

## Módulo Ventas Online

### **Cifras Recientes sobre la Evolución de las Ventas de Productos de Consumo Masivo Online en Latinoamérica:**

**Fuerte Crecimiento:** Latinoamérica es uno de los mercados de comercio electrónico de más rápido crecimiento a nivel mundial. Las proyecciones indican una tasa de crecimiento anual de alrededor del **19%** entre 2022 y 2027.

**Tamaño de Mercado Significativo:** Se espera que el tamaño del mercado de comercio electrónico en la región alcance los **\$194.7 mil millones de dólares estadounidenses para 2024**. Algunas proyecciones incluso estiman que superará los **\$509 mil millones de dólares estadounidenses en 2023**, con una sólida TCAC (Tasa de Crecimiento Anual Compuesta) continua hasta 2026.

**Aumento de Compradores Online:** Latinoamérica tiene más de **300 millones de compradores digitales**, y se espera que este número aumente en más del **20% para 2027**.

**Dominio Móvil:** Los dispositivos móviles son la forma preferida para comprar online para la mayoría de los consumidores latinoamericanos, con tasas de penetración que varían según el país pero que generalmente son altas.

**Crecimiento Transfronterizo:** Existe una demanda significativa de productos internacionales, con ventas online transfronterizas creciendo más rápido que el comercio electrónico doméstico en algunas regiones.

**Crecimiento por Categoría:** Si bien la electrónica y la moda son populares, categorías como **salud y belleza** y **alimentos** muestran un fuerte potencial de crecimiento en el comercio minorista online debido a su naturaleza de compra recurrente y la conveniencia de la entrega.

**Desglose por País:** **Brasil y México** son los mercados de comercio electrónico más grandes de Latinoamérica, a menudo representando más del 65-70% de la cuota de mercado regional. **Argentina, Chile, Colombia y Perú** también representan mercados significativos y en crecimiento.

**Fuentes para Mayor Investigación:**

Para evaluar la oportunidad de que tu negocio mayorista ofrezca ventas online a minoristas, considera consultar estos tipos de fuentes:

### 1. Informes de Investigación de Mercado:

- **Grand View Research:** Ofrecen informes sobre el mercado de comercio electrónico de Latinoamérica con proyecciones de tamaño y perspectivas.
- **Mordor Intelligence:** Proporciona un análisis en profundidad del mercado de logística de comercio electrónico de Latinoamérica y las tendencias relacionadas.
- **Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI):** Ofrece datos e información sobre comercio electrónico y pagos digitales en Latinoamérica, incluyendo proyecciones de mercado.
- **Euromonitor International:** Proporciona análisis de tendencias de consumo y datos de mercado en Latinoamérica.
- **Mintel:** Ofrece informes de investigación de mercado sobre varios sectores de bienes de consumo en países latinoamericanos, incluyendo el comportamiento de compra online versus offline.

- **Statista:** Un portal de estadísticas integral con datos sobre ventas de comercio electrónico, penetración de usuarios y pronósticos para Latinoamérica.

## **2. Publicaciones y Noticias de la Industria:**

- Sitios web y publicaciones centradas en el comercio electrónico en Latinoamérica (busca "noticias e-commerce Latam").
- Noticias de la industria de logística y cadena de suministro, ya que una entrega eficiente es crucial para las ventas online.
- Blogs y sitios web centrados en marketing digital y comercio electrónico con una perspectiva latinoamericana.

## **3. Proveedores de Plataformas de Comercio Electrónico:**

- Explora los recursos y estudios de caso ofrecidos por las principales plataformas de comercio electrónico (como Shopify, WooCommerce, VTEX - que es fuerte en Latinoamérica, etc.) que operan en la región. A menudo proporcionan información sobre las tendencias del mercado local.

## **4. Pasarelas de Pago y Empresas Fintech:**

- Las empresas que facilitan los pagos online en Latinoamérica a menudo publican datos y tendencias relacionadas con las transacciones online y el comportamiento del consumidor.

### **Evaluando la Oportunidad para tu Negocio Mayorista:**

Al utilizar estas fuentes, considera las siguientes preguntas para evaluar tu oportunidad:

- **¿Cuál es la penetración actual de las ventas B2B online en el sector mayorista en tu categoría de productos específica dentro de Latinoamérica (e idealmente, dentro de tus países objetivo)?** Si bien el comercio electrónico en general está creciendo, la adopción B2B podría diferir.
- **¿Cuáles son los comportamientos de compra online de los pequeños minoristas en tus mercados objetivo?** ¿Ya están comprando online de otras fuentes? ¿Cuáles son sus necesidades y puntos débiles que una plataforma mayorista online podría abordar?
- **¿Cuáles son los desafíos logísticos y los costos asociados con ofrecer ventas y entregas online a tus clientes minoristas?**

- **¿Qué nivel de inversión tecnológica se requeriría para configurar y mantener una plataforma online?**
- **¿Cómo complementarían la oferta de ventas online tus canales de venta tradicionales existentes?**
- **¿Cuál es el panorama competitivo para la venta mayorista online en tu sector? ¿Existen plataformas, y cuáles son sus fortalezas y debilidades?**
- **¿Cuál es la disposición de tu base de clientes actual a adoptar la compra online? Podrías considerar encuestar a tus clientes actuales.**

Al combinar las tendencias generales del mercado con una comprensión específica de tu industria y base de clientes, puedes tomar una decisión informada sobre si ofrecer ventas online es una oportunidad viable y rentable para tu negocio mayorista en Medellín.

### **Estado Actual de las Ventas Online de Bebidas en Colombia:**

- **Creciente pero aún Incipiente:** Si bien el comercio electrónico de bienes de consumo está en expansión en Colombia,

la venta online de bebidas, especialmente a nivel mayorista, se encuentra todavía en una etapa relativamente temprana en comparación con otras categorías como la moda o la electrónica.

**.Enfoque en el Retail:** La mayoría de las plataformas online establecidas para bebidas en Colombia atienden directamente a los consumidores. Estas incluyen licorerías especializadas con presencia online (como Nóvili, Dislicores, La Licorera, Licores Casa Moreno), grandes minoristas con secciones de licores online (como Éxito) e incluso algunas iniciativas directas al consumidor de grandes empresas de bebidas (como WeShop de Postobón para bebidas no alcohólicas).

**.El Licor Lidera el Camino:** El segmento de bebidas alcohólicas (licores, vino, cerveza) parece tener una presencia minorista online más establecida en comparación con la venta mayorista de bebidas no alcohólicas. Esto podría deberse a valores promedio de pedido más

altos y potencialmente menos complejidades logísticas que los grandes volúmenes de bebidas no alcohólicas.

**.Plataformas B2B Emergentes:** Existe un reconocimiento creciente de la necesidad de soluciones de comercio electrónico B2B en Colombia, incluyendo el sector mayorista. Podrían estar surgiendo algunas iniciativas para conectar mayoristas con minoristas online, pero las plataformas dedicadas y ampliamente adoptadas para bebidas aún podrían estar en desarrollo o ser menos visibles.

<https://www.treinta.co/>

También pueden consultar mayoristas especializados de Licores en Cali.

<https://licoresjunior.com/>

**.Diferencias Regionales:** La penetración online podría variar entre las diferentes regiones de Colombia, siendo las ciudades más grandes como Bogotá y Medellín las que potencialmente tienen tasas de adopción más altas.

## **Tendencias Clave que Influyen en las Ventas Online de Bebidas en Colombia:**

- **Aumento de la Adopción del Comercio Electrónico:** En general, los colombianos se sienten cada vez más cómodos con las compras online debido al aumento de la penetración de internet, el uso de teléfonos inteligentes y la conveniencia que ofrece el comercio electrónico. Esto crea un entorno favorable para las ventas B2B online a largo plazo.
- **Demanda de Conveniencia:** Los minoristas, especialmente las pequeñas "tiendas de barrio", buscan cada vez más formas eficientes de adquirir su inventario. Una plataforma mayorista online podría ofrecer importantes ahorros de tiempo y conveniencia en comparación con los procesos de pedido tradicionales.
- **Avances Tecnológicos:** La creciente disponibilidad de acceso confiable a internet y herramientas digitales asequibles facilita que tanto mayoristas como minoristas participen en el comercio online.

- **Potencial de Ganancias de Eficiencia:** Las plataformas online pueden optimizar el proceso de pedido, reducir errores, mejorar la gestión de inventario para ambas partes y potencialmente optimizar la logística.
- **Presión Competitiva:** Como se mencionó en el contexto latinoamericano más amplio, el auge de los mercados online y las iniciativas directas al minorista de los grandes fabricantes podrían presionar a los mayoristas tradicionales para que se adapten y ofrezcan soluciones online para retener a sus clientes.
- **Enfoque en la Transformación Digital:** Muchas empresas en Colombia están reconociendo la importancia de la transformación digital para seguir siendo competitivas, y es probable que esta tendencia se extienda al sector mayorista.

## **Evaluación de la Oportunidad para tu Negocio Mayorista:**

Con base en el panorama actual y las tendencias, aquí te mostramos cómo puedes evaluar la

oportunidad de ofrecer ventas online para tu negocio mayorista de bebidas en Colombia:

### 1. Analiza tu Base de Clientes:

- **Preparación Digital:** ¿Qué tan cómodos se sienten tus clientes actuales de "tiendas de barrio" al usar plataformas online para fines comerciales? ¿Ya utilizan aplicaciones de mensajería o herramientas digitales básicas para realizar pedidos?
- **Necesidades y Puntos Débiles:** ¿Cuáles son sus mayores desafíos en el proceso de adquisición actual? (por ejemplo, tiempo dedicado a visitar mayoristas, costos de transporte, selección limitada, falta de transparencia en los precios). Una plataforma online podría abordar estos problemas.
- **Frecuencia y Tamaño de los Pedidos:** Comprender sus patrones de pedido típicos te ayudará a diseñar una plataforma online y una estrategia logística eficaces.

## 2. Investiga el Panorama Competitivo:

- **Identifica Mayoristas Online Existentes:** ¿Existen mayoristas online establecidos específicamente para bebidas en Colombia que se dirijan a las "tiendas de barrio"? Si es así, analiza sus ofertas, precios, logística y opiniones de los clientes.
- **Iniciativas Directas de los Fabricantes:** ¿Están los grandes fabricantes de bebidas en Colombia ofreciendo opciones de pedido online directas para los pequeños minoristas? Este podría ser un factor competitivo importante.
- **Mercados B2B Generales:** Explora si existen mercados B2B generales en Colombia que incluyan mayoristas de bebidas.

## 3. Evalúa tus Capacidades Internas:

- **Infraestructura Tecnológica:** ¿Tienes la infraestructura de TI necesaria o la capacidad de invertir en el desarrollo

y mantenimiento de una plataforma online?

- **Logística y Cumplimiento:** ¿Cómo gestionarías los pedidos online, el almacenamiento y la entrega a una base de clientes potencialmente más grande y geográficamente dispersa?
- **Procesamiento de Pagos:** ¿Qué opciones de pago online ofrecerías a tus clientes minoristas?
- **Atención al Cliente:** ¿Cómo proporcionarías atención al cliente online y gestionarías consultas o problemas?

#### 4. Considera un Enfoque por Fases:

- **Comienza Poco a Poco:** Podrías empezar ofreciendo un catálogo online simple con formularios de pedido o una plataforma de comercio electrónico básica a un grupo selecto de clientes leales.
- **Programas Piloto:** Ejecuta programas piloto en áreas geográficas específicas para probar la viabilidad y recopilar comentarios.

- **Integración con Sistemas Existentes:** Explora opciones para integrar una plataforma online con tus sistemas actuales de gestión de inventario y contabilidad.

## **Posibles Ventajas de Ofrecer Ventas Online:**

- **Alcance Ampliado:** Potencialmente podrías atender a una gama más amplia de "tiendas de barrio" más allá de tu área geográfica inmediata.
- **Mayor Eficiencia:** Los pedidos online pueden optimizar el proceso de venta, reducir errores manuales y liberar a tu equipo de ventas para actividades más estratégicas.
- **Mejor Servicio al Cliente:** Una plataforma online puede proporcionar a los minoristas acceso las 24 horas del día, los 7 días de la semana a tu catálogo, precios e historial de pedidos.
- **Información Basada en Datos:** Los datos de ventas online pueden proporcionar información valiosa sobre las preferencias

de los clientes, los patrones de compra y las necesidades de inventario.

**.Potencial de Nuevas Fuentes de Ingresos:** Podrías explorar la oferta de servicios de valor añadido a través de tu plataforma online, como financiación de pedidos o soporte de marketing para minoristas.