

INFORME

Impacto del Comercio Electrónico



Noviembre 2020

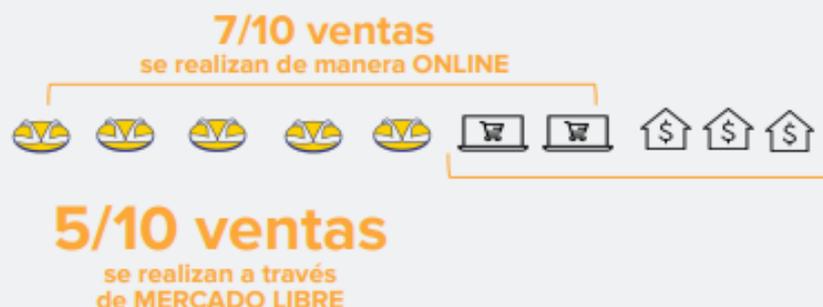
Procesamos
**miles de datos
de navegación**
todos los meses



día de
tráfico



El comercio electrónico como sostén de la actividad de las PyMEs en contexto Covid



9 de cada 10
considera que
“La venta online
fue clave para poder seguir
operando en este contexto”

90%

La **mitad** de las ventas de PyMEs se generan a través de **Mercado Libre**.

Ahora, del total de ventas (online + offline o física) que realizaron en este contexto de Coronavirus. Aproximadamente, ¿Cuántas fueron ONLINE (incluyendo TODAS las plataformas que utilizas para la venta online)? Del total de ventas ONLINE que realizaron en este contexto. Aproximadamente, ¿cuántas fueron a través de MERCADO LIBRE?

Fuente: Estudio Online Trendsity para Mercado Libre. Total 1300 PyMEs encuestadas.

02.
El desarrollo del e-commerce

Los nuevos compradores de Mercado Libre siguieron en aumento

5MM

Nuevos Compradores

Hubo un crecimiento de

45%

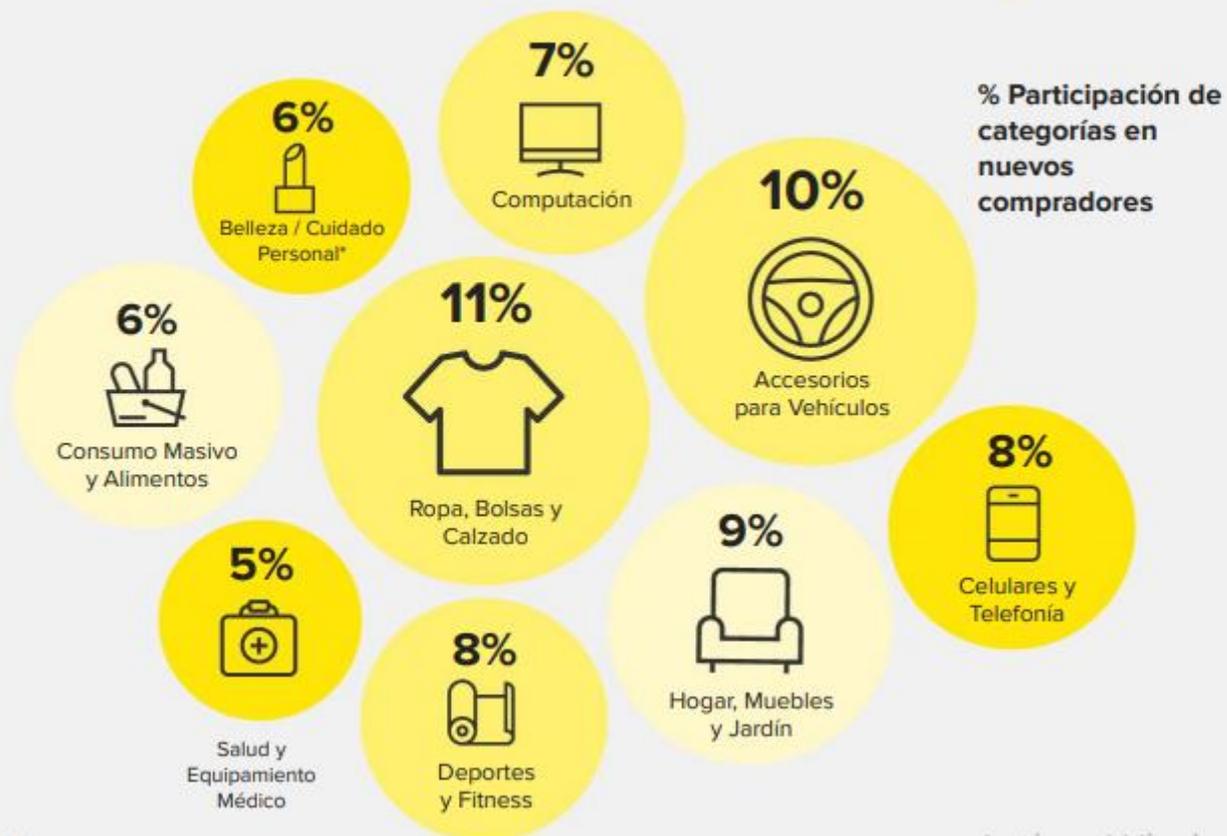
durante este período
vs. mismo período del
año anterior

Fuente: Datos internos Mercado Libre
Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019



02.
El desarrollo del e-commerce

Los **nuevos
compradores**
ingresaron por todas
las categorías



Fuente: Datos internos Mercado Libre
Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019
*Excluyendo productos de consumo masivo

Mayor tiempo en el hogar impulsó la venta de categorías relacionadas a este nuevo contexto.



% crecimiento de órdenes



+118%

Tecnología



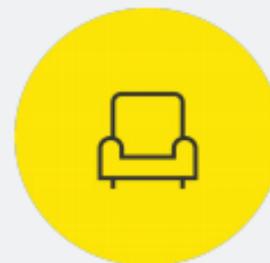
+95%

Salud y
Equipamiento
Médico



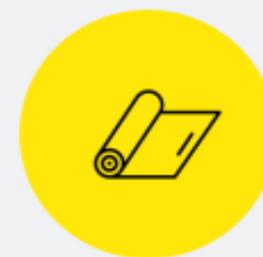
+91%

Consumo masivo
y alimentos



+64%

Hogar, muebles
y jardín



+47%

Entretenimiento
y Fitness

Fuente: Datos internos Mercado Libre

Variación en la cantidad de órdenes durante el período 20 de marzo - 20 de mayo. PyMEs operativas con más de 50 órdenes al mes.

1. Sabemos qué compra el consumidor

Neumáticos

13K Compradores
23K Órdenes



Juegos y Juguetes

183K Compradores
307K Órdenes



Alimentos

94K Compradores
560K Órdenes



Maquillajes

42K Compradores
93K Órdenes



Bebidas con Alcohol

25K Compradores
63K Órdenes



Celulares & Smartphones

47K Compradores
57K Órdenes



Cuidado de la piel

89K Compradores
195K Órdenes



Herramientas

273K Compradores
545K Órdenes



Ropa Deportiva

5K Compradores
7K Órdenes



Zapatillas

185K Compradores
248K Órdenes



Productos de Limpieza

20K Compradores
62K Órdenes



Notebooks

15K Compradores
17K Órdenes

2. Sabemos cómo compra el consumidor

70%

de las compras
se realizan desde
el **Celular**



#1 Tarjeta de Crédito

#2 Tarjeta de Débito

#3 Dinero en Cuenta
Mercado Pago

60%

Pago 1 Cuota

40%

3+ Cuotas



Frecuentes

Categorías destacadas



1



Productos
para el cabello

2



Pañales

3



Leche
Maternizada



Expertos
en ofertas



Categorías destacadas

1



TV

2



Electrodomésticos
Cocina

3



Herramientas



Premium

Categorías destacadas



1



Notebooks

2



Bebidas blancas
y licores

3



Cuidado
Facial



Exploradores



Categorías destacadas

1



Smartwatch

2



Pequeños
Electrodomésticos
Cocina

3



Auriculares



Leales



Categorías destacadas

1



Zapatillas

2



Alimentos para
mascotas

3



Vinos



Top 10 de categorías con mayor facturación:

1. Electrodomésticos y Aires acondicionados
2. Electrónica, audio, video y TV
3. Teléfonos celulares
4. Hogar, muebles y jardín
5. Indumentaria (no deportiva)
6. Herramientas y Construcción
7. Colchones y sommers
8. Pasajes y turismo
9. Indumentaria deportiva
10. Productos de cosmética y cuidado personal

Top 10 de las categorías que más unidades vendieron:

1. Alimentos y bebidas
2. Productos de cosmética y cuidado personal
3. Indumentaria (no deportiva)
4. Hogar, muebles y jardín
5. Infantiles (indumentaria, accesorios y juegos)
6. Herramientas y Construcción
7. Indumentaria deportiva
8. Electrodomésticos y Aires acondicionados
9. Teléfonos celulares
10. Artículos de limpieza



mercado
libre

CYBER MONDAY

Productos más vendidos

1



Celulares

2



Detergente
Lavavajillas

3



Mopa

4



Caja de
Herramientas

- Más de **1.300 PyMES** están participando del Cyber Monday en Mercado Libre.
- Más de **360.000 productos** en oferta de PyMES y grandes marcas.

Usuarios

270.000

PICO DE USUARIOS

Ventas

108%

Crecimiento en
ventas vs Cyber
Monday 2019.

Ventas por minuto

- 26 calzados
- 17 celulares
- 9 herramientas
- 8 neumáticos
- 4 juguetes
- 3 TV
- 2 Notebook.
- 2 Colchones y Sommiers
- 2 Aire acondicionado

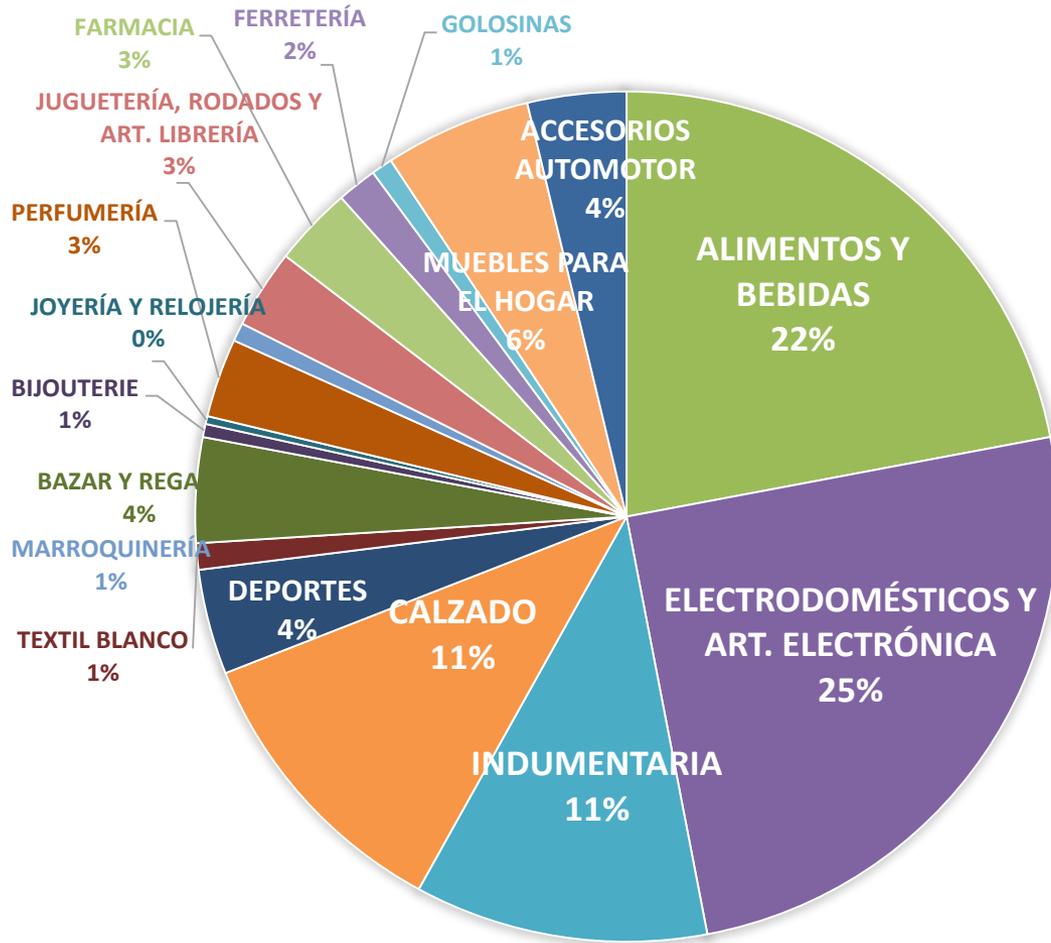


LAS MÁS DESCARGADAS

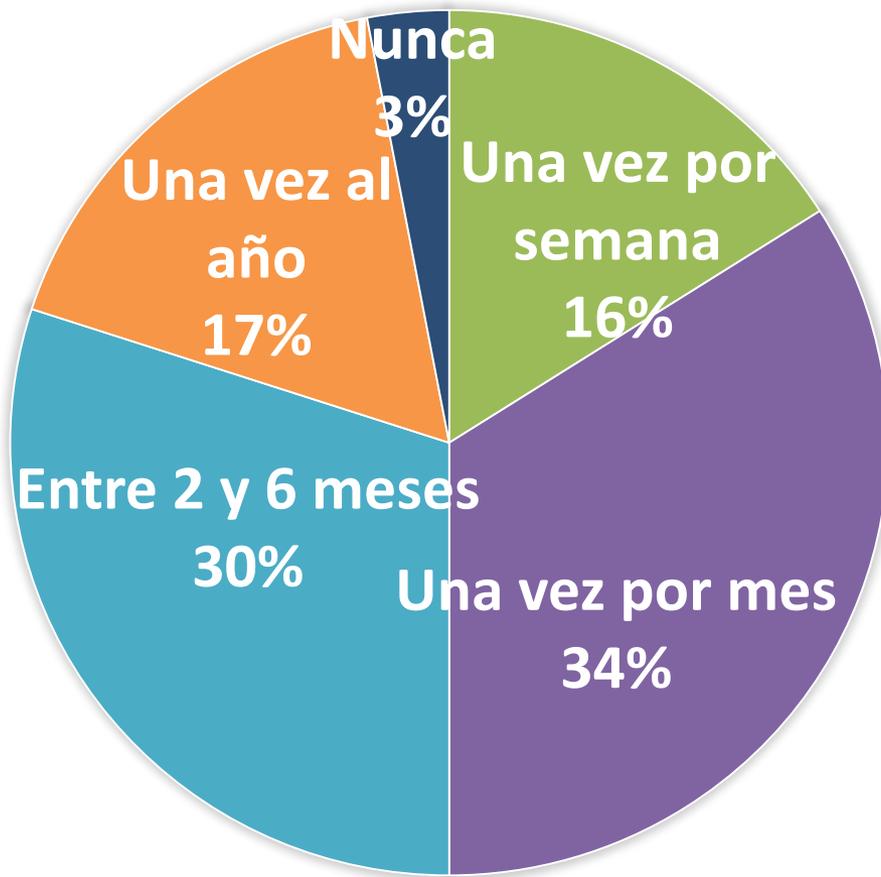
Las billeteras más instaladas según la categoría Finanzas de Google Play*:

#	BILLETERA	# en Cat. Finanzas	DESCARGAS
1	Mercado Pago	1º	3.400.000
2	Ualá	2º	2.000.000
3	CuentaDNI	12º	1.000.000
4	Naranja X:	23º	220.000
5	Prex	30º	190.000
6	Moni	34º	S/D
7	Todo Pago	47º	S/D
8	Plus Pagos	106º	90.000
9	CAME Pagos	S/D	S/D
10	Xcoop	S/D	S/D

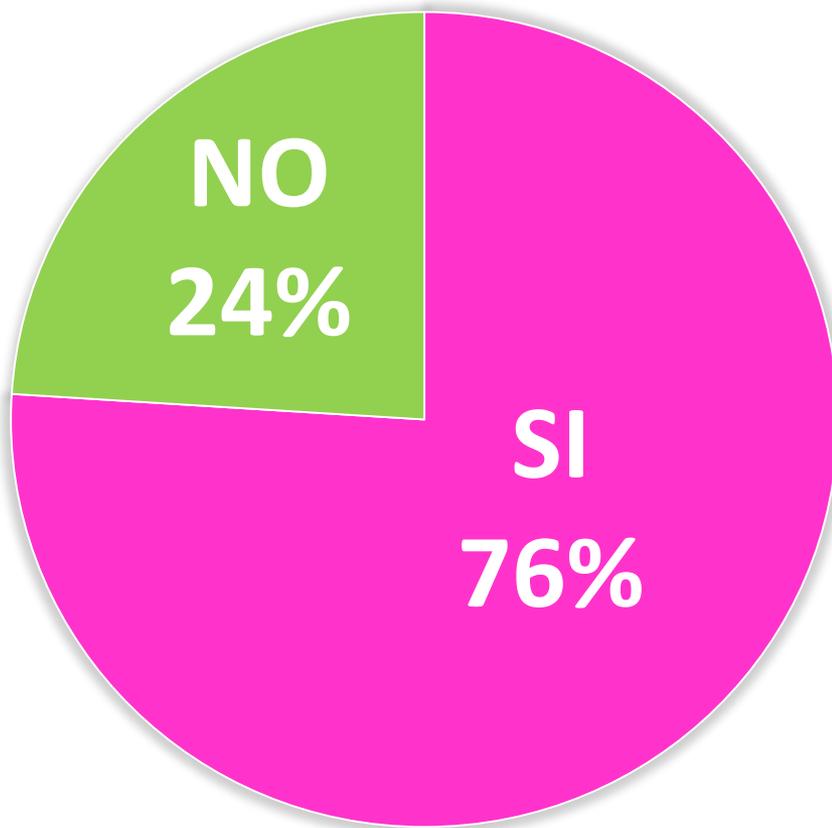
1) ¿Qué tipos de productos comprás vía comercio electrónico?



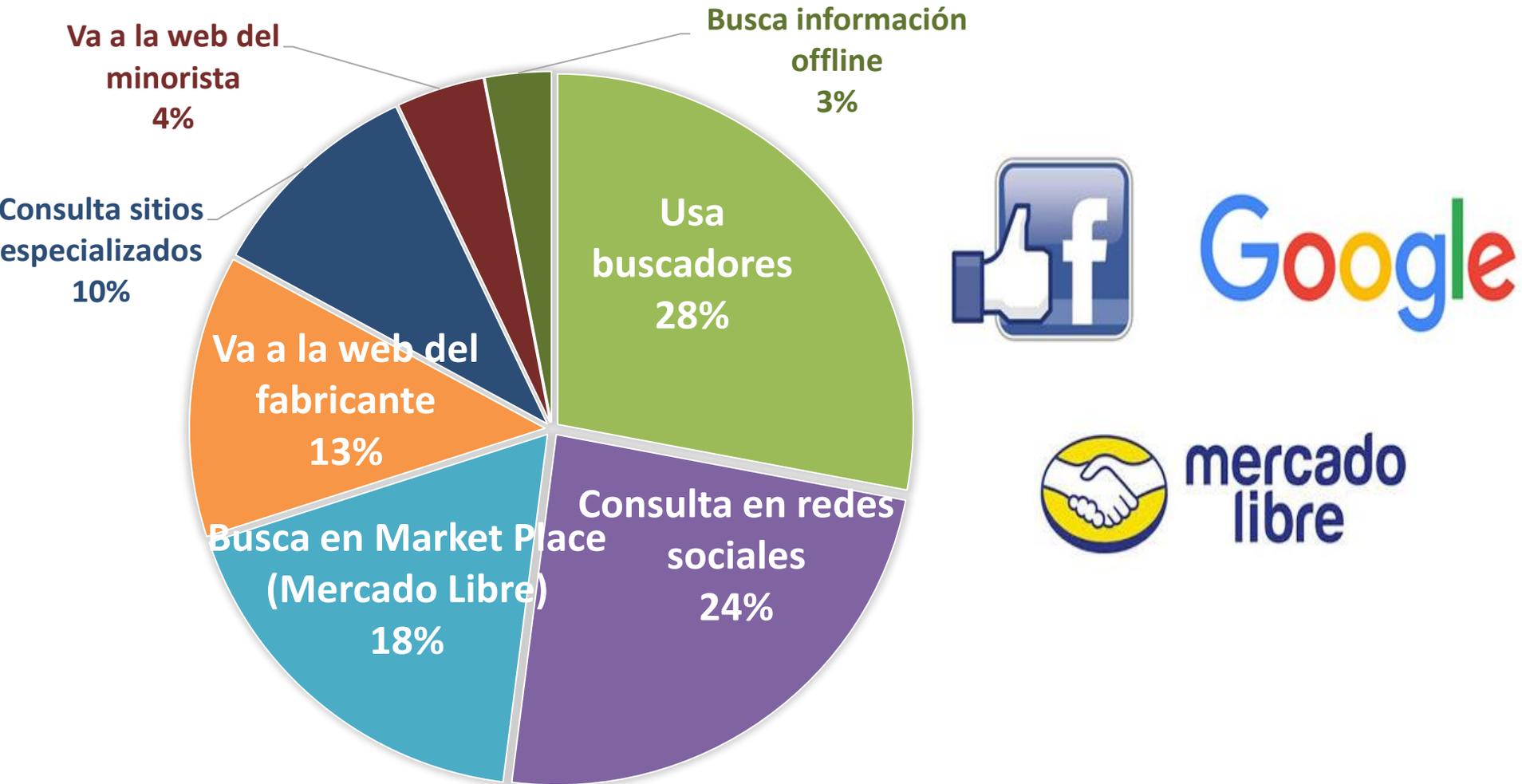
2) ¿Con qué frecuencia comprás en Comercio Electrónico?



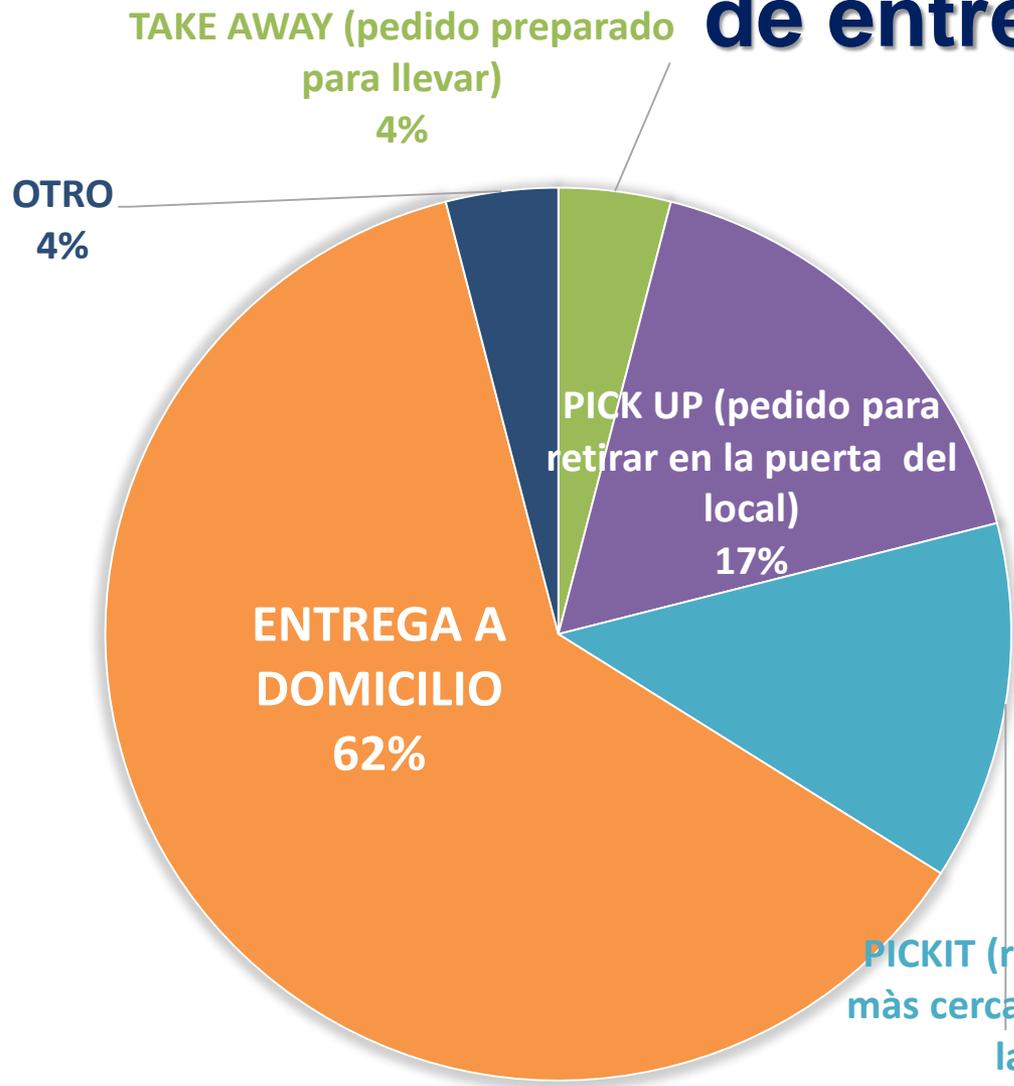
3) ¿Compras por comercio electrónico o Redes Sociales a comercios minoristas tradicionales y Pymes?



4) Dónde realizás tu búsqueda previa a la compra?

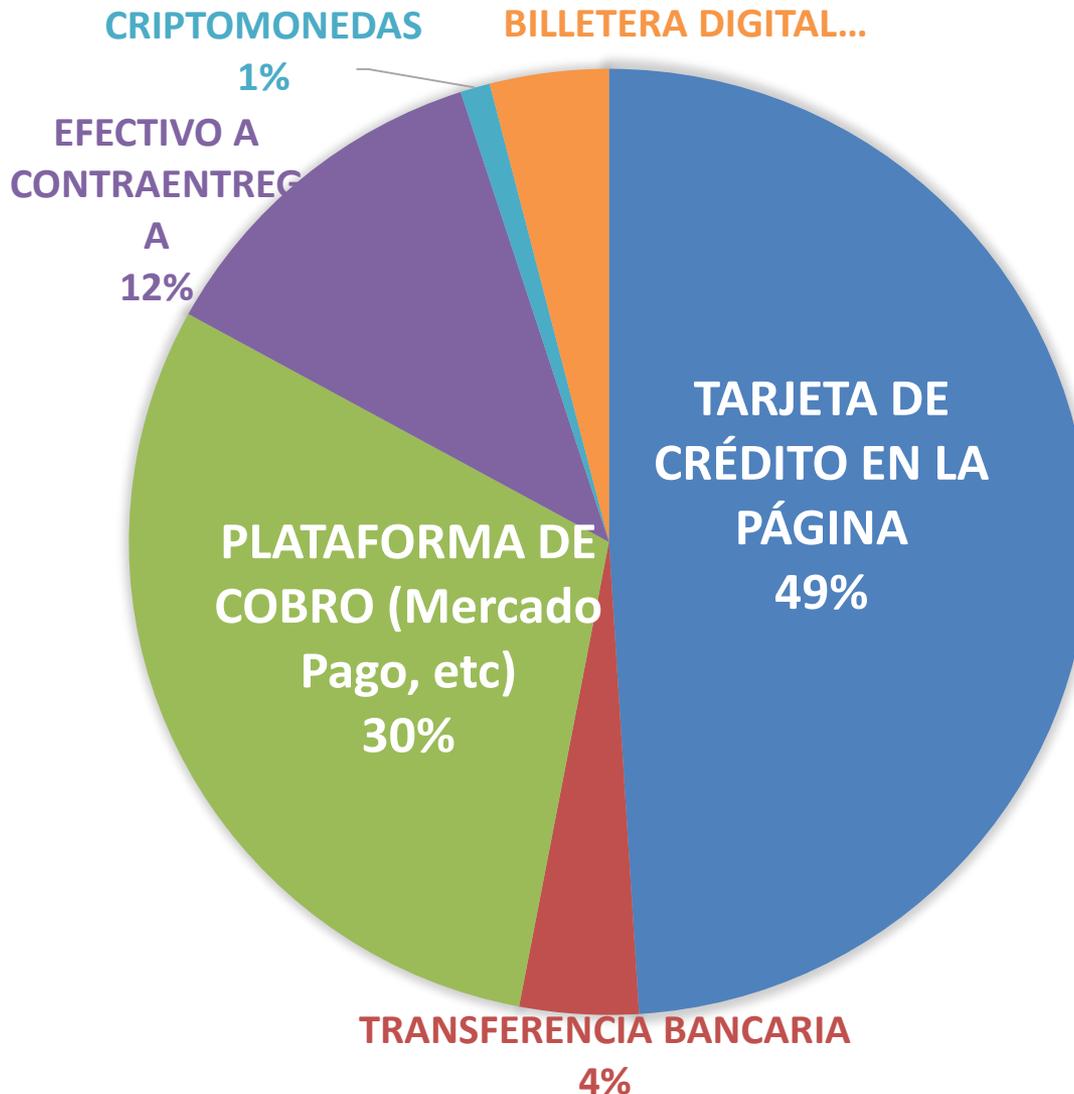


5) Cuando compras lo haces bajo que sistema de entrega?



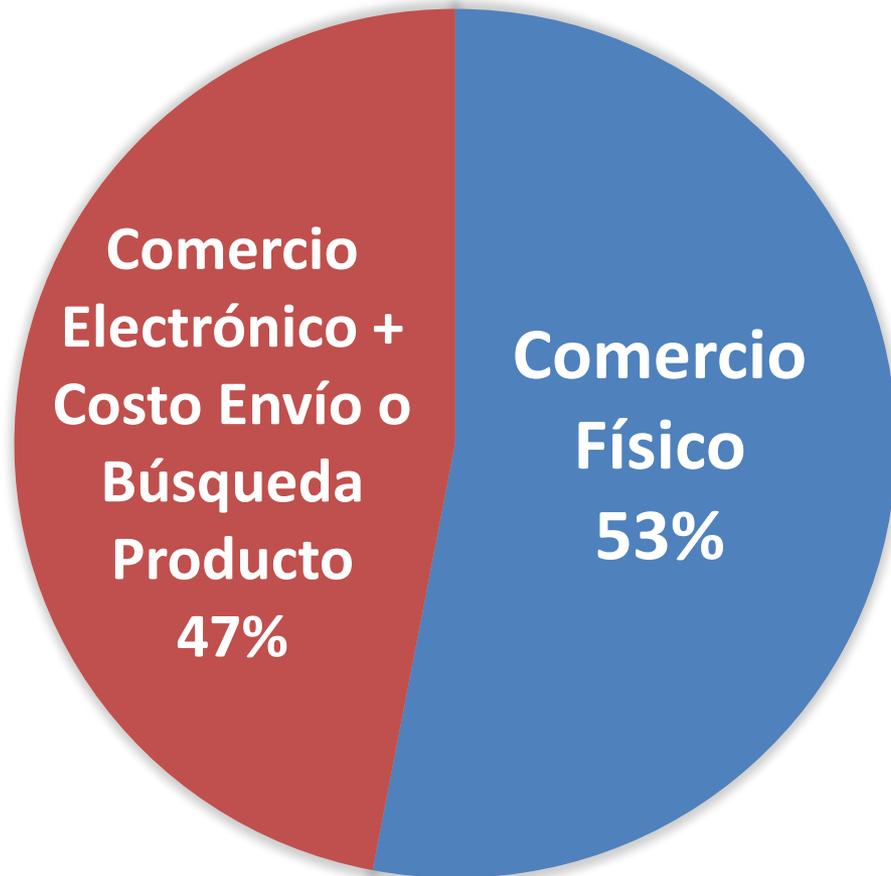
PICKIT (retiro en Red de puntos más cercanos a tu hogar fuera de la tienda online)
13%

6) ¿Qué método de pago utilizaste en tus compras por internet?



Fuente: CAME PAGOS

7) Que te resulta más económico, comprar en Comercio Físico o en Comercio Electrónico más costo de envío o búsqueda del producto?





Muestra de la Encuesta

Se realizó el siguiente informe estadístico en base al siguiente público encuestado.

Universo por zonas geográfica:

CAPITAL FEDERAL 22.53%
GBA NORTE 9.59%
GBA SUR 13.17%
GBA OESTE 12.13%
BUENOS AIRES (PROVINCIA) 15.81%
INTERIOR DEL PAÍS 26.77%

Base de la encuesta: 5350

Resumen Ejecutivo:

11 conclusiones Comercio Electrónico CESBA

1- Crecimiento: Las categorías que registran las mayores compras en línea comparten la característica de ser fácilmente trasladables y de baja logística.

2- Desafíos: Fundir el desarrollo tecnológico (dispositivos y medios de pago que brinden mayor seguridad en la compra), logístico y de transporte (que reduzca los tiempos de entrega y preserven la calidad del producto) y del conocimiento (análisis de grandes volúmenes de datos para personalizar las experiencias).

3- E-Tailers: La competencia ya no es el negocio que está a una o dos cuadras; en el desarrollo del co-mercio electrónico las fronteras están desapareciendo. Los e-tailers son el gran conductor de esa tendencia. Aprovechar la sinergia entre sectores, generar alianzas productivas y especializar el negocio pueden ser factores clave de sobrevivencia y, eventualmente, posicionamiento en el nuevo mundo que aflora.

4- Problemas: la inestabilidad macroeconómica, la falta de seguridad jurídica y la ausencia o el mal diseño de políticas públicas de promoción e incentivo a las innovaciones, en el caso del comercio electrónico, por tratarse de una actividad más reciente, los desafíos son aún más importantes.

5- Vacío legal: en las transacciones digitales donde no está claro el límite de la responsabilidad de los intermediarios de Internet. Además, la laguna legal también acota la adopción de medios de pago en línea y móviles, herramienta fundamental para la expansión de esta actividad.

6- Emprendedorismo: Las insuficientes políticas públicas para fomentar una cultura del emprendedorismo y la inexistencia o el costoso financiamiento y la falta de profesionales calificados (que encarece aún más los costos productivos) son algunos de los aspectos locales a tener en cuenta.

7- Infraestructura: (acceso a Internet), la logística, el sistema de transporte y el acceso a tecnología de la sociedad constituyen grandes cuellos de botella para el crecimiento del sector en nuestro país.

8- Financiamiento: en la incorporación de nuevas tecnologías que destacan son la falta de financiamiento y la incertidumbre en torno al retorno de la inversión, propio de la volatilidad macroeconómica que caracteriza a Argentina.

9- RRHH: En tanto, la dificultad de dar con personal especializado para la implementación de nuevas tecnologías atraviesa a todas las empresas locales, dejando en clara desventaja la posibilidad de competir por el talento a las PyMes.

10- Costos y Comisiones: Uno de los problemas que enfrentan las PyMes cuando no tienen su propia tienda es el alto costo que se genera de comisiones de venta en línea (el que cobra la plataforma y el sistema de pago) y que puede alcanzar hasta casi el 7% sin contar que la disponibilidad del dinero puede tardar hasta 15 días (que se agrava significativamente en escenarios de alta tasa de interés real positiva). Si bien Mercado Libre ofrece una opción de venta 100% gratuita, se requiere la contratación de una cuenta especial para incrementar la exposición y potenciar la venta. Se requiere esfuerzos económicos para que los productos sean visualizados por los usuarios.

11- Competencia: La incipiente incursión en el mundo de las plataformas digitales de nuevos jugadores mejorará la competencia y con ello reducirá los costos de las ventas electrónicas, aunque depende del ritmo al que se desarrollan estas nuevas ofertas y del grado de aceptación de las mismas.