



Tecnológico
de Monterrey



High Logistics Group

Retos logísticos del comercio electrónico en Latinoamérica

II SIMPOSIO INTERNACIONAL **ON LINE**
DE LOGISTICA Y COMPETITIVIDAD

Manuel Farías Martínez

Abril 13 2016.

¿Cuáles son los retos que enfrenta el comercio electrónico en Latinoamérica?

El acceso a Internet y la bancarización...

La demanda y su pronóstico...

Los sistemas y la seguridad informática...

Los proveedores y los inventarios...

Las demoras y las devoluciones...

La capacidad y los costos...

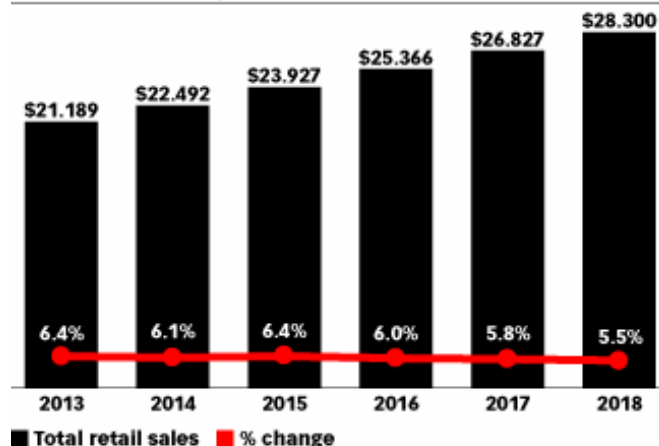


Hoy en día los países más desarrollados viven ya una época de intenso **comercio electrónico** eficientes **sistemas** permiten a los consumidores adquirir **convenientemente** una **enorme variedad** de **bienes y servicios...**

Bienes que los consumidores esperan que les sean entregados en el **lugar**, en el **tiempo**, en las **condiciones** y al **costo** que se **comprometió** el vendedor... y que además puedan ser **devueltos** fácilmente si así lo desean....
la tarea logística.

Total Retail Sales Worldwide, 2013-2018

trillions and % change



Note: excludes travel and event tickets

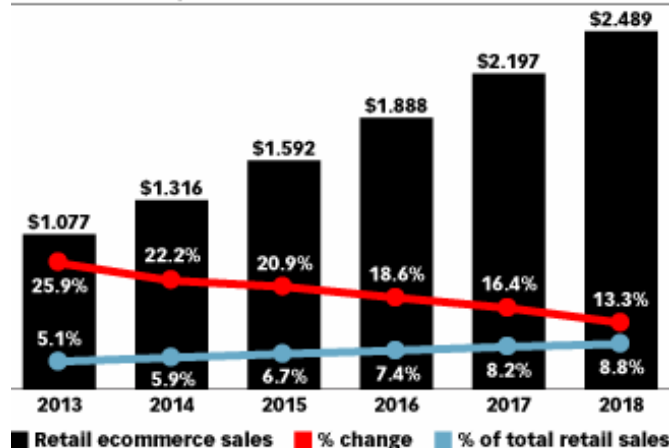
Source: eMarketer, Dec 2014

183292

www.eMarketer.com

Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2013-2018

trillions, % change and % of total retail sales



Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets

Source: eMarketer, Dec 2014

183293

www.eMarketer.com

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2013-2018

billions and % change

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	\$315.75	\$426.26	\$562.66	\$714.58	\$871.79	\$1,011.28
—% change	47.0%	35.0%	32.0%	27.0%	22.0%	16.0%
2. US**	\$264.28	\$305.65	\$349.06	\$394.43	\$442.55	\$493.89
—% change	16.5%	15.7%	14.2%	13.0%	12.2%	11.6%
3. UK**	\$70.39	\$82.00	\$93.89	\$104.22	\$114.64	\$124.96
—% change	17.0%	16.5%	14.5%	11.0%	10.0%	9.0%
4. Japan	\$62.13	\$70.83	\$79.33	\$88.06	\$96.87	\$106.07
—% change	17.9%	14.0%	12.0%	11.0%	10.0%	9.5%
5. Germany	\$51.91	\$63.38	\$73.46	\$82.93	\$91.97	\$99.33
—% change	21.7%	22.1%	15.9%	12.9%	10.9%	8.0%
6. France	\$34.21	\$38.36	\$42.62	\$46.13	\$49.71	\$53.26
—% change	13.2%	12.1%	11.1%	8.2%	7.8%	7.1%
7. South Korea	\$29.30	\$33.11	\$36.76	\$40.43	\$44.07	\$47.82
—% change	12.6%	13.0%	11.0%	10.0%	9.0%	8.5%
8. Canada	\$20.98	\$24.63	\$28.77	\$33.05	\$37.61	\$42.67
—% change	17.7%	17.4%	16.8%	14.9%	13.8%	13.5%
9. Russia	\$15.06	\$17.47	\$20.30	\$23.40	\$26.88	\$30.91
—% change	27.4%	16.0%	16.2%	15.3%	14.9%	15.0%
10. Brazil	\$13.34	\$16.28	\$18.80	\$21.34	\$23.79	\$26.17
—% change	28.0%	22.0%	15.5%	13.5%	11.5%	10.0%

Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets; *excludes Hong Kong; **forecast from Sep 2014

Source: eMarketer, Dec 2014

183295

www.eMarketer.com

El crecimiento del **e-commerce** y del **m-commerce** es una mega **tendencia** que llega **fuerte** a **Latinoamérica...**

Grandes **oportunidades** y también **retos** importantes se presentan para las **empresas...** y para los **emprendedores...**

Las **ventas minoristas** a través de **Internet** se han más que **cuadruplicado** en los últimos **diez años...**

Top 50 e-retailers, 2013



Retail Ecommerce Sales as a Percent of Total Retail Sales in Select Countries, 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
UK*	11.6%	13.0%	14.4%	15.6%	16.9%	18.0%
China**	8.3%	10.1%	12.0%	13.8%	15.5%	16.6%
Finland	9.2%	9.8%	10.4%	10.8%	11.2%	11.5%
Norway	8.8%	9.7%	10.7%	11.5%	12.1%	12.7%
South Korea	8.1%	9.0%	9.8%	10.5%	11.3%	12.0%
Denmark	7.7%	8.6%	9.3%	9.9%	10.4%	10.8%
Germany	6.1%	7.3%	8.4%	9.4%	10.4%	11.2%
US*	5.8%	6.5%	7.1%	7.7%	8.3%	8.9%
Canada	4.5%	5.2%	5.9%	6.6%	7.4%	8.2%
Japan	4.4%	4.9%	5.4%	5.8%	6.2%	6.7%
France	4.2%	4.6%	5.1%	5.4%	5.8%	6.2%
Netherlands	3.8%	4.3%	4.6%	4.9%	5.1%	5.3%
Australia	3.6%	4.1%	4.5%	4.9%	5.3%	5.6%
Spain	3.6%	4.1%	4.8%	5.4%	6.0%	6.5%
Brazil	3.4%	3.8%	4.1%	4.4%	4.6%	4.8%
Sweden	3.2%	3.5%	3.8%	4.1%	4.4%	4.6%
Russia	2.0%	2.2%	2.4%	2.6%	2.8%	3.0%
Italy	1.5%	1.7%	1.9%	2.1%	2.2%	2.3%
Argentina	1.3%	1.4%	1.6%	1.9%	2.2%	2.5%
Mexico	1.0%	1.2%	1.5%	1.9%	2.2%	2.6%
India	0.6%	0.7%	0.9%	1.1%	1.3%	1.4%
Indonesia	0.5%	0.6%	0.8%	1.0%	1.2%	1.4%

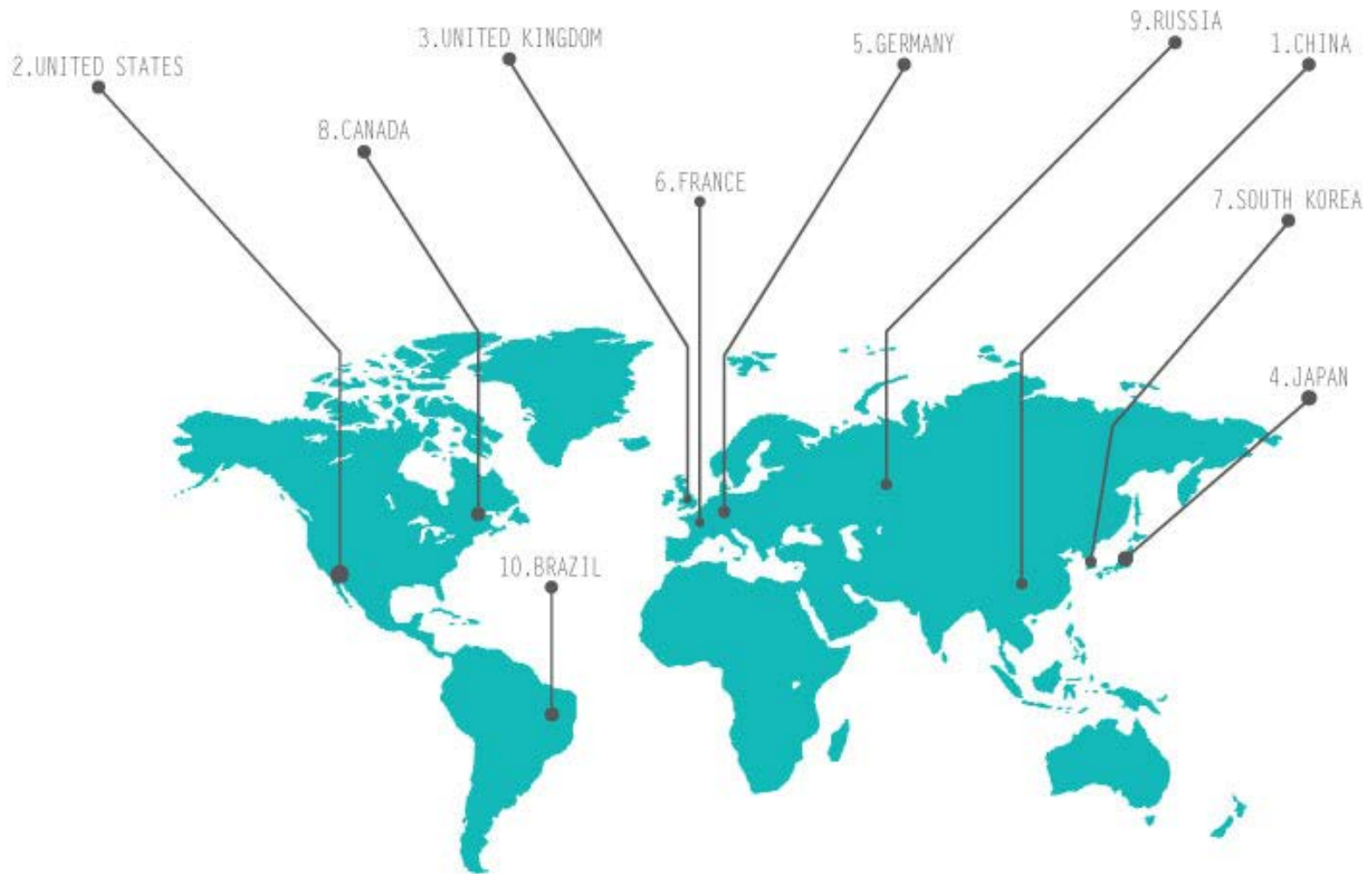
*Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets; *forecast from Sep 2014; **excludes Hong Kong*

Source: eMarketer, Dec 2014

183110

www.eMarketer.com

TOP 10 eCOMMERCE MARKETS BY COUNTRY



Rank	Change in rank	Country	Online market size (40%)	Consumer behavior (20%)	Growth potential (20%)	Infra-structure (20%)	Online market attractiveness score
1	+2	United States	100.0	83.2	22.0	91.5	79.3
2	-1	China	100.0	59.4	86.1	43.6	77.8
3	+1	United Kingdom	87.9	98.6	11.3	86.4	74.4
4	-2	Japan	77.6	87.8	10.1	97.7	70.1
5	+1	Germany	63.9	92.6	29.5	83.1	66.6
6	+1	France	51.9	89.5	21.0	82.1	59.3
7	-2	South Korea	44.9	98.4	11.3	95.0	58.9
8	+5	Russia	29.6	66.4	51.8	66.2	48.7
9	+15	Belgium	8.3	82.0	48.3	81.1	45.6
10	-1	Australia	11.9	80.8	28.6	84.8	43.6
11	-1	Canada	10.6	81.4	23.6	88.9	43.1
12	+2	Hong Kong	2.3	93.6	13.0	100.0	42.2
13	+6	Netherlands	8.9	98.8	8.1	84.6	41.8
14	-3	Singapore	1.3	89.4	15.7	100.0	41.5
15	+13	Denmark	8.1	100.0	15.1	75.5	41.4
16	0	Sweden	8.8	97.2	11.8	77.7	40.9
17	Not ranked	Mexico	10.0	53.3	58.6	68.0	40.0
18	Not ranked	Spain	13.2	73.1	20.2	80.1	39.9
19	+1	Chile	2.7	71.8	49.3	73.2	39.9
20	+6	Norway	8.2	99.4	5.6	76.3	39.5
21	-13	Brazil	19.6	57.4	28.0	72.4	39.4
22	-7	Italy	12.3	71.6	27.8	70.7	38.9
23	+6	Switzerland	7.1	89.6	7.4	82.5	38.8
24	-1	Venezuela	1.7	54.1	79.4	55.7	38.5
25	-4	Finland	6.4	98.3	3.8	77.3	38.4
26	-8	New Zealand	1.7	86.4	25.9	75.4	38.2
27	Not ranked	Austria	5.9	85.3	19.0	74.8	38.1
28	Not ranked	Saudi Arabia	1.1	46.6	67.3	74.6	38.1
29	-17	Argentina	5.7	70.3	43.9	64.3	38.0
30	-3	Ireland	4.9	74.4	27.6	74.1	37.2



Notes: Scores are rounded. 100 is the highest and 0 is the lowest for each dimension.

Sources: Euromonitor, International Telecommunication Union, Planet Retail, World Bank, World Economic Forum, United Nations Department of Economic and Social Affairs; A.T. Kearney analysis

Los **retos** logísticos **hoy** no son diferentes a los que enfrentó [Toys R Us.com](http://ToysRUs.com) en la **Navidad de 1999...**

“**pick, pack and ship**” ... ***e-fulfillment capabilities***...

¿De **dónde** y **cómo** vamos a atender la demanda?

¿Con qué nivel de **servicio**?

¿Cómo vamos a manejar las **devoluciones**?

¿A qué **costo**?



Elementos **críticos** que deben considerarse...

- *El procesamiento de los pedidos de los clientes*
- *La administración del inventario*
- *La recolección, el empaque y el embarque de los pedidos*
- *La transportación y entrega al cliente*
- *El procesamiento de las devoluciones*
- *La seguridad de la información*

Porque todos **impactan** al **servicio al cliente** y al **costo**.



Cuestiones “**logísticas**” por resolver...

¿Perfil del inventario?

¿Dónde estará ubicado el centro de cumplimiento de pedidos?

¿Cómo va a operar?

¿Dónde se va a entregar? ¿Nacional e Internacional?

¿Quién va a entregar? ¿Transporte propio o tercerizado?

¿Cómo se van a manejar las devoluciones?

Una tarea interesante... ...**el balance servicio/costo**...



Algunas **referencias** para tener en cuenta...

[Amazon en México](#)

[Amazon y la entrega](#) [Amazon Flex](#)

[China](#) [The world's largest retail platform](#)

[Drone delivery](#) [terrestre](#)

[Uber Rush](#)

[The Titans: Alibaba, Amazon , and Walmart](#)

¿... ?

... **tecnología + innovación + emprendedores...**





... ¿preguntas? ...



¡Agradezco mucho su atención!

Manuel Farías Martínez

» e-mail: manuel.farias@itesm.mx

» Skype: [mfarias57](https://www.skype.com/people/mfarias57)

» [Linked](#) 

