



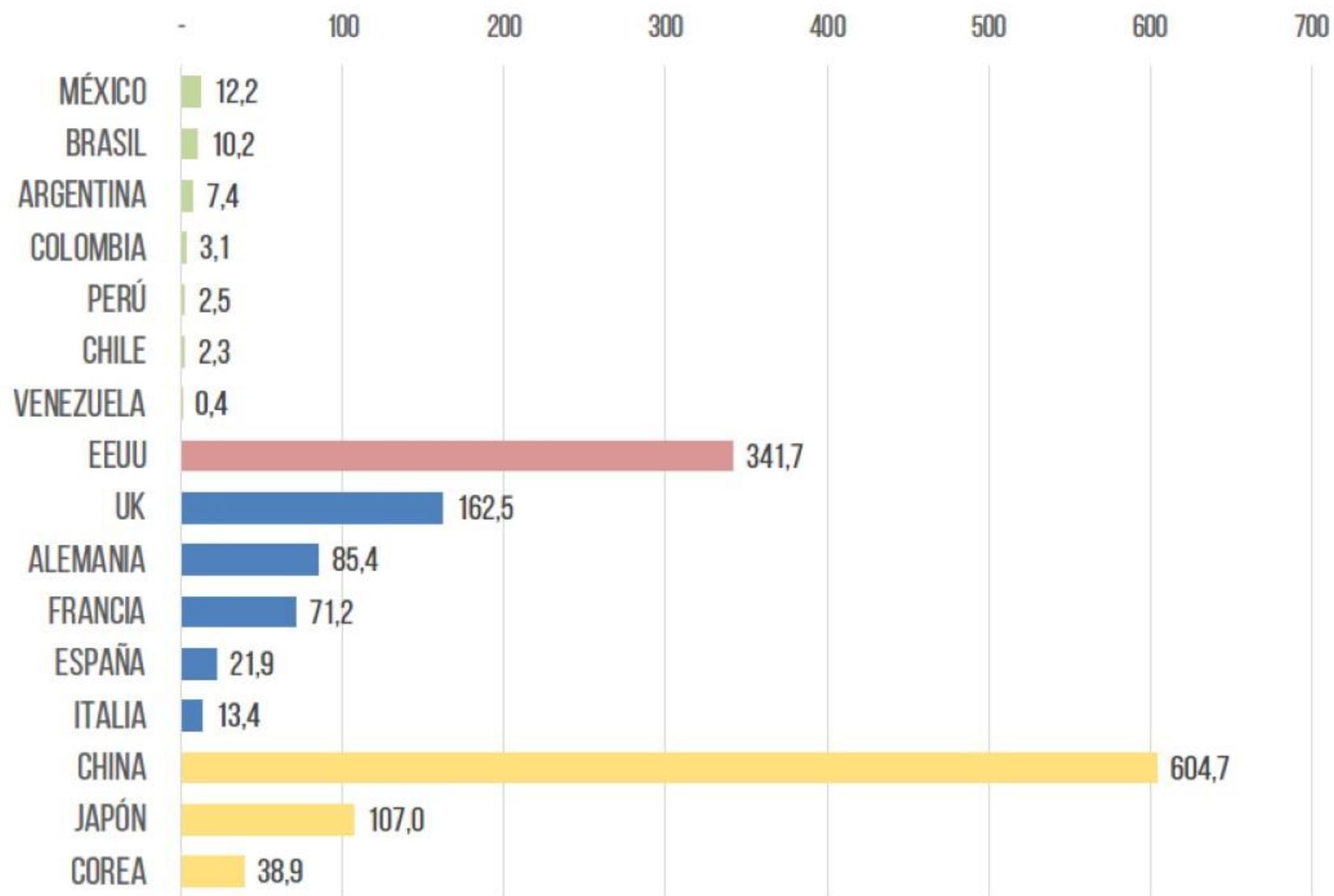
PERSPECTIVAS DEL SECTOR PRIVADO SOBRE LA PROMOCION DEL COMERCIO DIGITAL EN EL MARCO DE LA ALIANZA DEL PACIFICO

@georgelever

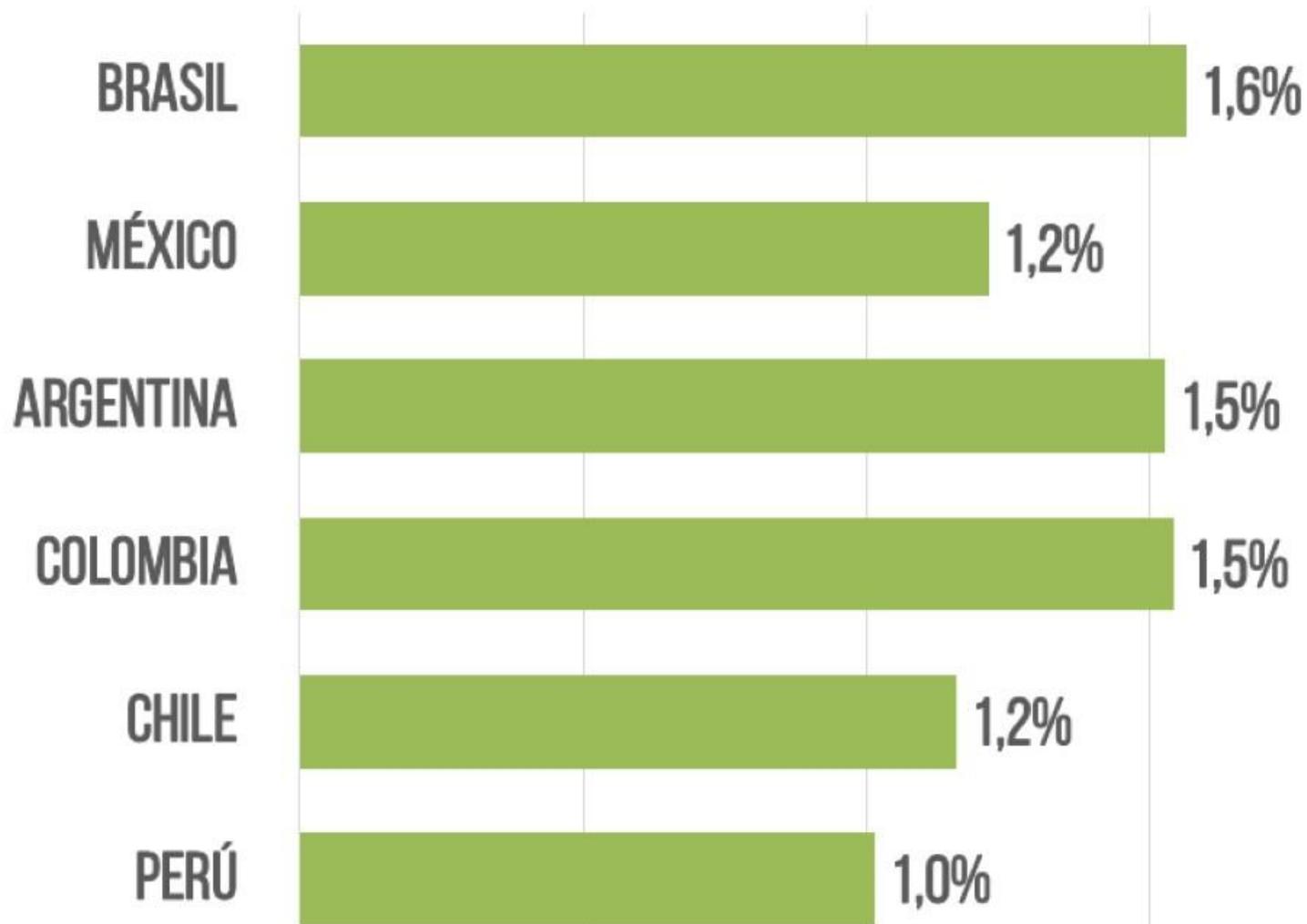
- ▶ Se debe hacer un esfuerzo por UNIFICAR LAS MÉTRICAS del eCommerce
- ▶ SUBIR AL PEQUEÑO COMERCIO al eCommerce es estrategia prioritaria
- ▶ Las PLATAFORMAS de eCommerce son el futuro cercano de las Pymes
- ▶ Los SISTEMAS DE COMPRAS PÚBLICAS son un buen punto de partida (124 mil, 12%)
- ▶ B2B es 10 veces el B2C en Chile
- ▶ La ECONOMÍA COLABORATIVA es el segmento más nuevo -y vibrante- del eCommerce (MMMUS\$ 2.555)

- ▶ **Es necesario MASIFICAR MODELOS DE LOGÍSTICA COLABORATIVA**
- ▶ **MASIFICAR MEDIOS DE PAGO es condición necesaria**
- ▶ **El verdadero OMNICHANNEL es posible (incluido móvil 10% y social 0%)**
- ▶ **El eCOMMERCE TRANSFRONTERIZO ya ES tema (10%)**
- ▶ **Los eventos CYBER hacen la diferencia (8%)**

VENTAS B2C 2015, MMUS\$

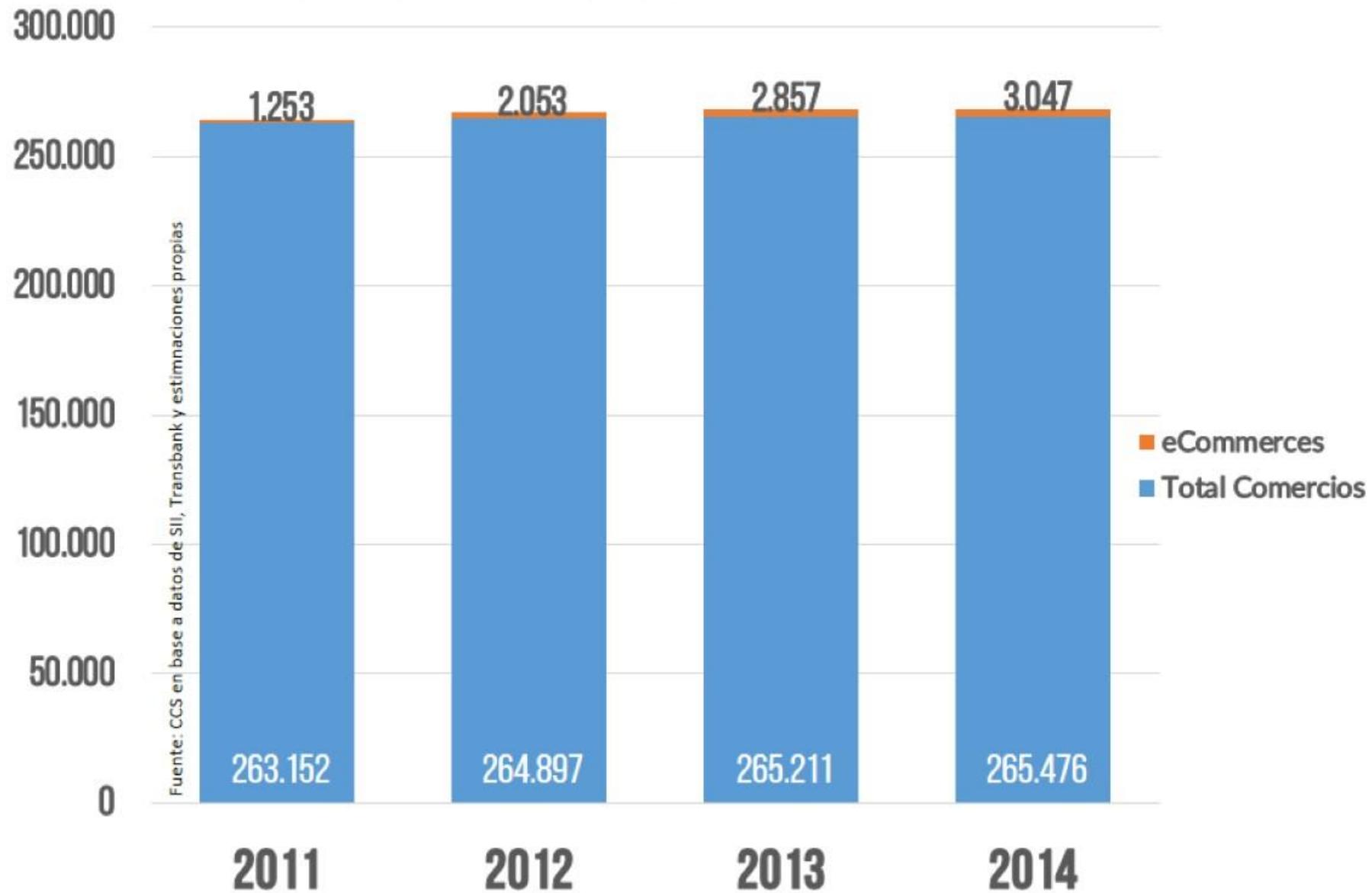


E-COMMERCE COMO % DEL CONSUMO EN PRINCIPALES MERCADOS LATAM

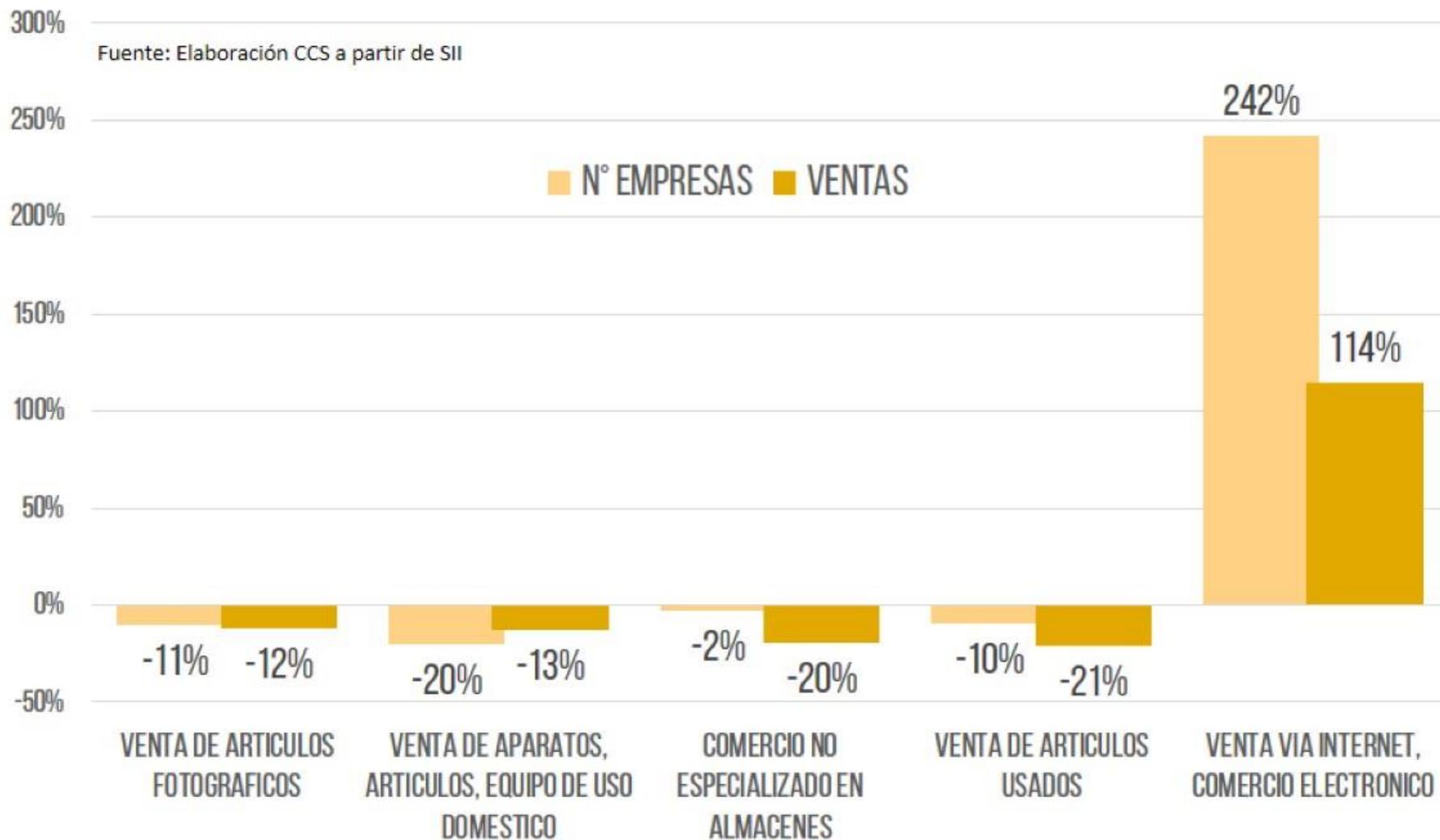


Fuente: estimaciones CCS y fuentes locales

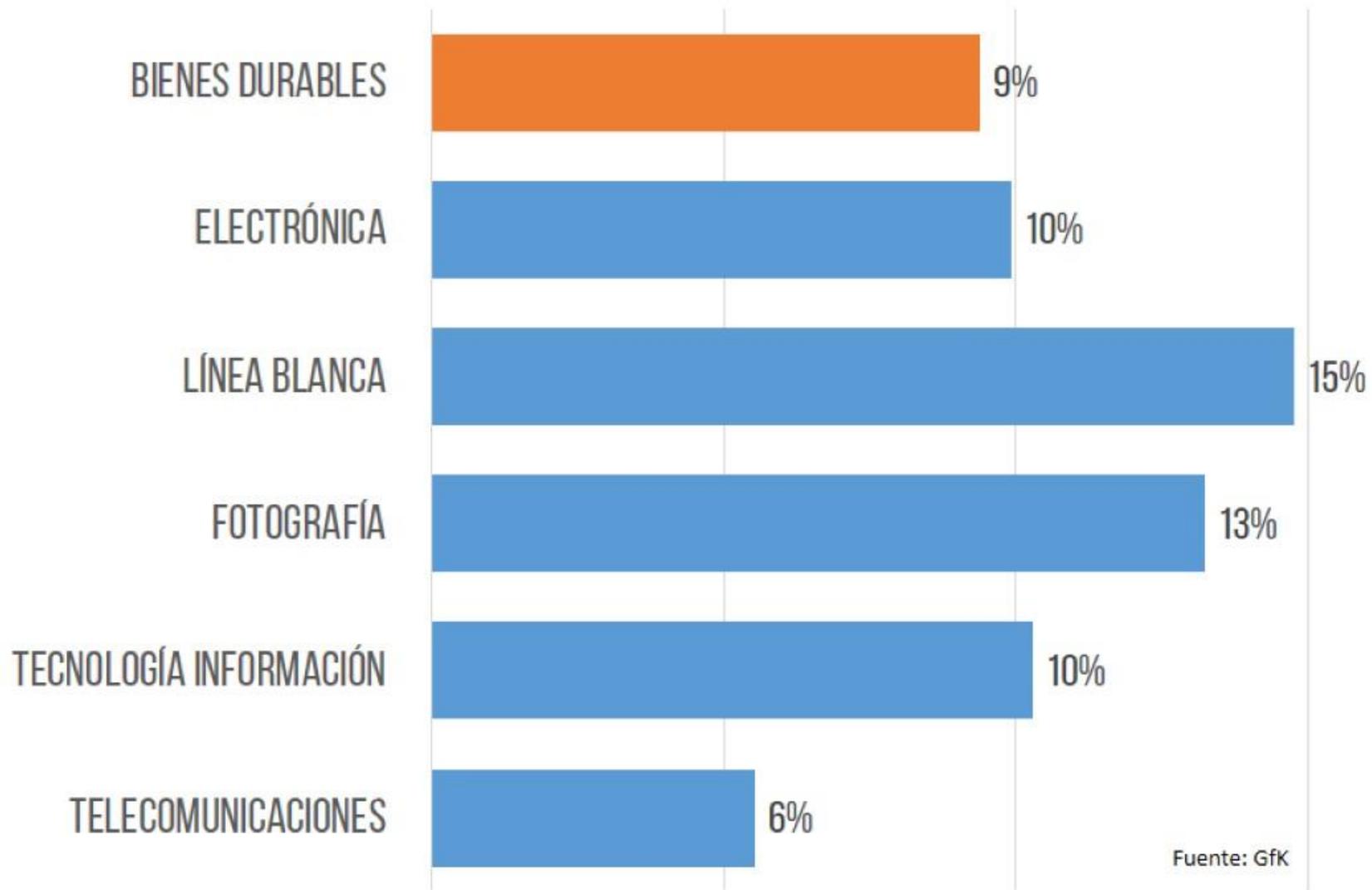
NÚMERO DE EMPRESAS COMERCIO MINORISTA



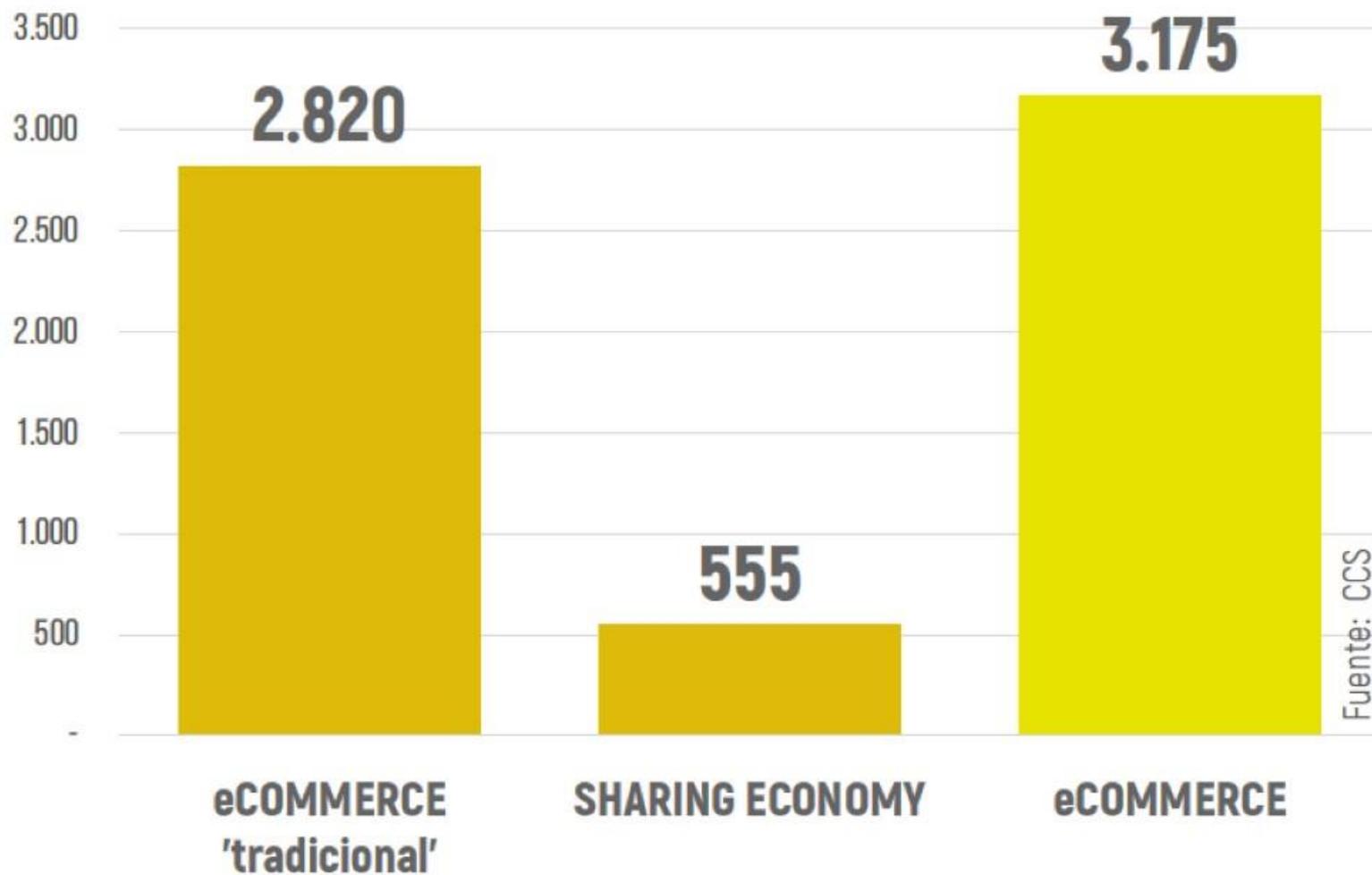
VARIACIÓN NÚMERO DE EMPRESAS Y VENTAS 2010-2014 DE ALGUNOS RUBROS DE COMERCIO (VAR %)

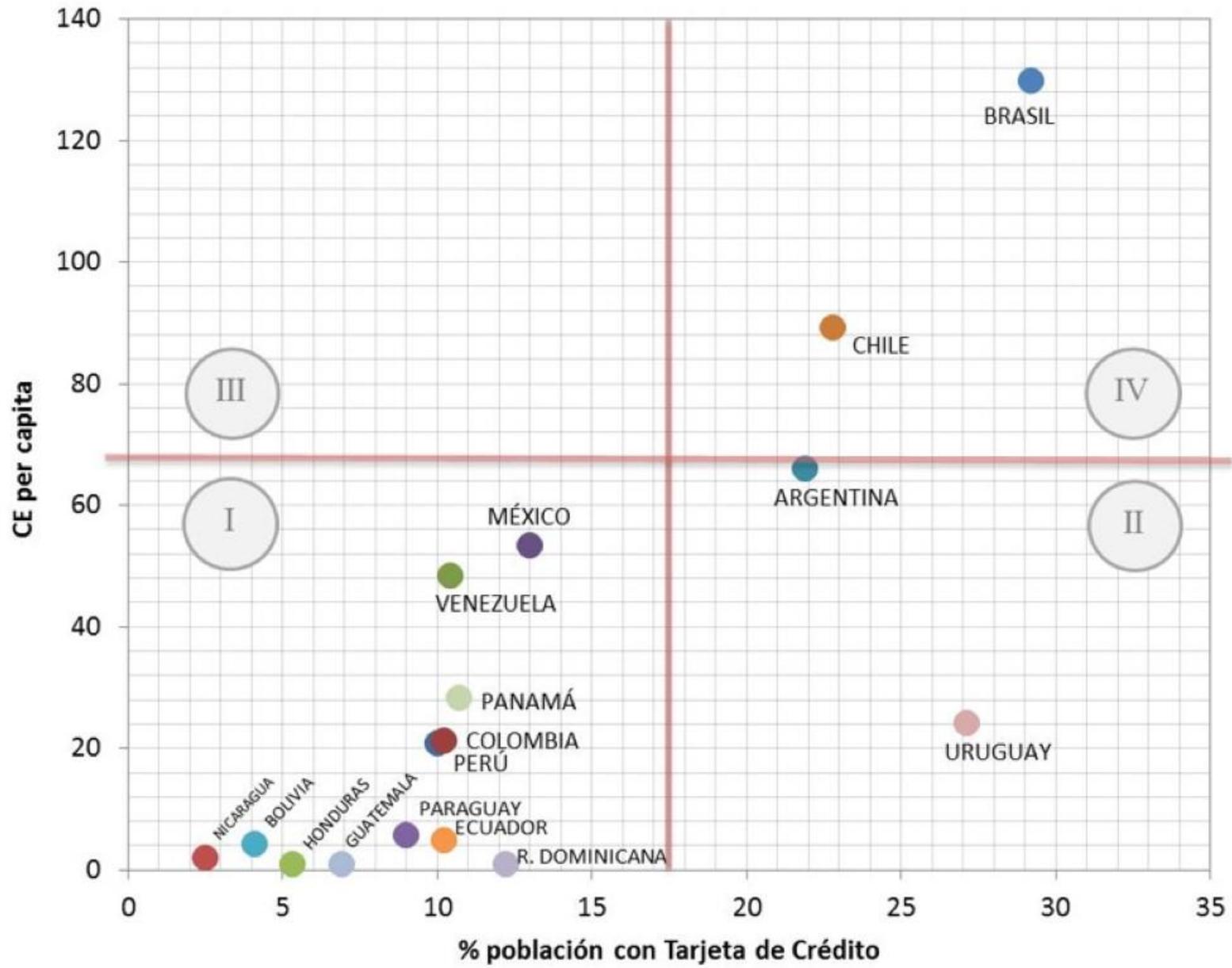


PARTICIPACIÓN E-COMMERCE SOBRE VENTAS EN ALGUNAS CATEGORÍAS



ECOMMERCE Y SHARING ECONOMY CHILE MMUS\$

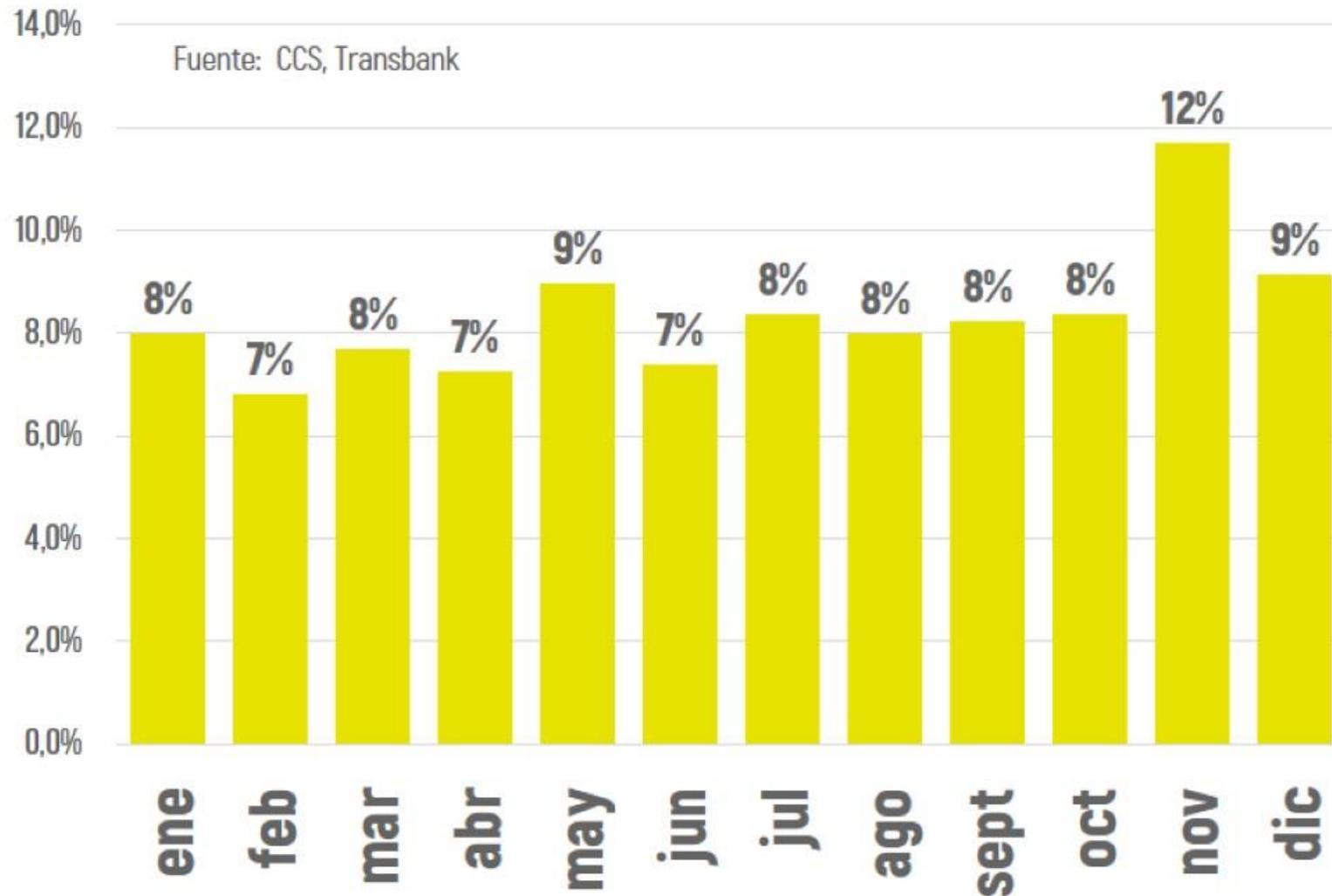




PARTICIPACIÓN DE LAS COMPRAS DESDE EL EXTERIOR SOBRE EL E-COMMERCE (CHILE)



PARTICIPACIÓN EN VENTAS E-COMMERCE POR MES CHILE





**PERSPECTIVAS DEL SECTOR PRIVADO SOBRE
LA PROMOCION DEL COMERCIO DIGITAL EN
EL MARCO DE LA ALIANZA DEL PACIFICO**

@georgelever