

Modaes

Entorno

Brasil: los titanes locales 'devoran' un pastel online de 14.400 millones

En 2017, el gasto medio de las compras por Internet fue de 429 reales (109,2 dólares), un 3% más que en 2016. En total, el ecommerce creció un 7,5% en el último año.

Modaes
5 dic 2018 - 00:00

Brasil: los titanes locales 'devoran' un pastel online de 14.400 millones

Brasil es uno de los mayores países del continente americano, con una población de 207,65 millones de personas. La B de los *Brick*, la economía brasileña fue durante el inicio del siglo XXI una de las nuevas promesas, sobre todo durante los años de la crisis económica que azotó los mercados más maduros. Sin embargo, el país ha ido encadenando varias crisis económicas y políticas, que han impactado la expectativa de crecimiento de la clase media. Pese a ello, su economía es la novena del mundo, por detrás de Italia.

Igual que el canal offline, Brasil continúa siendo un mercado de difícil acceso para los operadores internacionales por las elevadas tasas arancelarias y las trabas administrativas a la importación. **El comercio online en Brasil creció un 7,5% en 2017** en relación al año anterior, cerrando el ejercicio con ventas de 12.900 millones de dólares.

A pesar de la crisis económica por la que atraviesa actualmente el país, se prevé que las ventas minoristas a través de Internet continúen avanzando a paso firme y marquen un ascenso del 12% en 2018 hasta alcanzar 14.400 millones de dólares. Se calcula que en el mercado brasileño alrededor de 55 millones de consumidores realizaron al menos una vez una compra online a lo largo de 2017, un 15% más que en el año anterior, según datos de e-Ebit Webshoppers.

Modaes

En la actualidad, el **58,3% de los brasileños tienen acceso a Internet y se prevé que este porcentaje avance hasta el 61,3% en 2021**. Se estima que el 83% de las personas que compraron por Internet en 2016 lo hizo a través de un ordenador personal y que sólo un 8% utilizó el teléfono móvil y un 4% una tablet.

Por categorías de producto, la moda lidera la clasificación. En 2016, los consumidores brasileños que compraron artículos de vestir y accesorios a través de Internet gastaron 6.360 millones de dólares. Le sigue la electrónica, con una cifra de negocio de 5.160 millones de dólares. **Las previsiones para 2021 indican que la moda continuará siendo la categoría reina en Internet en el país y que llegará a superar el listón de los 10.000 millones de dólares.**

El gasto medio de las compras por Internet fue de 429 reales brasileños (100,5 euros), un 3% más que en 2016. Se prevé que este dato ascienda hasta 446 reales brasileños (104,5 euros) en 2018. Se estima que esta cifra avance un 8% este año, hasta 119,7 millones de transacciones. En volumen, se calcula que en 2017 se realizaron 111,2 millones de operaciones de compra online, un 5% más que en 2016.

El ecommerce en Brasil está concentrado: los setenta mayores operadores del país generaron el 75,64% del negocio minorista online. Los diez mayores *players* son *marketplaces* como Via Varejo, Magazine Luiza, Máquina de Vendas, Dell, Fast Shop y Polishop, así como cuatro *pure players*, como B2W, la española Privalia, Netshoes y Dafiti. B2W, el mayor grupo del país, facturó en 2016 un total de 10.520,4 millones de reales (2.736,6 millones de dólares). A gran distancia le sigue el segundo, Via Varejo, con una cifra de negocio de 2.906 millones de reales (755,9 millones de dólares). Privalia, en cuarta posición, facturó en 2016 un total de 2.519,7 millones de reales (655,4 millones de euros).