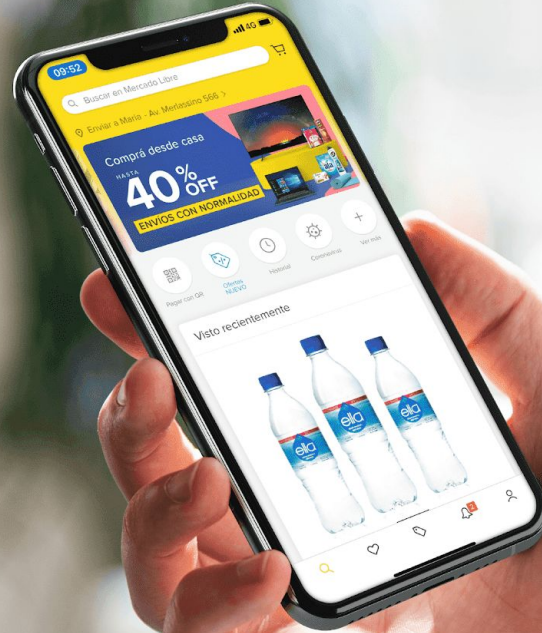


E-commerce: evolución en los hábitos del consumidor

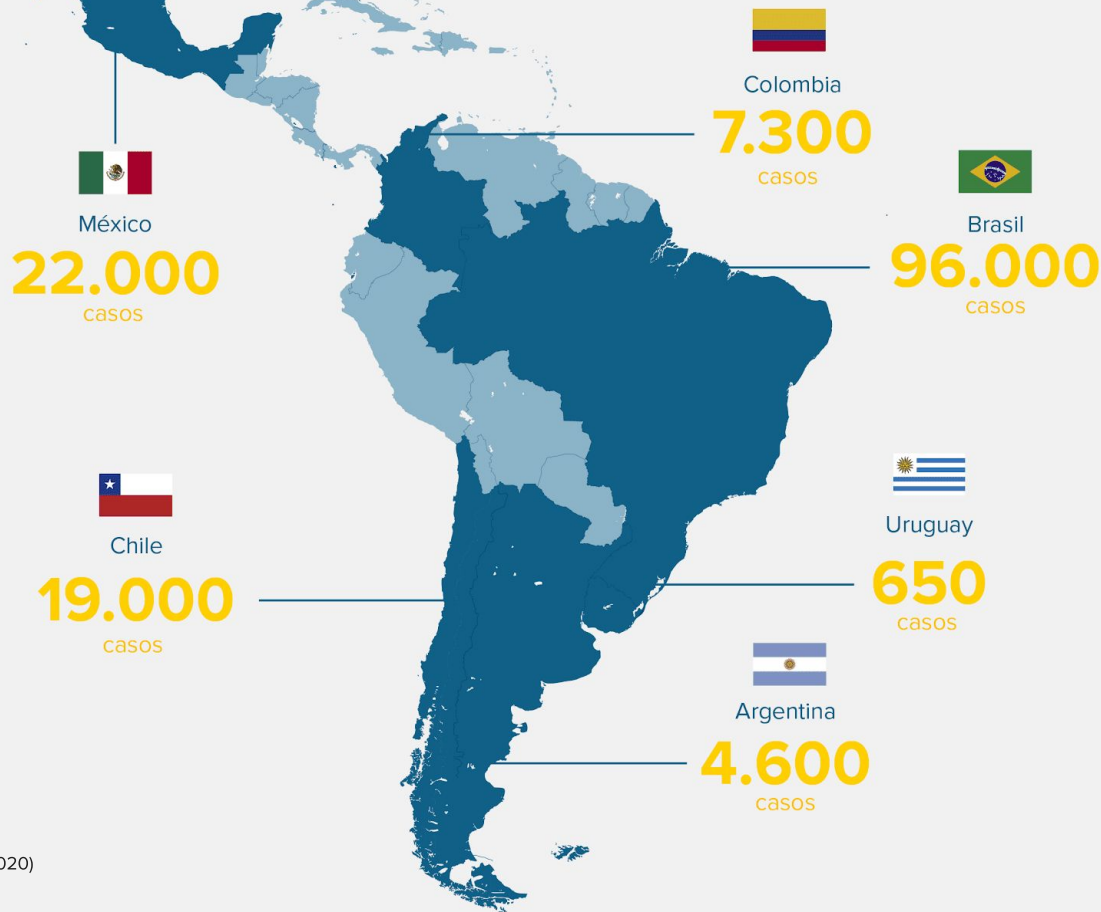
En tiempos de COVID-19

Hasta el 3 de mayo



Reporte basado en el comportamiento real del consumidor de Mercado Libre.
La privacidad de los datos está resguardada y la información es estadística y agregada.

La expansión
del COVID-19 en
América Latina:
más de **149.000**
casos en **70 días**





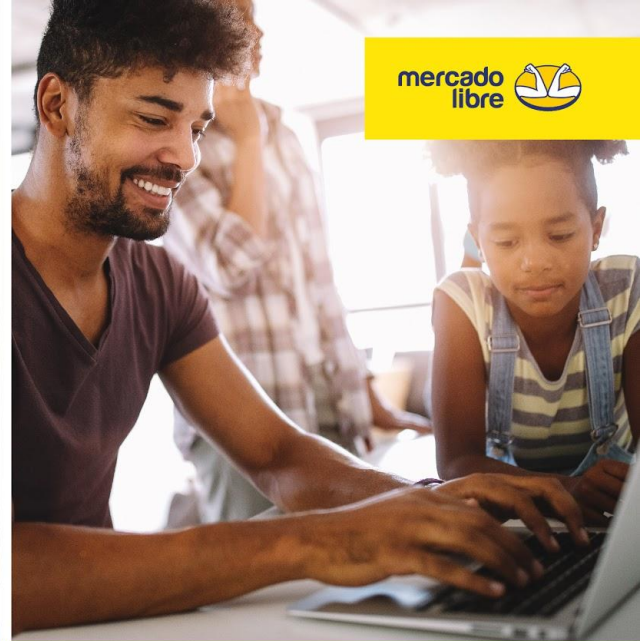
01.

El **comportamiento**
online actual



02.

El **desarrollo** del
e-commerce



mercado
libre



03.

Se intensifica el
consumo online

01.

El comportamiento online actual



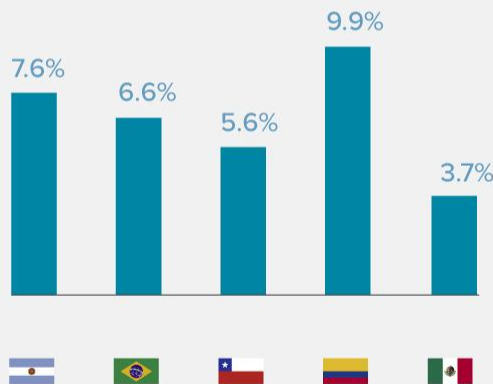
Se aceleraron las compras online en la región

¿Qué **estás** haciendo
debido a COVID-19?



Salgo de casa sólo
cuando es esencial

Penetración Anual 2019
(E-commerce*)



Crecimiento de Penetración
en **Latam** (E-commerce*)



01.

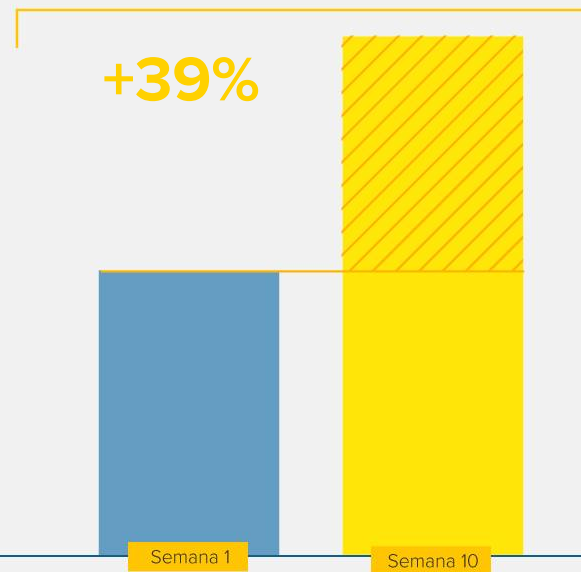
El comportamiento online actual

Aumentó el **tiempo de navegación** y la cantidad de **búsquedas por usuario** en Mercado Libre

TIEMPO PROMEDIO DE SESIONES



CANTIDAD DE BÚSQUEDAS POR USUARIO



Número de usuarios que navegan por dispositivos móviles

Fuente: Datos internos Mercado Libre - (24/02/2020 al 03/05/2020)

Semana 1: (24/02 al 01/03/2020) y Semana 10: (27/04 al 03/05/2020)

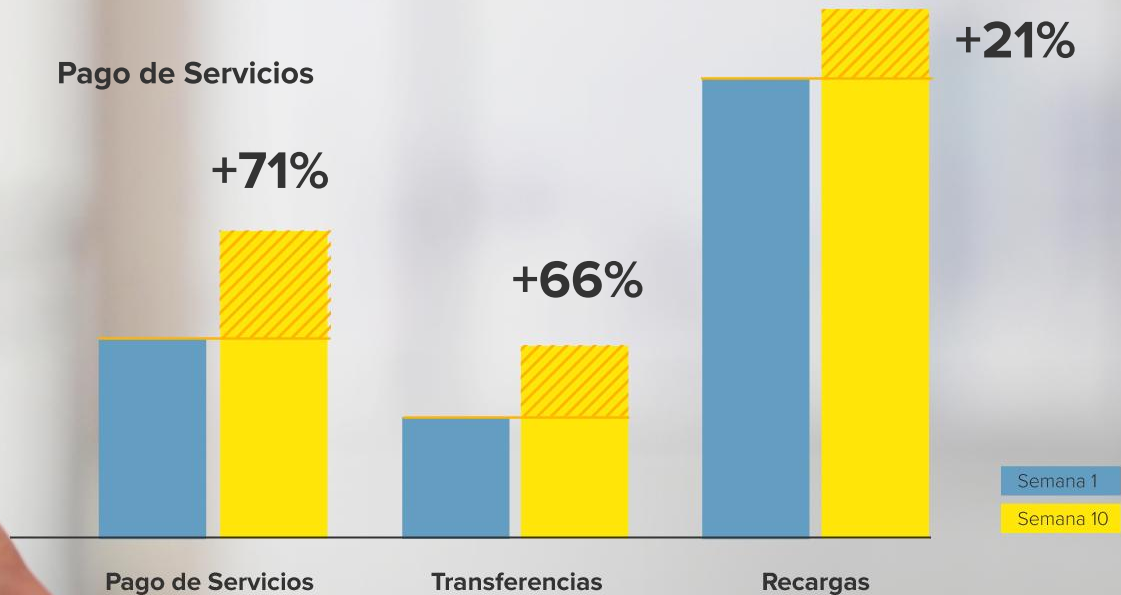
01.

El comportamiento online actual



Más usuarios adoptaron los **servicios financieros online** para su conveniencia y seguridad

Pago de Servicios



Usuarios Activos Diarios Semana 1: (24/02 al 01/03/2020)

Fuente: Datos internos Mercado Pago

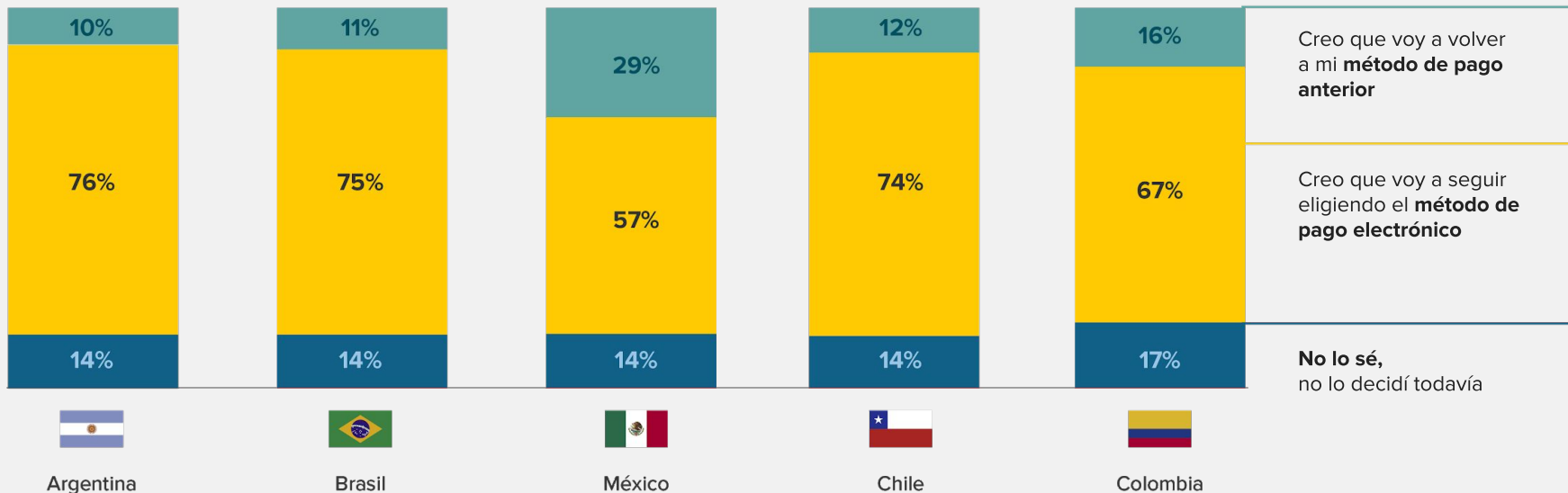
Semana 1: (24/02 al 01/03/2020) y Semana 10: (27/04 al 03/05/2020)

01.

El comportamiento online actual



7 de cada 10 declararon que continuarán utilizando **métodos de pago electrónicos**



“¿Crees que te quedarás con los métodos de pago electrónicos- tarjetas de crédito, tarjetas de débito, aplicaciones móviles, en lugar de volver al uso de efectivo incluso cuando termine la emergencia? ”

Fuente: Kantar COVID-19 Barometer Ola 2: (01/04 al 14/04)

02.

El desarrollo del e-commerce



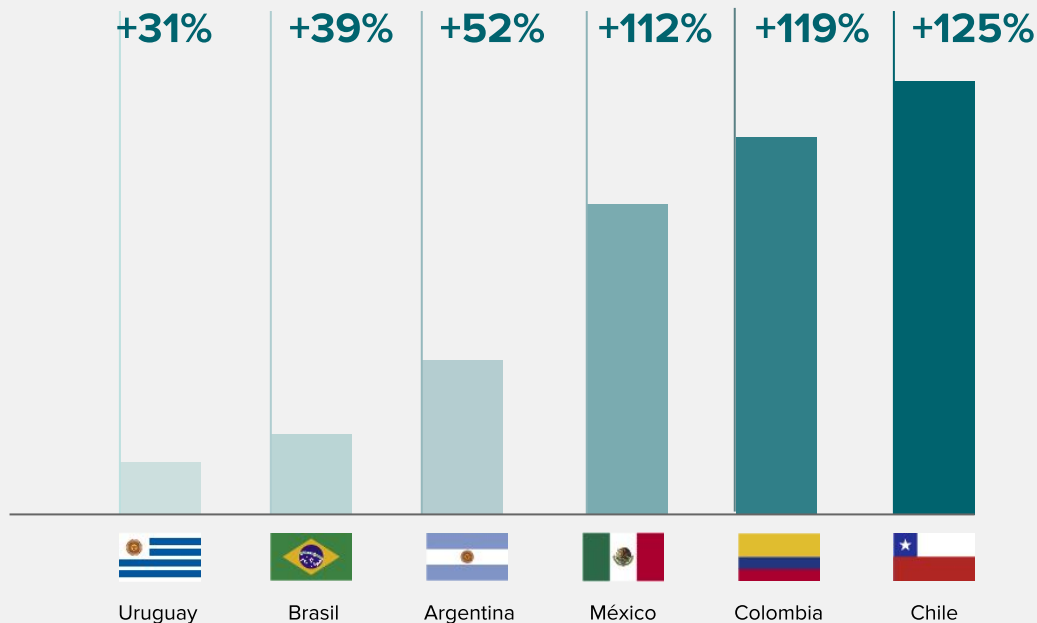
02.

El desarrollo del e-commerce



Crecieron los pedidos en Mercado Libre

% Crecimiento en Órdenes



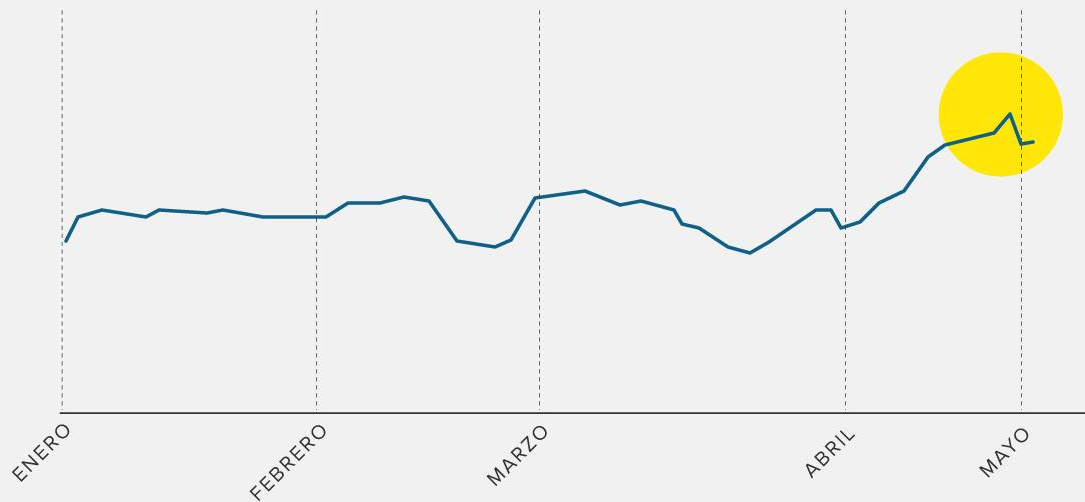
Fuente: Datos internos Mercado Libre
Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019

02.

El desarrollo del e-commerce

Nuevo récord en Mercado Envíos con **1.4 MM** de entregas diarias registradas

Entregas Diarias



Fuente: Datos internos Mercado Libre - (09/01 al 04/05/2020)

55%

de los artículos vendidos
**se entregaron en un
máximo de 48 horas**
después de haber hecho
la compra



02.

El desarrollo del e-commerce

Los nuevos compradores de Mercado Libre siguieron en aumento

5MM

Nuevos Compradores

Hubo un crecimiento de

45%

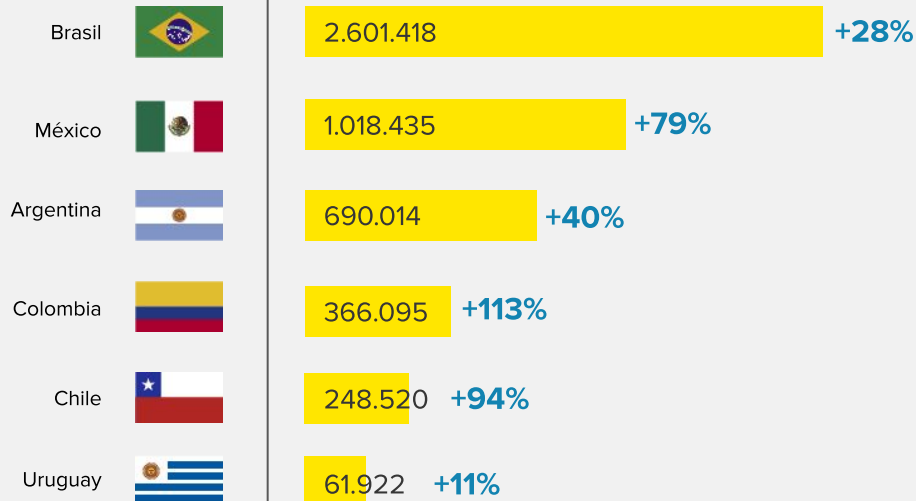
durante este período
vs. mismo período del
año anterior

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



Nuevos compradores

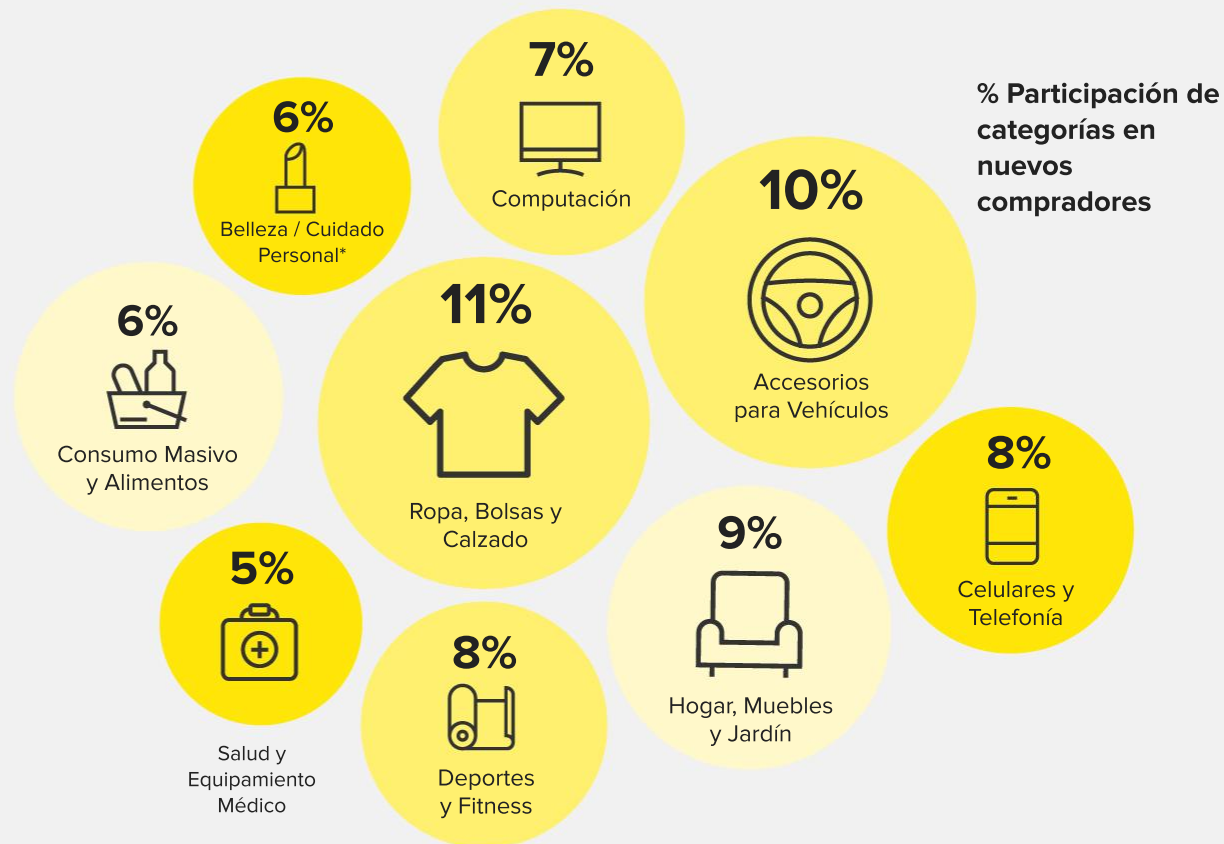
% Variación
YoY



02.

El desarrollo del e-commerce

Los nuevos
compradores
ingresaron por todas
las categorías



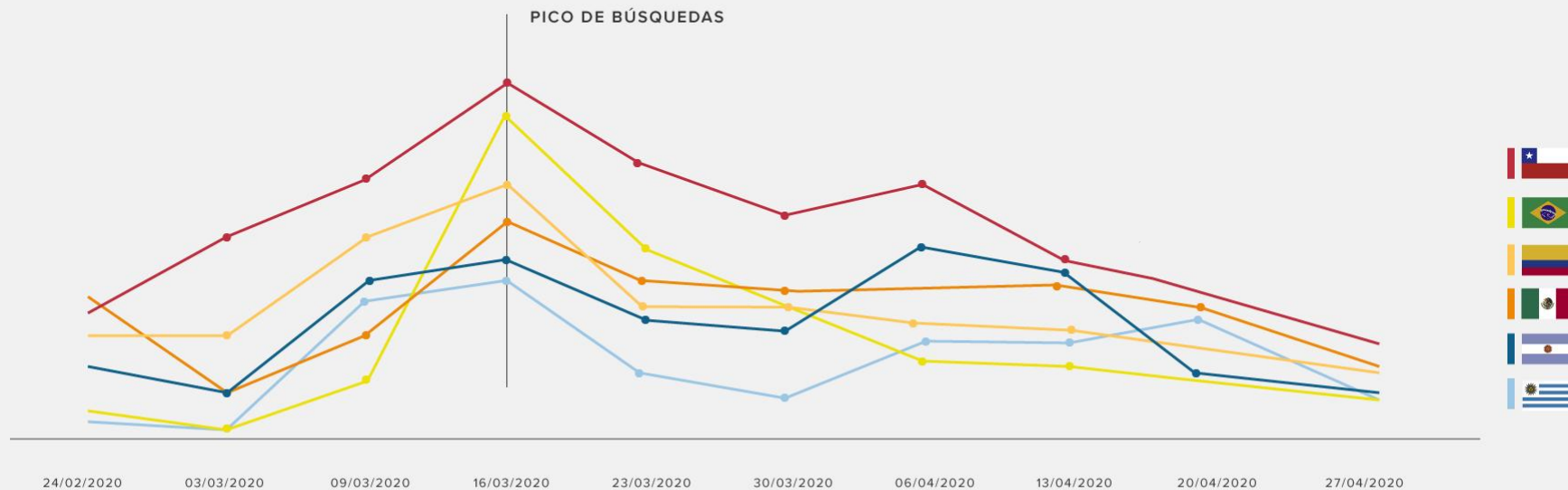
Fuente: Datos internos Mercado Libre

Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019

*Excluyendo productos de consumo masivo

Los usuarios **comenzaron a buscar** otras categorías

Top Búsquedas - % de participación de productos relacionados a Salud



TOP 100 Términos Más Buscados - Salud: alcohol en gel, cubrebocas/máscaras, antibacteriales y termómetros

Fuente: Datos internos Mercado Libre -

Semana 1 - 1o caso de COVID-19 en LatAm (de 24/02 al 01/03/2020), Semana de mayor pico (16/03 al 22/03/2020) y Última semana (27/04 al 03/05/2020)

02.

El desarrollo del e-commerce



TOP 10 términos | 🔍

más buscados entre los países reflejaron el momento actual de los consumidores



Mascarillas
desechables
Mascarilla
Luces LED
Mascarilla n95
Ps4
Notebook
Termómetro infrarrojo
Nintendo switch
Alcohol Gel
Audifonos bluetooth



Notebook
Autos
Luces LED
PC Gamer
Barbijos
Smart TV
Celulares
Ps4
Auriculares
Zapatillas hombre



Cubre bocas
Cubre bocas n95
Cerveza
Laptop
Nintendo switch
Albercas
Audifonos bluetooth
Xbox One
Xiaomi
Celulares



Notebook
Celular
PC Gamer
Ps4
Máscara descartable
Máscara n95
Reloj Smartwatch
Ring light
TV box
Oxímetro



Tapabocas
Autos
Notebook
Alquileres monte video
BMW
PC Gamer
Luces LED
Laptop
Celulares
Toyota Hilux



Tapabocas n95
Tapabocas
Termómetro infrarrojo
Computadoras portátiles
Mancuernas
Ps4
Celulares
Máquina peluquería
Tablet
Xbox 360

Fuente: Datos internos Mercado Libre
Últimas 2 semanas (de 20/04 al 03/05/2020)

Búsquedas de productos asociados
al nuevo estilo de vida

Mayor tiempo en el hogar impulsó categorías relacionadas a este **nuevo estilo de vida**

% Crecimiento de órdenes



+300%

Salud y
Equipamiento médico



+164%

Consumo Masivo
y Alimentos



+84%

Hogar, Muebles y
Jardín



+61%

Entretenimiento
& Fitness



+55%

Computación

TOP 50: lo que más creció en LATAM durante COVID-19

1	Cubrebocas o Barbijos	818%	11	Bandas de resistencia	44%	21	Cortadoras de cabello	30%	31	Pañales	24%	41	Libros	20%
2	Gel antibacterial	150%	12	Carcasas para celulares	39%	22	Utensilios de cocina	29%	32	Cartuchos de tinta	24%	42	Sábanas	20%
3	Audífonos	85%	13	Cables de Audio y video	38%	23	Playeras, remeras y sudaderas	28%	33	Tintes y colorantes de cabello	23%	43	Ropa de trabajo industrial	19%
4	Suplementos Alimenticios	70%	14	Juegos de mesa	38%	24	Cortinas y persianas	27%	34	Rompecabezas	23%	44	Sandalias	19%
5	Cuidado de la salud	66%	15	Belleza y Cuidado Personal	36%	25	Pantalones	27%	35	Tratamientos para el cabello	23%	45	Mouse	19%
6	Gautes desechables	58%	16	Electrodomésticos y accesorios	35%	26	Herramientas	26%	36	Cuidado del hogar y lavandería	22%	46	Alcohol etílico	19%
7	Luces para pared y techo	57%	17	Artículos para manicuría y pedicuría	34%	27	Figuras de acción	26%	37	Cuidado de la piel	22%	47	Termómetros	18%
8	Máscaras de seguridad	53%	18	Cuidado facial	34%	28	Gamepads y Joysticks	26%	38	Relojes inteligentes	22%	48	Muñecas	18%
9	Lentes de seguridad	51%	19	Accesorios para vehículos	32%	29	Juegos y Juguetes	25%	39	Mancuernas	21%	49	Accesorios de moda	18%
10	Juegos de Video	46%	20	Artículos de mercería	32%	30	Cables y Adaptadores de celulares	25%	40	Shampoos y Acondicionadores	20%	50	Artículos para escuela y oficina	18%

Crecimientos ponderados en unidades

Fuente: Datos internos Mercado Libre

Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019

Categorías Destacadas

TOP 25: Lo que más creció durante COVID-19 por país



México

1	Cubrebocas/ Barbijos	1784%	14	Bandas de resistencia	78%
2	Gel antibacterial	360%	15	Figuras de acción	75%
3	Audífonos	167%	16	Cuidado facial	72%
4	Carcasas para celulares	153%	17	Juegos de mesa	70%
5	Cuidado de la salud	136%	18	Accesorios para vehículos	69%
6	Lentes de seguridad	128%	19	Toallitas húmedas	64%
7	Guantes desechables	123%	20	Suplementos Alimenticios	62%
8	Luces para pared y techo	116%	21	Cables para Audio y Video	58%
9	Máscaras de seguridad	108%	22	Autopartes	57%
10	Libros	95%	23	Belleza y Cuidado Personal	55%
11	Juegos de Video	94%	24	Relojes inteligentes	55%
12	Limpiadores y desinfectantes	84%	25	Cervezas	54%
13	Tenis	79%			

Categorías Destacadas

Crecimientos ponderados en unidades

Fuente: Datos internos Mercado Libre

Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019,



Brasil

1	Cubrebocas/ Barbijos	433%	14	Accesorios para vehículos	36%
2	Gel antibacterial	96%	15	Cables para Audio y video	32%
3	Suplementos Alimenticios	59%	16	Utensilios de cocina	32%
4	Luces para pared y techo	52%	17	Belleza y Cuidado Personal	30%
5	Audífonos	49%	18	Cortinas y persianas	28%
6	Electrodomésticos y accesorios	45%	19	Bandas de resistencia	28%
7	Playeras, remeras y sudaderas	45%	20	Cortadoras de cabello	24%
8	Herramientas	41%	21	Vinilos decorativos	23%
9	Artículos de mercería	40%	22	Cables y Adaptadores para celular	22%
10	Cuidado de la salud	39%	23	Cuidado del hogar y lavandería	21%
11	Pantalones	37%	24	Cuidado de la piel	21%
12	Artículos para manicura y pedicura	37%	25	Tratamiento para el cabello	21%
13	Guantes desechables	37%			

TOP 25: Lo que más creció durante COVID-19 por país



Colombia

1	Cubre bocas/ Barbijos	4675%
2	Gel antibacterial	383%
3	Cuidado de la salud	333%
4	Audífonos	289%
5	Suplementos Alimenticios	285%
6	Guantes desechables	264%
7	Juegos de mesa	230%
8	Juegos de Video	228%
9	Cortadoras de cabello	190%
10	Equipamiento para ejercicio	154%
11	Cables para Audio y video	149%
12	Accesorios para bicicletas	143%
13	Equipamiento médico	142%
14	Belleza y Cuidado Personal	141%
15	Bandas de resistencia	134%
16	Equipamiento para oficinas	120%
17	Lentes de seguridad	116%
18	Utensilios de cocina	111%
19	Cables y Adaptadores para celular	104%
20	Enrutadores	99%
21	Mats de ejercicio	99%
22	Carcasas para celulares	98%
23	Termómetros	97%
24	Consolas de videojuegos	92%
25	Cuidado facial	91%

**Categorías
Destacadas**

Crecimientos ponderados en unidades

Fuente: Datos internos Mercado Libre

Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019



Argentina

1	Cubre bocas/ Barbijos	608%
2	Gel antibacterial	122%
3	Máscaras de seguridad	89%
4	Audífonos	86%
5	Lentes de seguridad	81%
6	Suplementos Alimenticios	67%
7	Pañales	67%
8	Cartuchos de tinta	59%
9	Juegos de Video	52%
10	Guantes desechables	51%
11	Artículos para escuela y oficina	41%
12	Juegos de mesa	41%
13	Bandas de resistencia	40%
14	Celulares	40%
15	Luces para pared y techo	36%
16	Cuidado facial	35%
17	Alcohol etílico	34%
18	Accesorios de moda	34%
19	Tintes y colorantes de cabello	34%
20	Cortinas y persianas	33%
21	Manguernas	32%
22	Ropa de trabajo	32%
23	Cortadoras de cabello	30%
24	Mats de yoga	28%
25	Mouse	26%

TOP 25: Lo que más creció durante COVID-19 por país



Chile

1	Cubrebocas/ Barbijos	1622%
2	Artículos para manicura y pedicura	538%
3	Crema para manos y pies	533%
4	Cuidado de la salud	343%
5	Equipamiento médico	308%
6	Suplementos Alimenticios	263%
7	Artículos para el cuidado de la piel	259%
8	Focos	222%
9	Lentes de seguridad	202%
10	Audífonos	194%
11	Aromatizante para autos	174%
12	Belleza y Cuidado Personal	166%
13	Juegos y Juguetes	163%

14	Juegos de video	159%
15	Termómetros	157%
16	Mascarillas faciales	150%
17	Cartuchos de tinta	148%
18	Bandas de resistencia	144%
19	Gasas	121%
20	Consolas de videojuegos	121%
21	Iluminación para el hogar	117%
22	Iluminación para autos	116%
23	Accesorios para vehículos	109%
24	Cuidado del hogar y lavandería	108%
25	Cables para Audio y video	107%



Uruguay

1	Cubrebocas/ Barbijos	652%
2	Cuidado de la salud	276%
3	Equipamiento para oficinas	175%
4	Belleza y Cuidado Personal	149%
5	Manguernas	88%
6	Herramientas y complementos para construcción	78%
7	Gel antibacterial	57%
8	Pesas discos y barras de ejercicio	56%
9	Juegos de Video	55%
10	Pisos y Revestimientos	51%
11	Mats de yoga	45%
12	Alimentos y bebidas	43%
13	Productos para mascotas	43%

14	Equipamiento para ejercicio	43%
15	Audífonos	43%
16	Material de construcción	41%
17	Cuidado de la piel	40%
18	Suministros de jardinería y exteriores	40%
19	Contenedores de alimentos	37%
20	Ladrillos	36%
21	Utensilios de cocina	35%
22	Plantas y jardín	34%
23	Azulejos de cerámica	33%
24	Libros	33%
25	Estribos de construcción	32%

**Categorías
Destacadas**

Crecimientos ponderados en unidades

Fuente: Datos internos Mercado Libre

Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019

03.

**Se intensifica el
consumo online**



03.

Se intensifica el consumo online



Antes del comienzo de COVID-19,
identificamos tres grupos:

Compradores Esporádicos

Son una vasta base de clientes,
hacen **compras puntuales**



3x



5x



Compradores Frecuentes

Son un segmento relevante de clientes.
Hacen **compras de manera regular**

Compradores Leales

Son los clientes que
más compran

03.

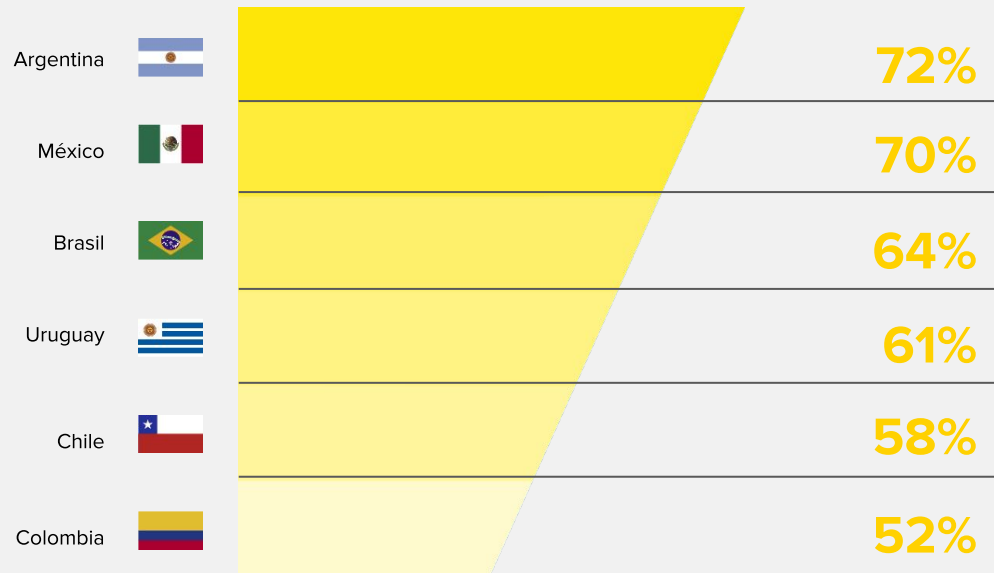
Se intensifica el consumo online



En tiempos de
COVID-19
2 de cada 3
usuarios leales
volvieron a comprar
en Mercado Libre

% Compradores Leales

de Mercado Libre que volvieron a comprar
en COVID-19



Fuente: Datos internos Mercado Libre

Compradores Leales en RY 2020 (de 24/02/19 hasta 23/02/2020) que volvieron a comprar en Período COVID-19 (24/02 al 19/04/2020)

03.

Se intensifica el consumo online



Todos los tipos de compradores **aumentaron** significativamente su **frecuencia de compra**



**Compradores
Leales**

12 días

PERÍODO
COVID



17 días

PROMEDIO ANUAL



**Compradores
Frecuentes**

24 días

PERÍODO
COVID



Ya compraron la mitad de lo
que comprarían en un año

79 días

PROMEDIO ANUAL



**Compradores
Esporádicos**

29 días

PERÍODO
COVID



Ya superaron la cantidad de
compras que harían en 1 año

268 días

PROMEDIO ANUAL

Ciclo de compras en días

Fuente: Datos internos Mercado Libre

Período COVID-19 (24/02 al 19/04/2020) vs. promedio anual (de 24/02/2019 al 23/02/2020)

Conclusiones de los cambios de comportamiento del consumidor en Mercado Libre

En tiempos de **COVID-19**

Hasta el 3 de mayo



Adopción online:

más intensidad en la navegación
en Mercado Libre y más usuarios
activos en Mercado Pago

5MM

Nuevos compradores

desde diferentes
categorías



Nuevo estilo de vida: Salud, Consumo Masivo & Alimentos, Home Decor, Entretenimiento & Fitness y Computación se desarrollaron en la mente de los consumidores y en las compras



Compradores *esporádicos*, *frecuentes* y *leales*
cambiaron su comportamiento:

2 de cada 3 de los compradores leales

volvieron a comprar en este período

Aumentó la frecuencia de compra

en todos los grupos

Mercado Libre frente al COVID-19

Desde Mercado Libre seguimos fomentando la democratización del comercio y los pagos con especial apoyo en este contexto en el que nos encontramos.

Continuamos tomando medidas para agregar valor en lo que hacemos para nuestros empleados, usuarios y comunidades.

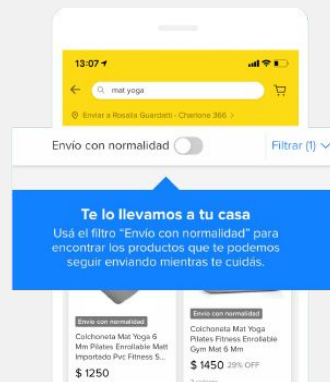
Codo a Codo hasta que llegue lo mejor



Continuamos con la **moderación de precios** dentro de la plataforma.

Bonificamos espacios publicitarios en Brasil y en México para fomentar la comunicación de concientización

Seguimos trabajando con el **filtro de envío con normalidad**



Lanzamos tres programas online diseñados para capacitar a **PyMes y emprendedores**:

Capacitación en Comercio Electrónico

Emprendedores 4.0

Emprender con impacto

Otorgamos nuevas **líneas de financiamiento** para vendedores de **Mercado Libre y Mercado Pago**:



+700MM

de pesos
en México



+600MM

de reales
en Brasil

Mercado Pago presentó la nueva función de **Amigos** para enviar y pedir dinero desde el celular



Donamos a **Cruz Roja** y **Banco de Alimentos**:



+37K
Kits



+43K
Kg de
Alimentos



+10K
Kits de
Higiene



**mercado
libre**

Codo a Codo en las difíciles hasta que llegue lo mejor

Autores

Fernanda Nakazaki Gomes Corrêa
Manager de Insights Brasil

Nicolás Alberto
Sr Manager Insights & Analytics LATAM

Contribuidores

Alma Villanueva
Manager de Insights México

Milenka Pekolj
Analista Sr. de Marketing

Voceros

Juan Lavista
Director de Marketing & Insights

Fernando Rubio
Director General Publicidad

Para más información contacte a:

Heads Comerciales de Mercado Libre Publicidad

Felipe Paranaguá
Director Comercial de Brasil

Felipe Juliao
Sr Manager de Brasil

Pablo Beltrán
Director Comercial de Hispanos

José Maceda
Head de México

Juan Andrés Martínez Saiz
Head de Colombia

Florencia Bameule
Head de Argentina,
Chile y Uruguay