****

**En 2017 en Argentina se vendieron 263 mil productos por día a través de Internet**

*Por séptimo año consecutivo, la Cámara Argentina de Comercio Electrónico presenta su Estudio Anual que realiza junto a Kantar TNS con el objetivo de analizar el comportamiento de empresas y consumidores en las compras online. El crecimiento durante 2017 fue de 52%, alcanzando una facturación de 156.300 millones de pesos.*

**Materiales:**-[Descargue la Presentación del Estudio de CACE](https://drive.google.com/file/d/0By2M2PyJRZUMS0xxN194M1c2S2dYUk8xNEE4VXBsRlZDcllj/view?usp=sharing)

**Buenos Aires, 7 de marzo de 2018**. - **El comercio electrónico en Argentina creció durante el año 2017 un 52% respecto al año anterior** y registra una facturación de $ 156.300 millones de pesos. Esta cifra surge del **Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina (#MétricasCACE)**, que realiza KANTAR TNS para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico ([www.cace.org.ar](http://list-manage6.net/track/click?u=231897&p=31373737343a3934373a3738323a303a303a30&s=2a15443dd98439e97e997d8a07f13c74&m=1361)).

Durante 2017 se vendieron 96 millones de productos a través de 60 millones de órdenes de compra, un 28% más que en 2016. El ticket promedio de compra fue de $ 2.600, correspondiendo a un aumento del 19% con respecto al año anterior y los rubros que impulsaron el crecimiento en unidades fueron **alimentos y bebidas** e **indumentaria.**

**Categorías más vendidas**

Los favoritos de los usuarios a la hora de realizar una compra online mantiene a la industria de turismo como líder:

1. Pasajes y turismo
2. Celulares y accesorios
3. Indumentaria deportiva
4. Electro y aires acondicionados
5. Indumentaria no deportiva

Al poner el foco en facturación, los rubros más relevantes son:

1. Pasajes y Turismo: $43.638 millones
2. Equipos y accesorios de audio/imagen, consolas, TI y telefonía: $18.361 millones
3. Artículos para el hogar (muebles, decoración): $14.432 millones
4. Alimentos, bebidas y artículos de limpieza: $12.088 millones
5. Electrodomésticos (línea blanca y marrón): $9.115 millones

Los medios de pago más utilizados durante 2017 fueron las tarjetas de crédito, ascendiendo al 92% y dejando al pago en efectivo con el 7% y el uso de la tarjeta de débito en un 1%.

**Los usuarios identifican cada vez más beneficios en las compras online**

Son muchos los motivos por los que cada vez más personas eligen comprar por Internet. Los que más se destacan son:

* La posibilidad de comprar en cualquier momento (45%)
* Ahorro de tiempo (38%)
* Comodidad (36%)
* Mayores descuentos que en tiendas físicas (34%)
* Facilidad (30%)
* La búsqueda de productos es más simple que en las tiendas físicas (30%)

Este último punto no había aparecido en años anteriores y el hecho de que se identifiquen nuevos beneficios es un indicador del nivel de madurez de los usuarios, quienes ya conocen la modalidad y cada vez la utilizan de mejor manera.

**Las compras se cierran cada vez más desde dispositivos móviles**

El uso de mobile para realizar búsquedas antes de comprar es una costumbre afianzada en los consumidores argentinos. El 39% de los usuarios realizaron búsquedas a través de dispositivos móviles, subiendo 3 puntos desde el año anterior. En particular, un 22% de los usuarios sólo busca a través de dispositivos móviles, no utilizando más la PC ni la notebook.

A su vez, el seis de cada diez usuarios tienen instalada en su dispositivo una app de eCommerce y el 15% ha comprado a través de ellas.

A la hora de cerrar la compra, el 27% lo hace a través de un dispositivo móvil, con un crecimiento de 7 puntos vs. el año anterior, indicando el incremento de la confianza en la modalidad.

**Categorías preferidas por edad y por género**

Nueve de cada diez usuarios conectados ya realizó al menos una compra en Internet. En los últimos 6 meses, cinco de cada diez usuarios realizaron una compra.

Analizando cómo compra cada usuario, las categorías más vendidas son multitarget, es decir que se consumen de igual forma por hombres y mujeres, sin importar su edad. Sin embargo, se puede observar que los hombres tienden a comprar más tecnología, herramientas y software. Las mujeres, por su lado, se orientan más a la compra de indumentaria, entradas a espectáculos, hogar, muebles y jardín; y cosmética.

Los millennials también cuentan con ciertos rubros que los representan y estos son: indumentaria, cosmética y educación.

*“Nuestro país continúa fortaleciéndose en el eCommerce y se posiciona como uno de los más desarrollados de América Latina. Este crecimiento se debe a que la confianza en la modalidad consolida la frecuencia de compra y amplía las categorías de productos que se adquieren online. Otra característica importante es que la tasa de conversión asciende cada vez más rápido en los dispositivos móviles, esto significa que los usuarios que buscan a través de dichos dispositivos los utilizan ahora para cerrar sus compras. Todos estos son los indicadores de la madurez del comercio electrónico en Argentina. La satisfacción es otro factor clave, consolidándose año a año, ya que un comprador satisfecho es un comprador que volverá a realizar una operación en el futuro”*, sostuvo Alberto Calvo, presidente de CACE.

*“En el comercio electrónico la tendencia indica que cada vez más búsquedas se conviertan en compras efectivas. Desde CACE tenemos como misión promover el uso y desarrollo de las tecnologías aplicadas a la economía digital, contribuyendo al desarrollo social y económico de nuestro país. Estos resultados dan cuenta del trabajo que venimos realizando año a año y nos motiva a continuar profesionalizando la industria”,* sostuvo Gustavo Sambucetti, director institucional de CACE.

“Los consumidores buscan eficientizar su compra siendo los drivers tiempo y dinero esenciales para el crecimiento y la consolidación del comercio electrónico”, resalta Julieta Dejean, Directora Comercial de Kantar TNS. Agrega: “El mobile se consolida como hábito dado que el 39% de las operaciones de búsqueda se realizan a través de este medio y el 27% de las compras son exclusivas desde el celular”.

Al analizar los segmentos, explica que “El eCommerce electrónico atravieza generaciones y operamos distintos según las categorias. Las mujeres somos más preponderantes en las compras online, los hombres menos frecuentes pero de ticketes más altos y los milennials operan en el mundo online con ticketes más bajos con compras más cotidianas”.

|  |
| --- |
| **Ficha técnica: Muestra DEMANDA**  -1.000 encuestas online  - Encuestados entre 18 y 65 años, NSE amplio  - De todo el país  - Que hayan comprado online en el último semestre |

|  |
| --- |
| **Ficha técnica: Fase OFERTA**  - Más de 150 encuestas a empresas socias de la CACE  - De distintos rubros  - De todo el país  - Que realicen ventas a través de Internet |

**Acerca de KANTAR TNS**

Kantar TNS es una de las agencias de investigación de mercado más grandes del mundo con expertos en más de 80 países. Brindamos insights accionables para ayudar a las empresas a tomar decisiones de impacto e impulsar su crecimiento.   
Con experiencia en innovación, marcas y comunicación, activación de shopper y satisfacción de clientes, ayudamos a nuestros clientes a identificar, optimizar y activar los momentos que importan para impulsar el crecimiento de sus empresas.  
Somos parte de Kantar, una de las empresas líderes mundiales en datos, insights y consultoría.  
Para más información visite [www.tnsglobal.com](http://www.tnsglobal.com/)  
Por favor visita <http://www.tnsglobal.com/office/tns-argentina> para más información.

Facebook: <https://www.facebook.com/TNSArgentina>

Twitter: <https://twitter.com/TNSArgentina>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/tns-argentina>

**Sobre CACE**

La Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) es una Asociación Civil sin fines de lucro constituida en el año 1999 con el propósito de divulgar y promover el uso y desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas al trabajo y los negocios, las comunicaciones, el comercio y los negocios electrónicos.

Cuenta con más de 1000 socios de diferentes sectores de la industria, comercio y servicios que hacen realidad los negocios y comercio electrónico en la Argentina y la región, siendo la principal institución nacional en promover esta nueva modalidad de trabajo y negocios.

Entre sus principales iniciativas, la CACE realiza un estudio anual de comercio electrónico, el Ecommerce Day, y los eventos de conveniencia CyberMonday y Hot Sale en Argentina.

Más información: [www.cace.org.ar](https://mailtrack.io/trace/link/e966a1bd6d8c3b977330eb371f90c77046ae942d)