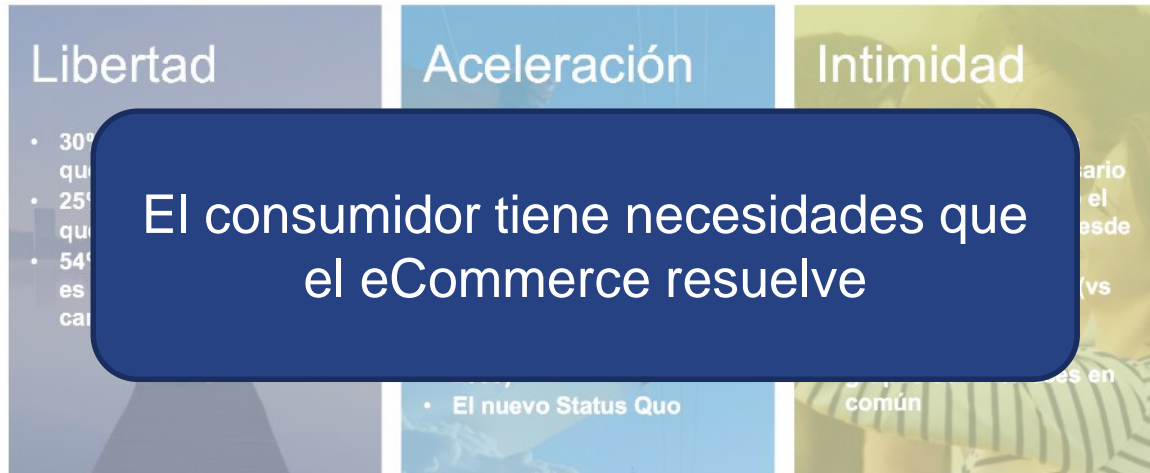
# Perfil de los interesados y los compradores: Diferencias y oportunidades

## Interesado en eCommerce

## Comprador Online



# Resumen de ideas



# Gracias.

Gonzalo Abad  
@abadgonzalo  
gonzalo.abad@gfk.com