

EL APORTE



ELIANA DÍAZ
Directora de Márketing de Eshopex*

EL PANORAMA PARA LAS IMPORTACIONES

El comercio electrónico es una de las columnas que está apuntalando el crecimiento de esta actividad, un avance que se estima en 30% para este año.

- Al cierre del 2019, las importaciones de productos para el consumidor final aumentaron en 25%, frente al año pasado, como resultado, sobre todo, de las fiestas de fin de año y el impulso que ha tenido el e-commerce en la región, básicamente en cuanto a las importaciones que provienen desde China y Estados Unidos.
- En el Perú han proliferado las pequeñas y medianas empresas que se dedican a la venta de productos importados: desde accesorios, ropa y, sobre todo, tecnología, que va desde smartphones hasta equipos de última genera-

- ción de audio y video.
- Ajenas a esta coyuntura, no son las personas que buscan aprovechar ofertas del famoso Black Friday o del Cyber Monday, eventos comerciales a gran escala en países como EE.UU. Sin embargo, estas personas aún muestran recelo por comprar mercadería en Norteamérica, precisamente, y no consideran los altos costos de almacenaje, logística y las pérdidas por desuso.
- ¿El comercio electrónico realmente está despegando en nuestro país? El último Black Friday representó, para Eshopex, un incremento

- de importaciones del 50%, destacando entre los rubros más solicitados la tecnología, moda y repuestos automotores. De todos modos, vale la pena acotar que el alto costo de aranceles e impuestos de internación dificultan un mayor despegue de las compras en línea, sumándole a ello la falta de conocimiento y miedo a las plataformas internacionales de pago.
- Durante el último año, gigantes del 'retail' como eBay y Amazon han mostrado interés por expandirse hacia el Perú y otros países de la región. Las estrategias de cre-



ILUSTRACIÓN: VÍCTOR AGUILAR

“[En el 2019] gigantes del ‘retail’ como eBay y Amazon han mostrado interés por expandirse hacia el Perú y otros países de la región”.

- cimiento de ambas firmas en América Latina han logrado facilitar las compras en EE.UU., enviándolas no solo a través del 'courier' tradicional, como con DHL, sino vía 'partners' estratégicos en el Perú, Chile y Brasil.
- Para este año, se prevé un aumento anual de importaciones del 30%. Las estrategias se han diferenciado por el tipo de venta. Amazon se enfoca en usuarios finales, mientras que eBay lo hace en las pymes.
- A través de eBay, los pe-

queños importadores tienen un portafolio de oportunidades en 190 países para adquisiciones con el beneficio de envío seguro. Sus cifras arrojan que el 50% de sus pedidos están concentrados en accesorios electrónicos, repuestos de auto y 'gadgets'.

* Es comunicadora por la U. Jaime Bausate y Meza con un diplomado en Márketing Digital por la U. De Piura.

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.



#Ponle Punche Ponle Hierro

Juntos por un Perú sin anemia



Prevenir la anemia infantil permitirá que los niños tengan un óptimo crecimiento y alto rendimiento escolar

Según MINEDU, la anemia afecta el desarrollo motor, cognitivo y emocional del niño, así como su capacidad de aprender

Según el MINSA, el 43.5% de niños peruanos menores a 3 años padecen de anemia

