

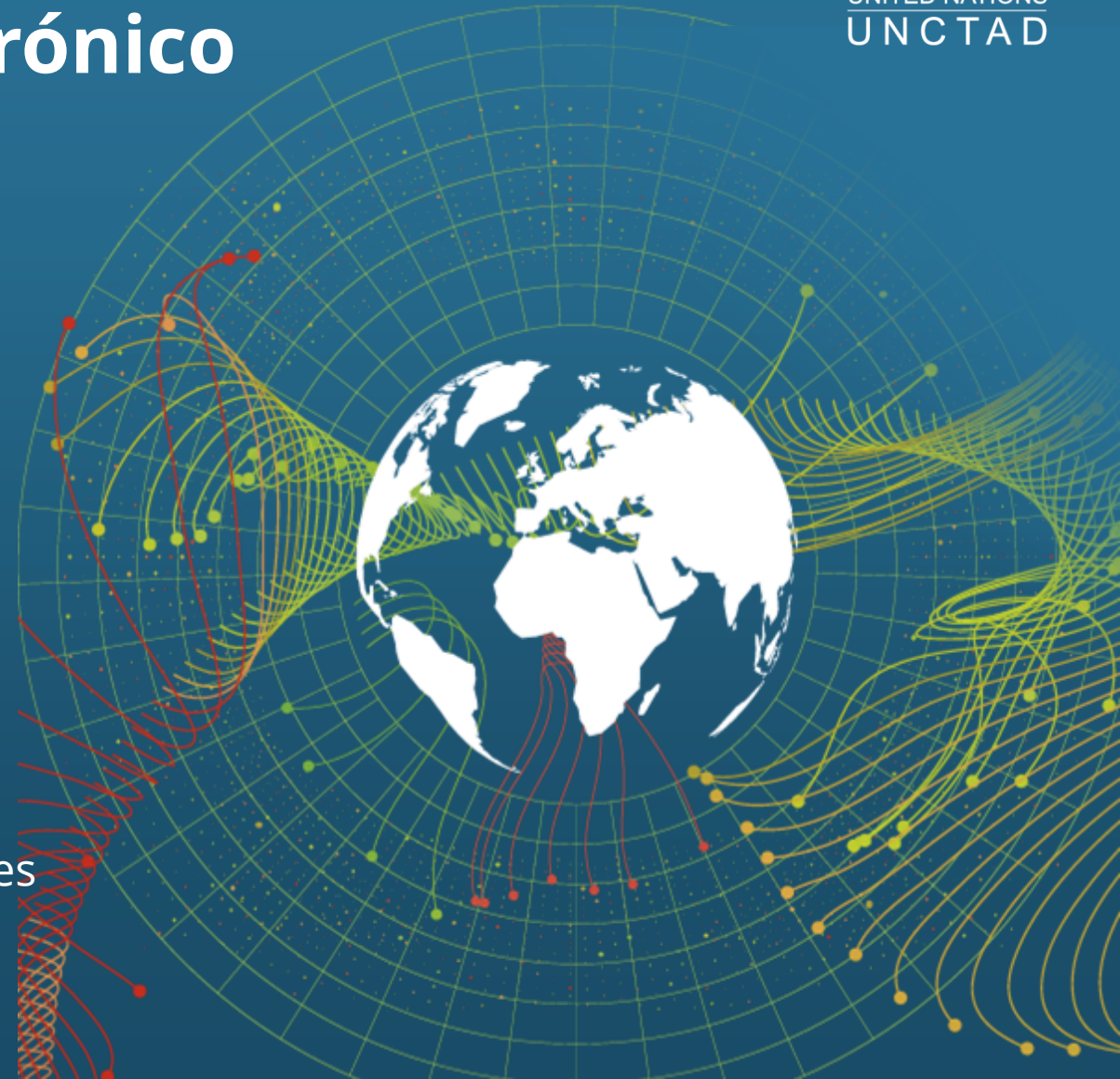


UNITED NATIONS
UNCTAD

Panorama del Comercio Electrónico en el Perú

Bernardo Díaz de Astarloa
Consultor Internacional, UNCTAD

Perú eTrade Readiness Assessment – Consultas nacionales
Lima, 4 - 6 de octubre de 2022

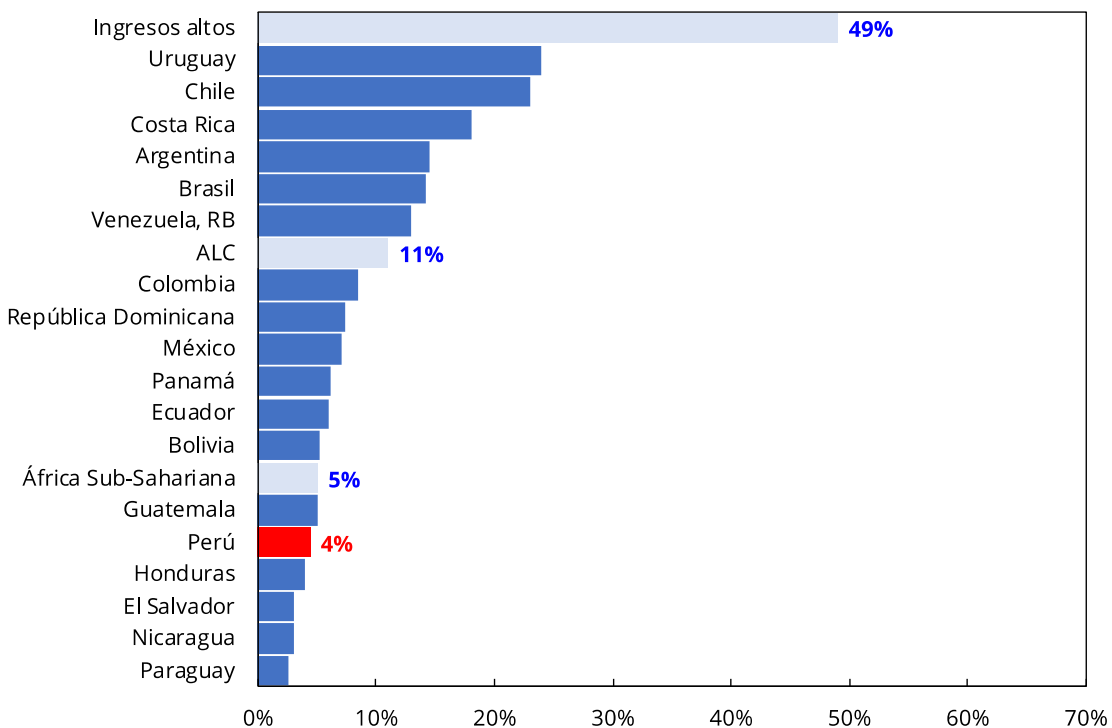


La penetración del comercio electrónico en Perú era menor al promedio de ALC antes del COVID-19 pero con crecimiento sostenido

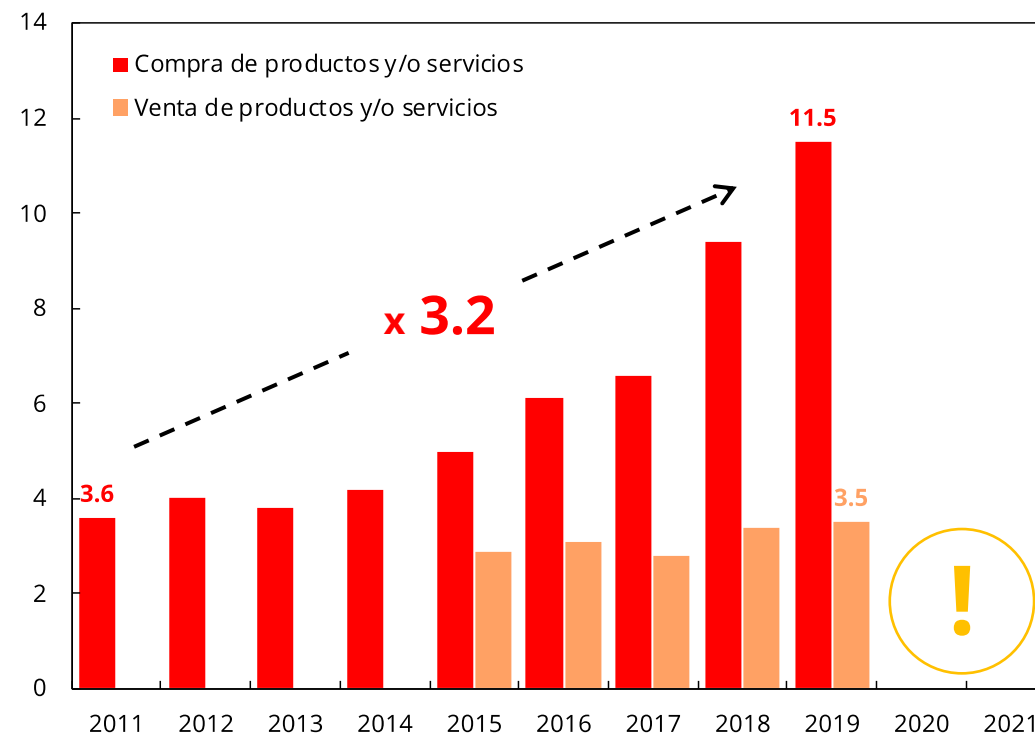


Porcentaje de la población que compra por internet.

A. Banco Mundial: compró algo por internet en el último año, 2017 (15 años o más)



B. INEI: usa internet para comprar o vender, 2011-2019 (6 años o más)



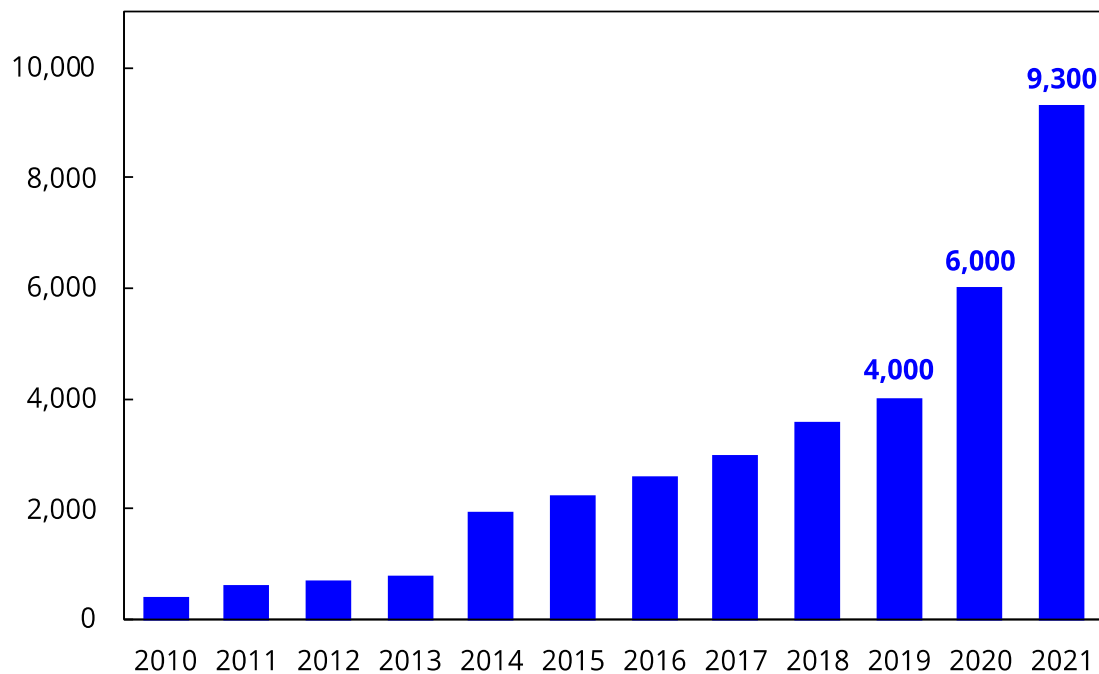
Fuente: Banco Mundial e INEI.

Durante la pandemia de COVID-19 se aceleró el ritmo de la actividad de comercio electrónico en Perú

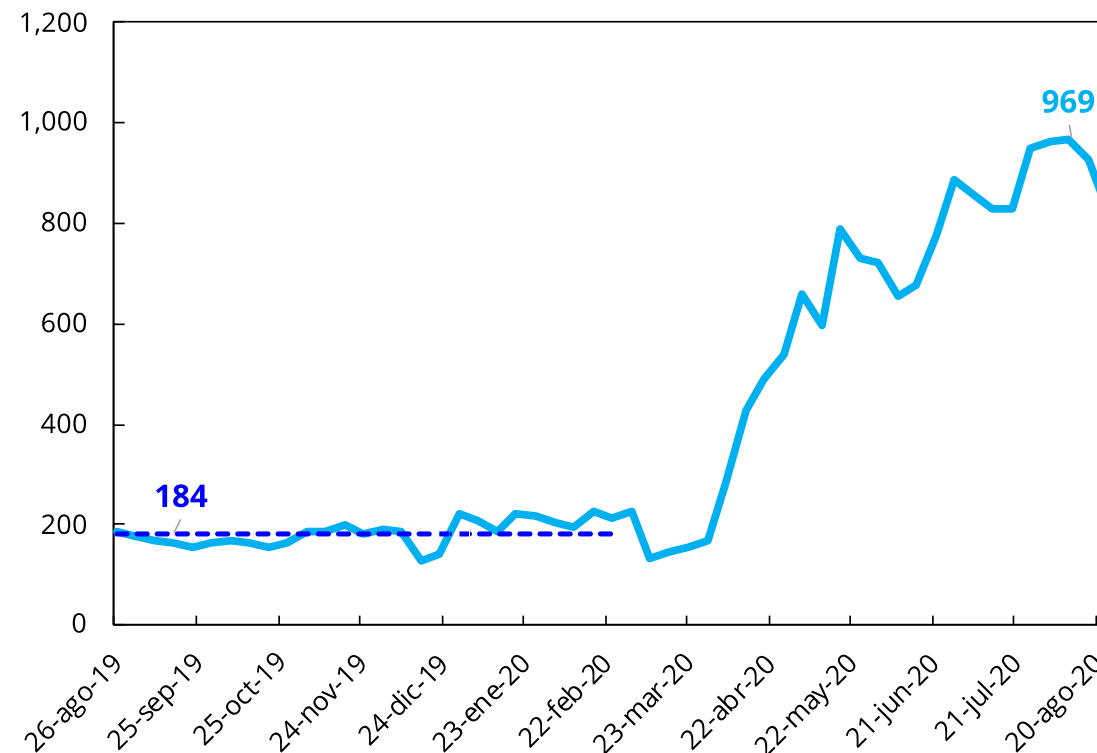


Actividad de comercio electrónico en Perú. Antes y después de la pandemia de COVID-19.

A. Ventas a través de comercio electrónico, 2010-2021
(millones de soles)



B. Nuevos vendedores semanales en Mercado Libre

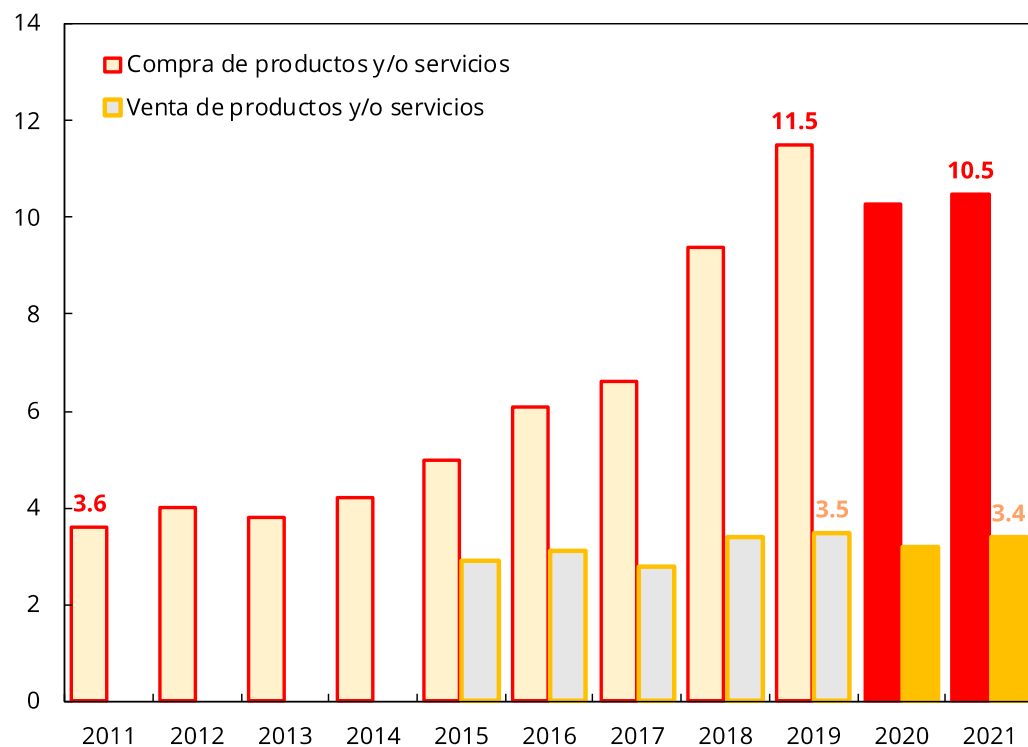


Fuente: CAPECE y CEPAL.

Pero la pandemia no parecería haber logrado una mayor democratización del comercio electrónico...

Porcentaje de la población que compra por internet.

A. INEI: usa internet para comprar o vender, 2011-2021
(6 años o más)

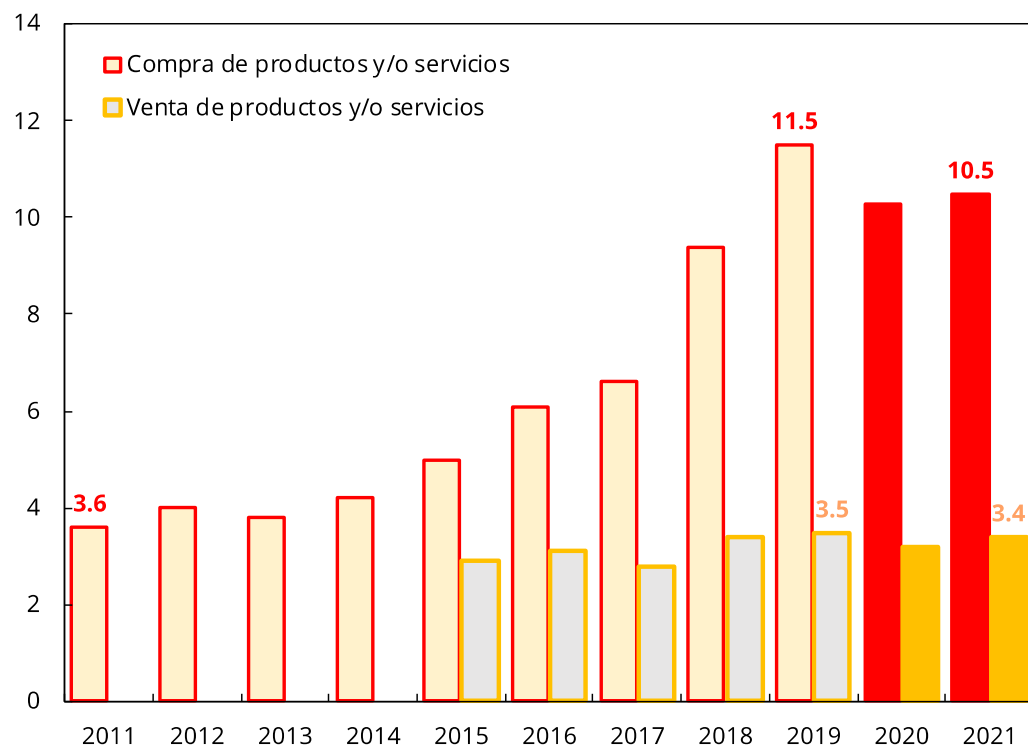


Fuente: INEI.

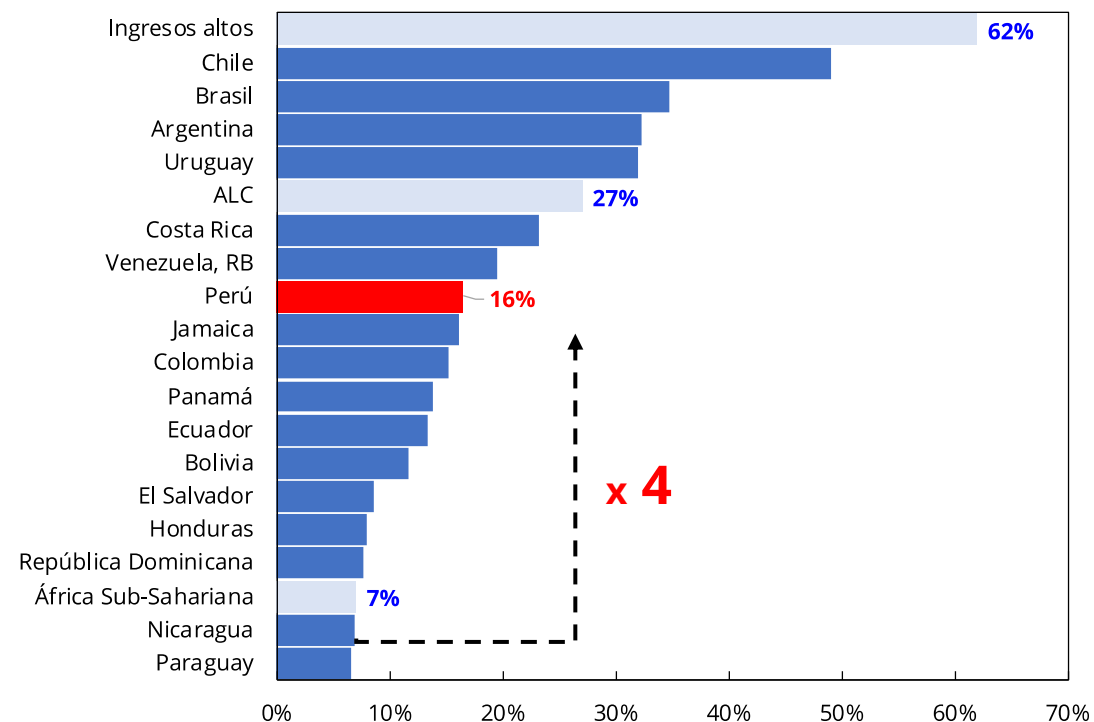
Pero la pandemia no parecería haber logrado una mayor democratización del comercio electrónico... ¿o sí?

Porcentaje de la población que compra por internet.

A. INEI: usa internet para comprar o vender, 2011-2021
(6 años o más)



B. Banco Mundial: compró algo por internet en el último año, 2021
(15 años o más)



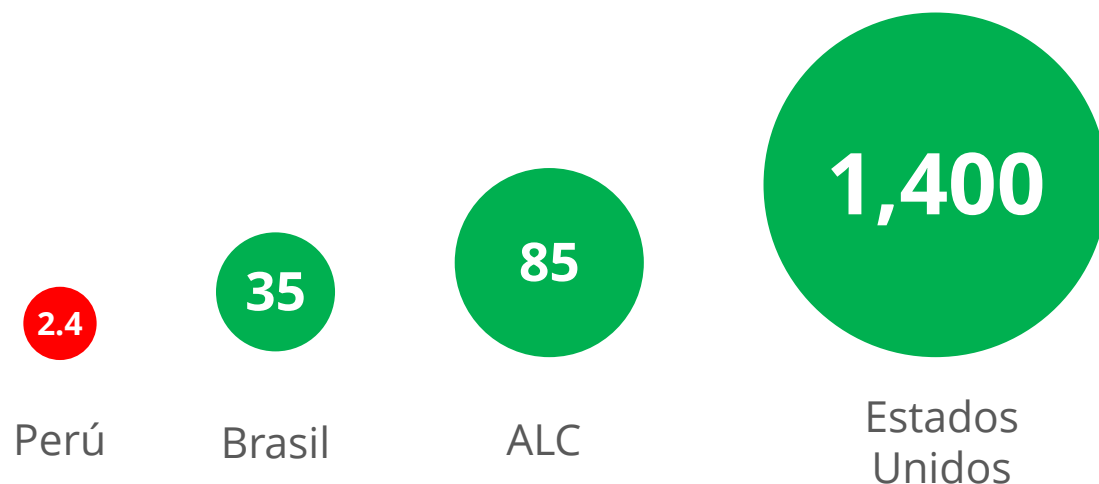
Fuente: INEI y Banco Mundial.

Perú es un mercado incipiente y representa alrededor del 3% del volumen de ventas de comercio electrónico de ALC



Ventas de comercio electrónico, 2020-2021 (miles de millones de USD)

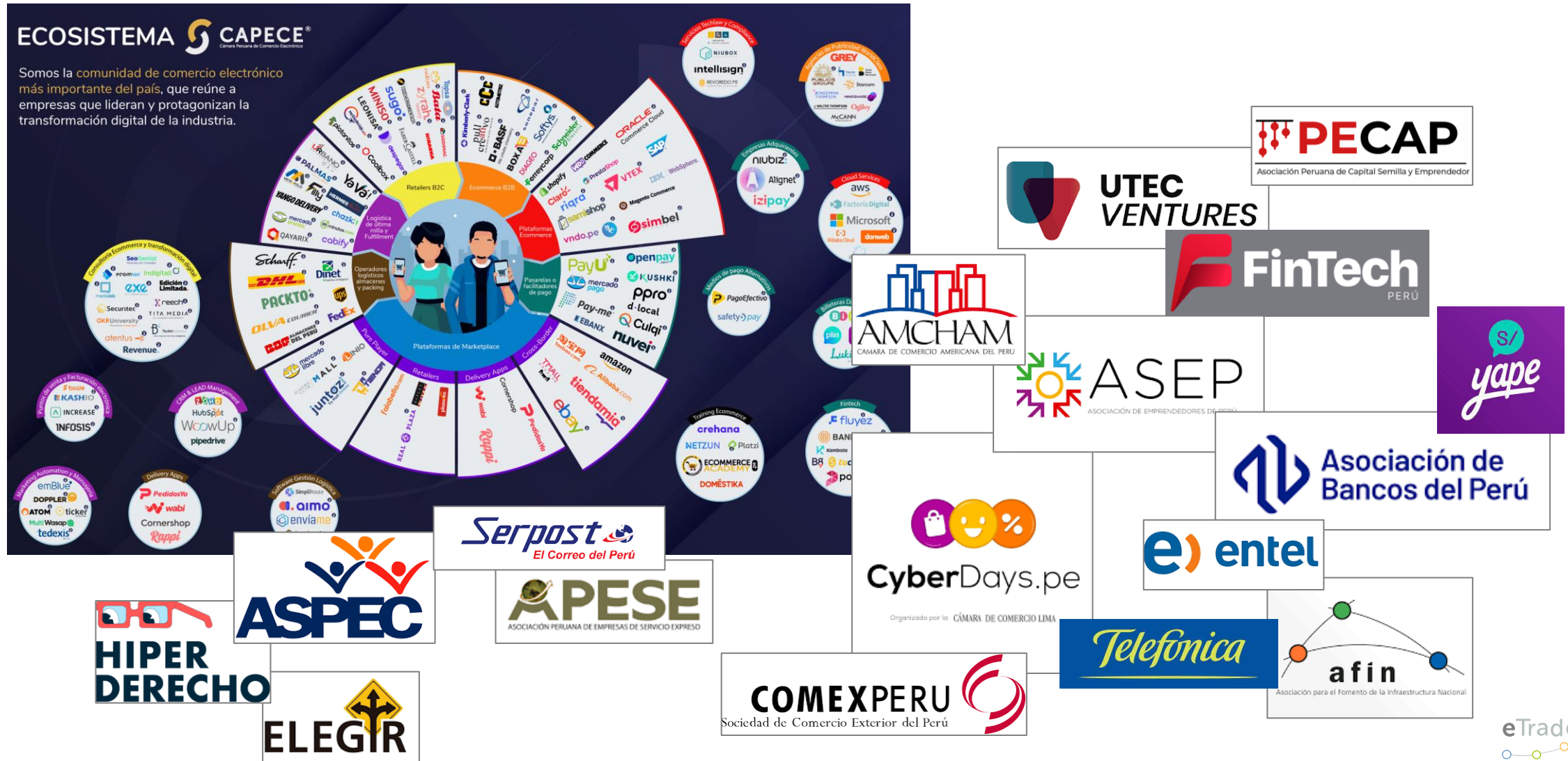
Ventas **B2C**



Ventas **B2B**



El ecosistema del comercio electrónico en Perú cuenta con una gran base y diversidad de actores en toda la cadena de valor



El comercio electrónico es protagonista de cada vez más iniciativas de política pública en el Perú



Secretaría de Gobierno de Transformación Digital

Política Nacional de Transformación Digital

INDECOPI

Propuesta para Protección del Consumidor en el Comercio Electrónico

MINCETUR / PROMPERÚ

Programa de Comercio Electrónico, Perú Marketplace

Ministerio de la Producción

Ruta Digital Productiva

SUNAT

Digitalización de procesos aduaneros, Fiscalización de ventas en canales digitales

BCRP / SBS

Desarrollo del sistema de pagos electrónicos y digitales

Perú todavía enfrenta importantes desafíos para poder alcanzar un mayor nivel de madurez y desarrollo del comercio electrónico



- Estrategias
 - Infraestructura y servicios de TIC
 - Marco jurídico y regulatorio
 - Soluciones de pago
 - Logística y facilitación del comercio
 - Competencias digitales
 - Financiamiento
 - Emprendedores y start-ups
- Mayor coordinación y articulación entre actores relevantes de los sectores público, privado y la sociedad civil.
 - Armonización y estándares para medir el comercio electrónico.
 - Reducción de brechas de conectividad entre zonas urbanas y zonas rurales y sub-urbanas.
 - Regulaciones consistentes y habilitadoras de un mayor y mejor uso del comercio electrónico.
 - Interoperabilidad entre sistemas de pago, innovación, y educación financiera.
 - Adaptación de procesos aduaneros y de control fronterizo a las características del comercio electrónico.
 - Reducción de costos logísticos y mayor infraestructura con enfoque territorial.
 - Fortalecimiento de competencias digitales en pymes y trabajadores.
 - Mayor madurez y sostenibilidad del mercado de capital.



UNITED NATIONS
UNCTAD

¡Muchas gracias!

Bernardo Díaz de Astarloa
Consultor Internacional, UNCTAD

Perú eTrade Readiness Assessment – Consultas nacionales
Lima, 4 - 6 de octubre de 2022

