



IERAL

Fundación
Mediterránea

Revista Novedades Económicas

BROKERS / ACPA

Año 38 - Edición N° 868 – 16 de Mayo de 2016

Economía e Internet, un análisis en el día Internacional de Internet

Vanessa Toselli

vtoselli@ieral.org

Edición y compaginación
Karina Lignola y Fernando Bartolacci



IERAL Córdoba
(0351) 473-6326
ieralcordoba@ieral.org

IERAL Buenos Aires
(011) 4393-0375
info@ieral.org

Fundación Mediterránea
(0351) 463-0000
info@fundmediterranea.org.ar

Economía e Internet, un análisis en el día Internacional de Internet

Con motivo de la conmemoración del Día Mundial de la Sociedad de la Información, también conocido como el Día Mundial de Internet, resulta relevante conocer cuál es el estado de situación de la región en general, y de Argentina en particular, al respecto. Para poder crear una perspectiva sobre la evolución del comercio electrónico y del potencial que representa como nuevo modelo de negocios, es necesario analizar distintos datos sobre dicho sector.

En los últimos años ha aumentado significativamente el comercio electrónico a nivel mundial, en todas sus formas. Se destacan como formas de comercio electrónico:

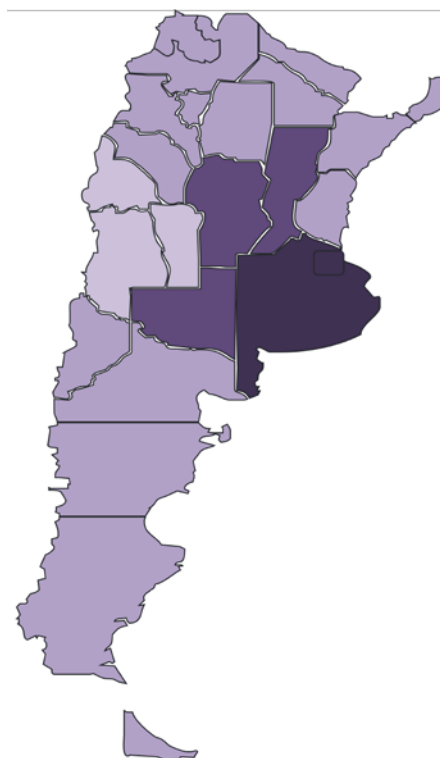
- Sitios de venta directa a consumidor final (B2C)
- Sitios de ventas y transacciones comerciales entre empresas (B2B)
- Sitios de remate o intercambio de bienes y servicios entre personas (C2C)
- Sitios en los que personas se agrupan para realizar negocios con empresas (C2B).

En nuestro país, son las dos primeras categorías las que poseen mayor relevancia, y dentro de ellas la venta directa a consumidor final (B2C) que explica más del 90% del e-commerce en los últimos años. A su vez, surgen diferencias significativas según cuál sea la zona de la que se trate, ya que, en el análisis pormenorizado, se observa una importante concentración de las ventas online en la zona central, y el litoral, según los relevamientos realizados por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.

En consonancia con las tendencias mundiales, aparecen los smartphones como dispositivos utilizados para la compra online, ya que 1 de cada 4 compras se efectuaron por este medio en el año 2015 (25%).

Considerando a su vez por categoría de consumo, surge que el Turismo lidera desde el año 2013 las compras

Ventas Online por zona
Año 2015

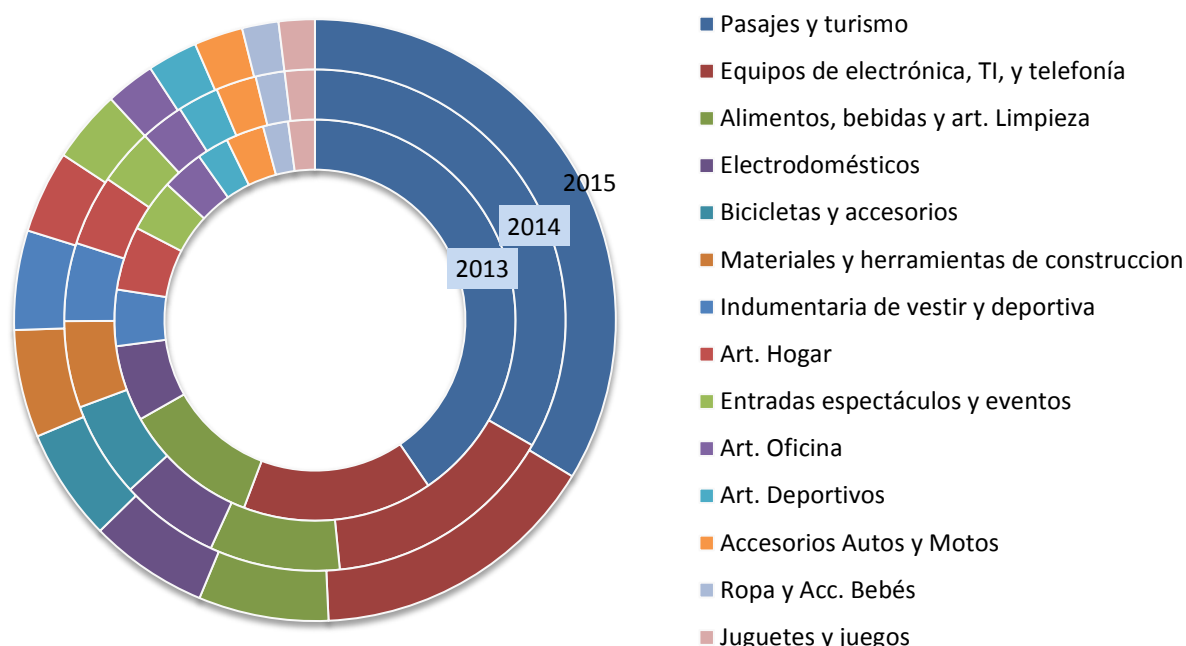


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a la Cámara Argentina de Comercio Electrónico

electrónicas, representando en torno al 30% del total comercializado en dicho período. El segundo rubro en importancia, corresponde a los equipos de electrónica, tecnologías de información y telefonía, con una representación del 13% en 2015, cuando en el año 2013 era del 10%.

Participación del comercio por rubro.

Años 2013-2015



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.

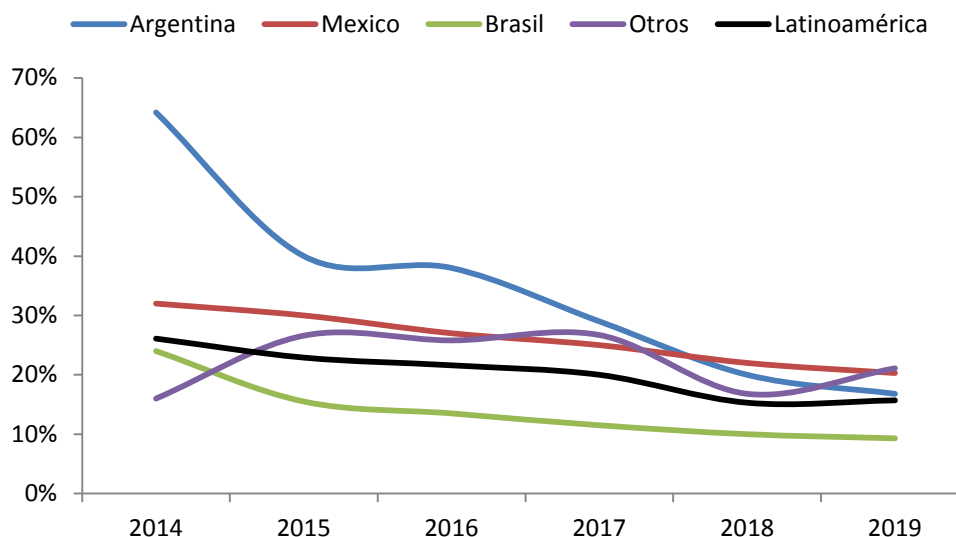
Un mercado con buenas expectativas

El mercado del e-commerce, como así también el m-commerce (es decir las ventas impulsadas vía dispositivos móviles), presenta expectativas favorables para los próximos años. Pese a que las estadísticas hacen foco en la región Asia Pacífico, como motor del crecimiento, las cifras denotan crecimiento de la región de más del 20% en Latinoamérica, para el período 2016-2019.

Es así que, según el informe publicado por eMarketer Inc., empresa especialista en estudios de Marketing digital, comercio electrónico y consumidores digitales, el crecimiento esperado del comercio electrónico (B2C) para Argentina en el año en curso ronda el 40%.



Crecimiento de las ventas de comercio electrónico al por menor

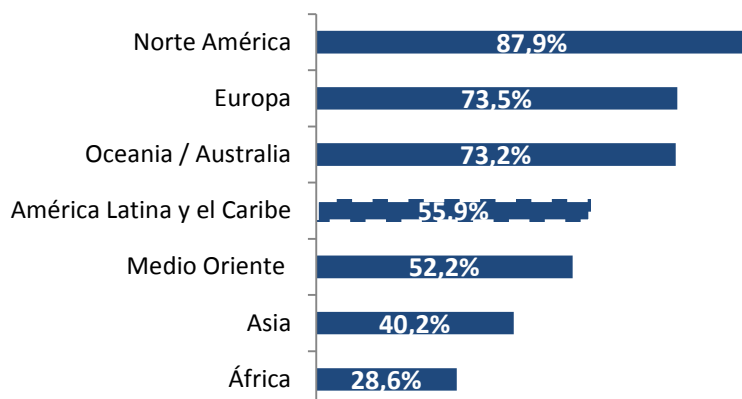


¿Una herramienta global?

A nivel mundial, el 58% promedio de la población utiliza internet, sin embargo, las cifras difieren significativamente según cuál sea la región de la que se trate. En la cabecera del ranking mundial, se encuentra Norteamérica, con una penetración de uso de internet cercana al 88% de la población, seguido por Europa y Oceanía / Australia con cifras que alcanzan el 73,5% y el 73,2% de su población total respectivamente. Tanto en Latinoamérica como en el Medio Oriente, el porcentaje de uso de internet en la población supera el 50% (55,9% y 52,2% respectivamente), mientras que en Asia alcanza el 40,2%, en África solamente 3 de cada 10 personas utilizan internet.

Penetración de uso de Internet a nivel global

% Población total. Noviembre 2015

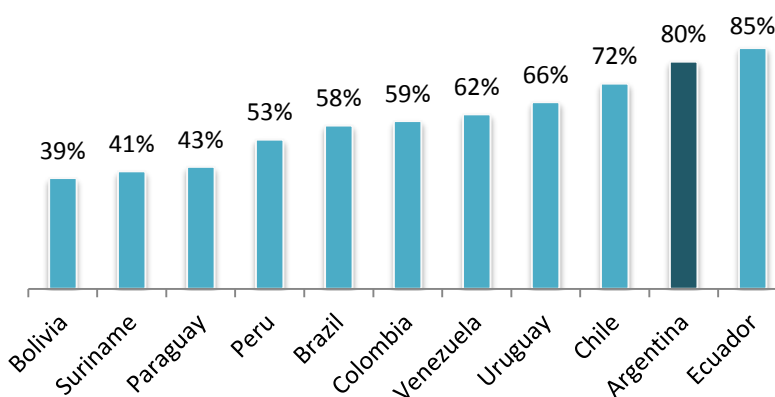


Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a Internet World Stat

Si se considera el caso de los países que integran la región latinoamericana, surgen disparidades entre países, al igual que lo que se observaba a nivel nacional. Argentina, figura como el segundo país según el grado de penetración de internet en su población, alcanzando el 80%, por encima de los valores observados en los países vecinos: Chile (72%), Uruguay (66%) y Brasil (58%). Cabe destacar, que estos guarismos implica que los hogares cuenten con internet en su domicilio (en Argentina – por ejemplo - tan solo el 50% de los usuarios de internet declaraban poseer conexión en su vivienda).

Penetración de uso de Internet a nivel regional

% Población total. Noviembre 2015



Fuente: IERAL de Fundación Mediterránea en base a Internet World Stat

Si bien poseer conexión a Internet no implica necesariamente avances en el comercio electrónico, mejoras en estas cifras denotan el potencial que existe en la región.