



Informe e-País: El Comercio Electrónico en Estados Unidos

Septiembre 2022

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Washington D.C.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



26 de septiembre de 2022
Washington D.C.

Este estudio ha sido realizado por
Fernández Zubia, Guillermo y Martínez Ferrer, Jorge

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Washington D.C.

<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-017-4

1. Resumen ejecutivo

- Estados Unidos es el tercer país más poblado del mundo, con 332 millones de habitantes. Con una tasa de penetración del uso de internet del 90%, representa un 7,5% de los usuarios totales de internet a nivel mundial.
- En 2021, [el teléfono móvil es el gran dominador de la escena](#): un 85% de los americanos cuentan con un *smartphone*, frente al 35% en 2011. Además, esta tendencia está teniendo lugar en todos los grupos de edad.
- Estados Unidos está en proceso de establecer una red 5G y para ello ha destina 65.000 millones de fondos públicos en el Plan de Infraestructuras para mejorar la red de banda ancha nacional.
- Las redes sociales, muy relacionadas con el uso del teléfono móvil, son empleadas por un porcentaje cada vez mayor (72%) y durante más tiempo. Esto explica el importante papel que juegan en aspectos como la publicidad digital o su desarrollo como auténticos *marketplaces*.
- Estados Unidos es líder mundial en I+D (3,0% del PIB), gracias al esfuerzo de la administración, el sector privado y las universidades.
- El Coronavirus ha tenido un efecto muy negativo en toda la economía, pero no en las ventas online: en 2020 las ventas minoristas (comercio B2C) online alcanzaron los 762.000 millones de dólares, un 14% de las ventas totales, y un crecimiento del 32,4% respecto a 2019. [En 2021 las ventas crecieron un 14,2% anual, alcanzando los 870 miles de millones](#). Las categorías con mejor comportamiento online incluyen libros, electrónica, juguetes y ropa y calzado.
- En 2021, [siete de cada diez estadounidenses compran online](#) y el 45% lo hacen de manera habitual. El 92% de estos compradores dicen haber comprado en [Amazon](#). El 64% de tales compradores son usuarios de *Amazon Prime*.
- Los [datos oficiales de 2019 del United States Census Bureau](#) indican que en las tiendas electrónicas las principales categorías de productos vendidas son: ropa y accesorios (16,9%), mobiliario (13,7%) y electrodomésticos (13,6%). Aunque categorías como libros y música u ordenadores y electrónica de consumo no aparecen en el anterior ranking, las ventas electrónicas son muy importantes para ese tipo de productos (69,1% y 53,2% de sus ventas respectivamente).
- Las categorías de alimentos y bebidas y salud y belleza no han tenido una relevancia online destacable hasta ahora. Sin embargo, son las que más [crecieron en 2021 \(un 18% y 16% respectivamente\), impulsadas en parte por el coronavirus](#). Con la irrupción de [Amazon Fresh](#) y el crecimiento de cadenas como [Whole Foods](#) o [Walmart](#) se prevé que las ventas de estas categorías sigan creciendo.
- Las ventas mayoristas online, B2B, [ascendieron a 27.542 millones de dólares en 2021](#), un crecimiento del 7,8% respecto a 2020, cuando representaron un 14% de las ventas mayoristas

totales. Las previsiones de 2021 proyectan que se alcance el 17% en 2023. Destaca el aumento de las ventas directas de los mayoristas en comparación con las ventas a través de las sucursales y oficinas, debido a la existencia de cadenas de suministro cada vez más directas gracias a los *marketplaces* existentes ([Amazon](#), [Alibaba](#)...).

- Las categorías más importantes en el sector B2B online son los vehículos y partes de vehículos y electrodomésticos dentro de los bienes duraderos, y productos alimenticios y relacionados y productos derivados del petróleo en la categoría de bienes no duraderos.
- [Amazon](#) es el *marketplace* más importante en Estados Unidos, aunque no el mejor valorado ([Ebay](#)). Cuenta con [1,5 millones de vendedores activos en 2021](#), principalmente de EE. UU., Reino Unido y Hong Kong. Amazon ejecutó en 2020 un plan para no permitir vendedores de China, pero aun así estos consiguen vender con maniobras de deslocalización.
- Existen *marketplaces* especializados en función del cliente, producto y geografía. Por ejemplo, en los últimos años se han desarrollado plataformas de manufactura bajo demanda, donde se conecta a fabricantes, diseñadores y clientes interesados en piezas concretas.
- Las tarjetas de crédito y débito y los *wallets* son el medio de pago más utilizado con diferencia, representando cerca del 90% de las transacciones online en 2021. Según el lugar donde se produce la compra la importancia de uno u otro medio varía.
- [El gasto en publicidad digital ascendió hasta 211.200 millones en 2021](#), casi un 69% del gasto total, y se espera que en 2025 sea de 315.320 millones, más de dos tercios del total. Las empresas deben desarrollar publicidad móvil eficaz, puesto que esta representa dos terceras partes de la publicidad digital y [que en 2021 alcanzó los 129.790 millones de dólares](#).
- EE. UU. ocupa el segundo puesto mundial en cuanto [a gasto medio per cápita en internet, con 3.033 €](#), solo por detrás de Reino Unido en 2021. Sin embargo, en relación con el salario medio del país el país baja hasta la séptima posición, por lo que existe un potencial de crecimiento.
- Los avances tecnológicos como la inteligencia artificial o la sinergia entre redes sociales y *eCommerce* son factores que influenciarán el futuro del comercio electrónico cada vez más.
- Las ventas a través de dispositivo móvil se han convertido en una de las grandes tendencias a nivel global [facturando 362.110 millones](#) de dólares en 2021. En Estados Unidos tales ventas representan un [47% del total de las ventas de eCommerce](#) (lejos del 60% de los primeros países). En el último año las ventas crecieron un 16,1% y se espera [duplicar su valor actual en 2025](#).
- El envío gratuito sigue siendo el factor más importante de cara a la compra online, seguido de las devoluciones gratuitas y más sencillas o el envío en el mismo día o al día siguiente.
- Los consumidores americanos tienen una gran percepción de los productos locales: la etiqueta "Made in USA" es la mejor valorada. La percepción del producto español varía según la categoría, y destaca el calzado y la moda nupcial en el sector de moda, o el sector alimentario. En este último segmento los principales *marketplaces* para empresas españolas son: [La Española](#), [Despaña](#) y [La Tienda](#).

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Washington D.C.](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en el sector defensa y en el ámbito gubernamental.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Virginia, West Virginia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Maryland, Delaware y el Distrito de Columbia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones