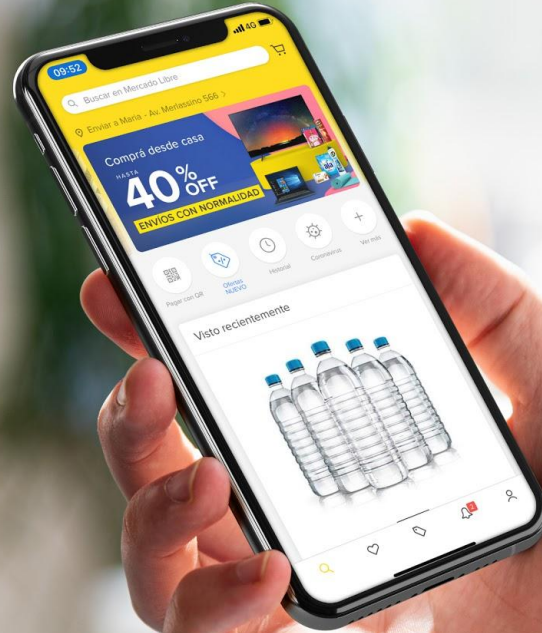


# E-commerce: evolución en los hábitos del consumidor

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**





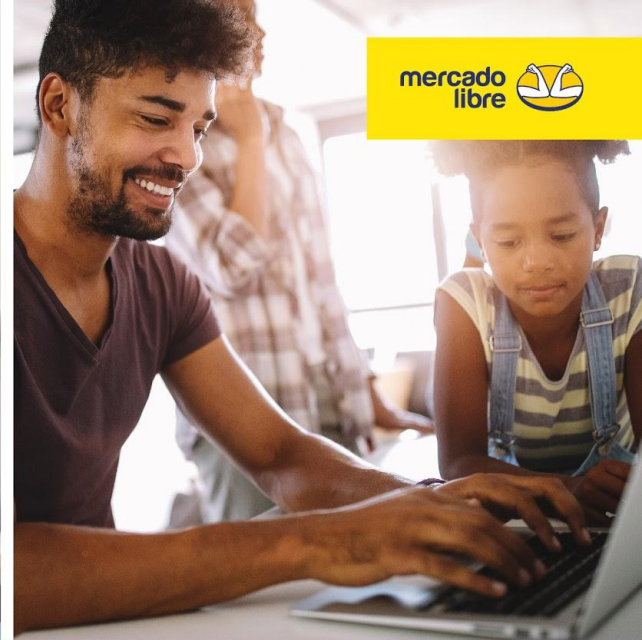
01.

El **comportamiento**  
**online** actual



02.

El **desarrollo** del  
e-commerce



03.

Se intensifica el  
**consumo online**

01.

## El comportamiento online actual



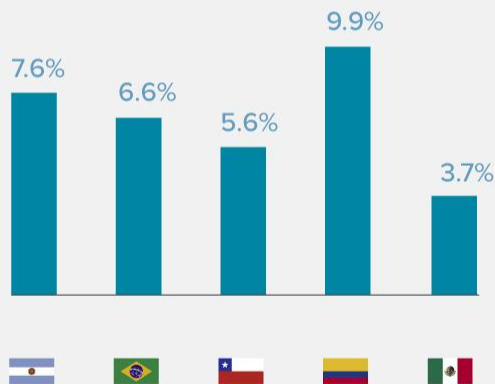
## Se aceleraron las compras online en la región

¿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.

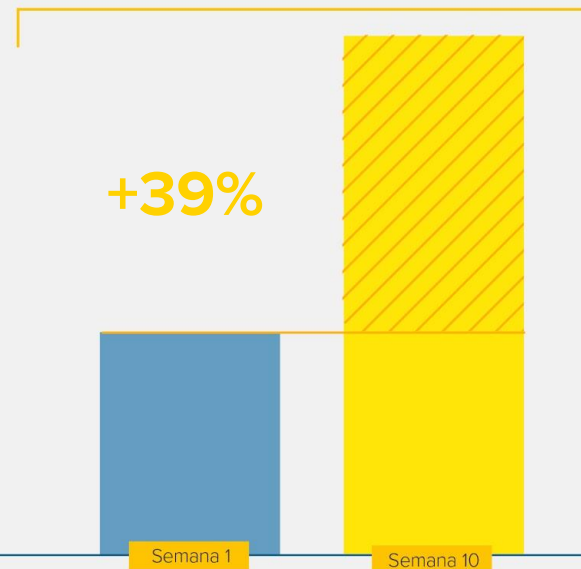
El comportamiento online actual

## Aumentó el **tiempo de navegación** y la cantidad de **búsquedas por usuario**

TIEMPO PROMEDIO DE SESIONES



CANTIDAD DE BÚSQUEDAS POR USUARIO

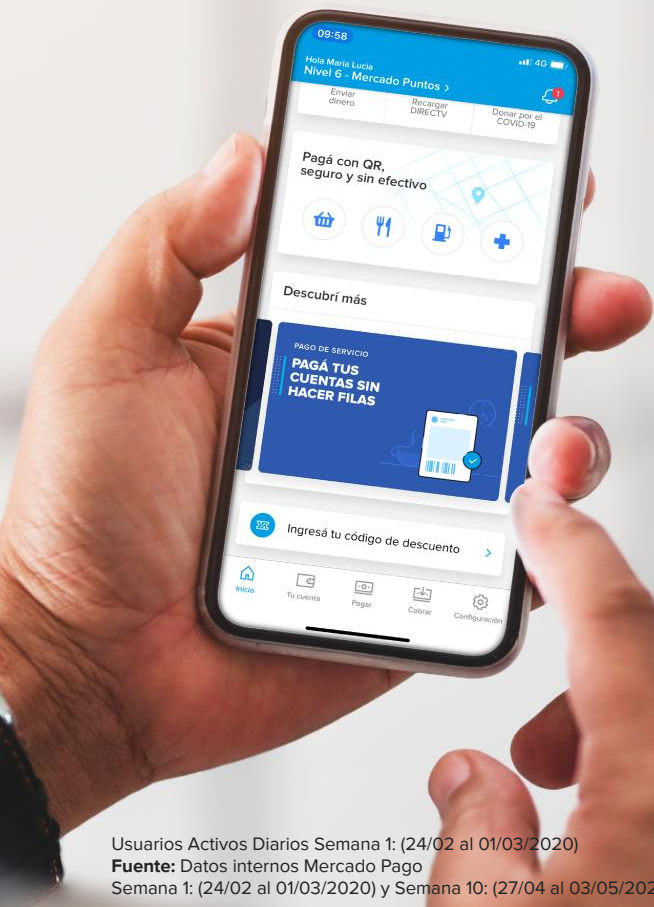


Número de usuarios que navegan por dispositivos móviles

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

+71%

+66%

+21%

Pago de Servicios

Transferencias

Recargas

Semana 1

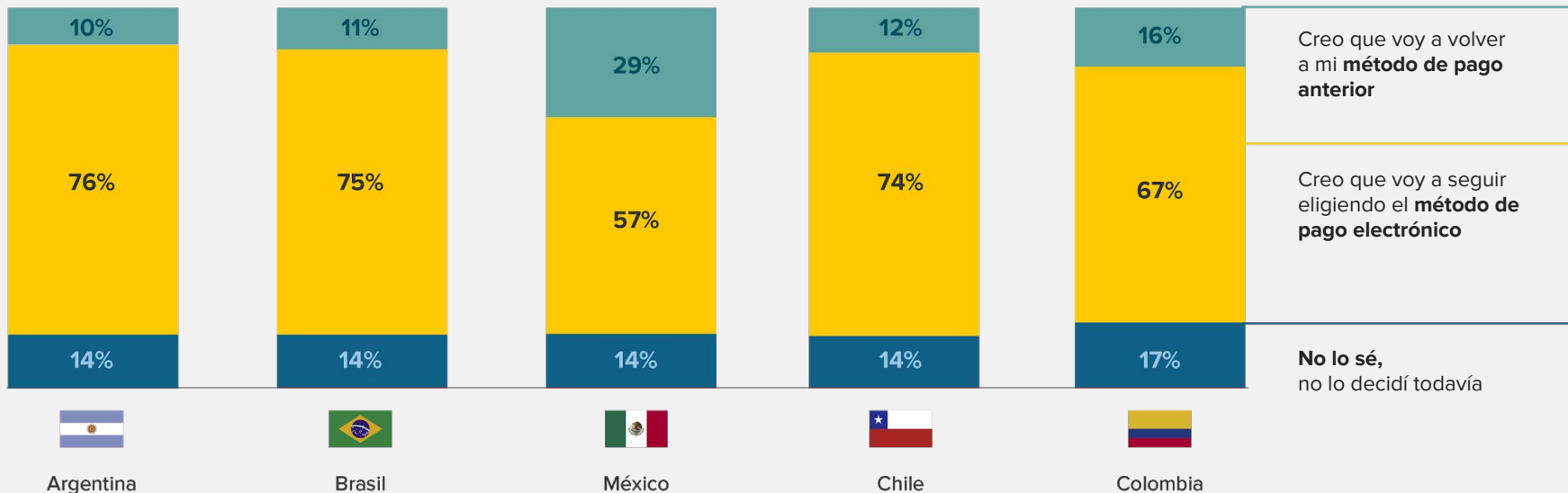
Semana 10

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)

## 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

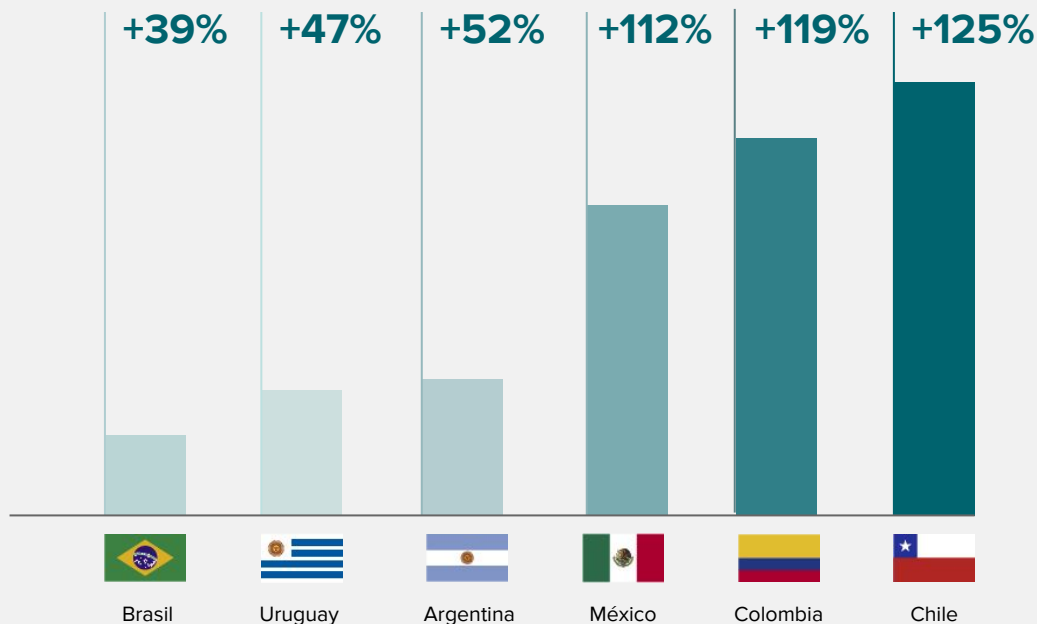


## 02.

El desarrollo del e-commerce

# Crecieron los pedidos en Mercado Libre

% Crecimiento en Órdenes



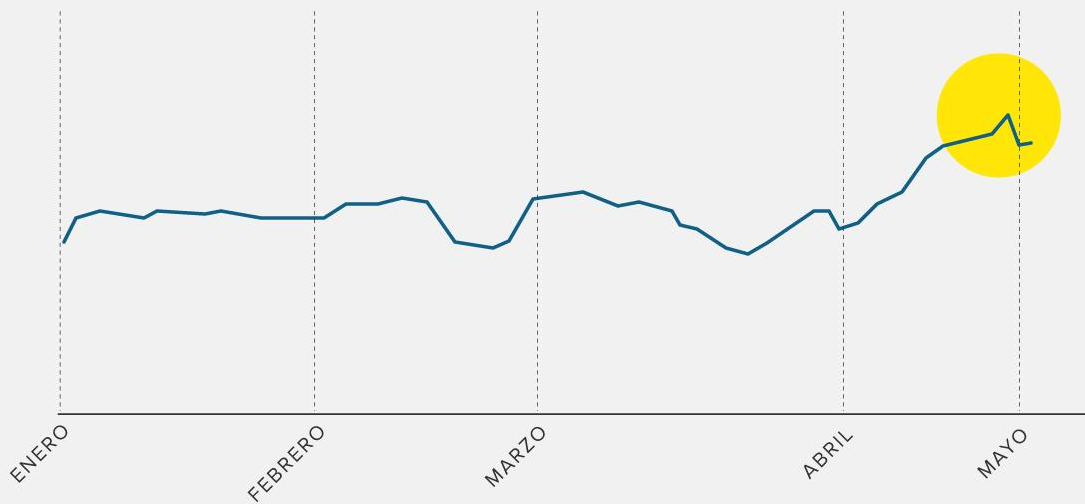
Fuente: Datos internos Mercado Libre  
Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019

## 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

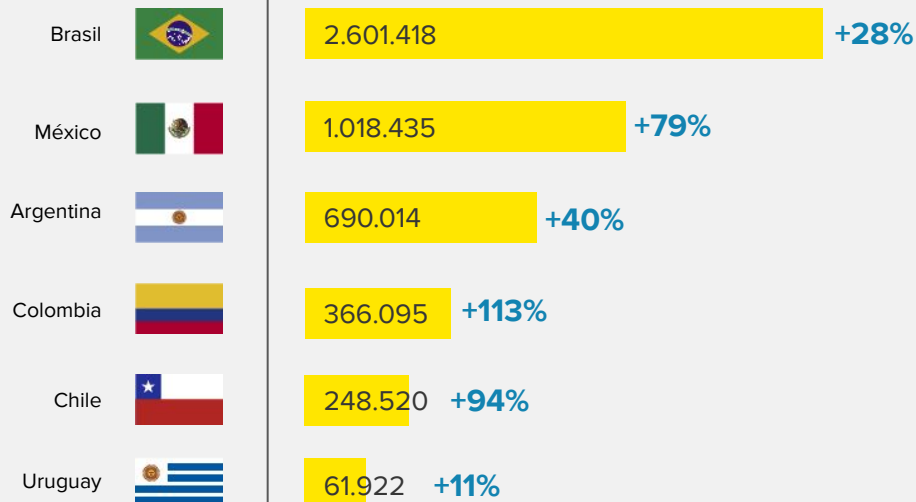
# 45%

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

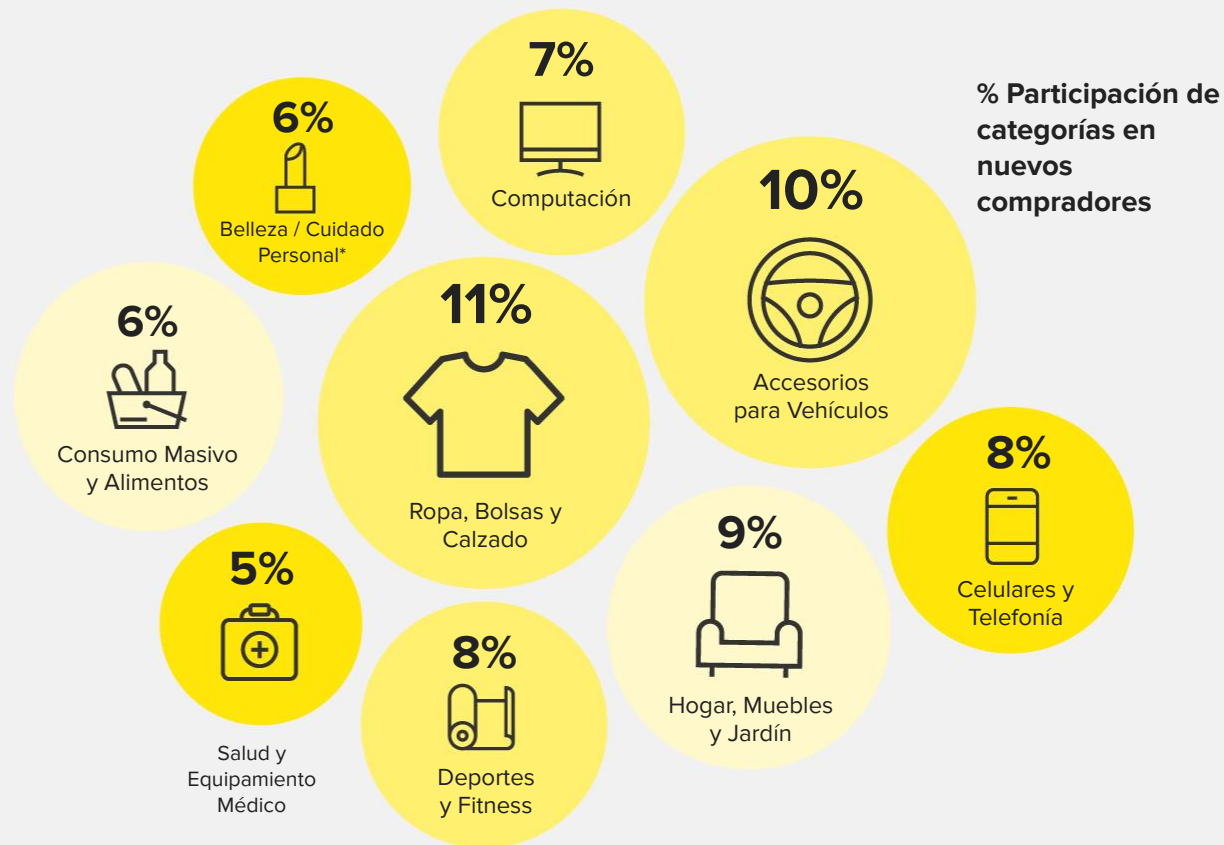
% Variación  
YoY



## 02.

El desarrollo del e-commerce

Los nuevos  
compradores  
ingresaron por todas  
las categorías

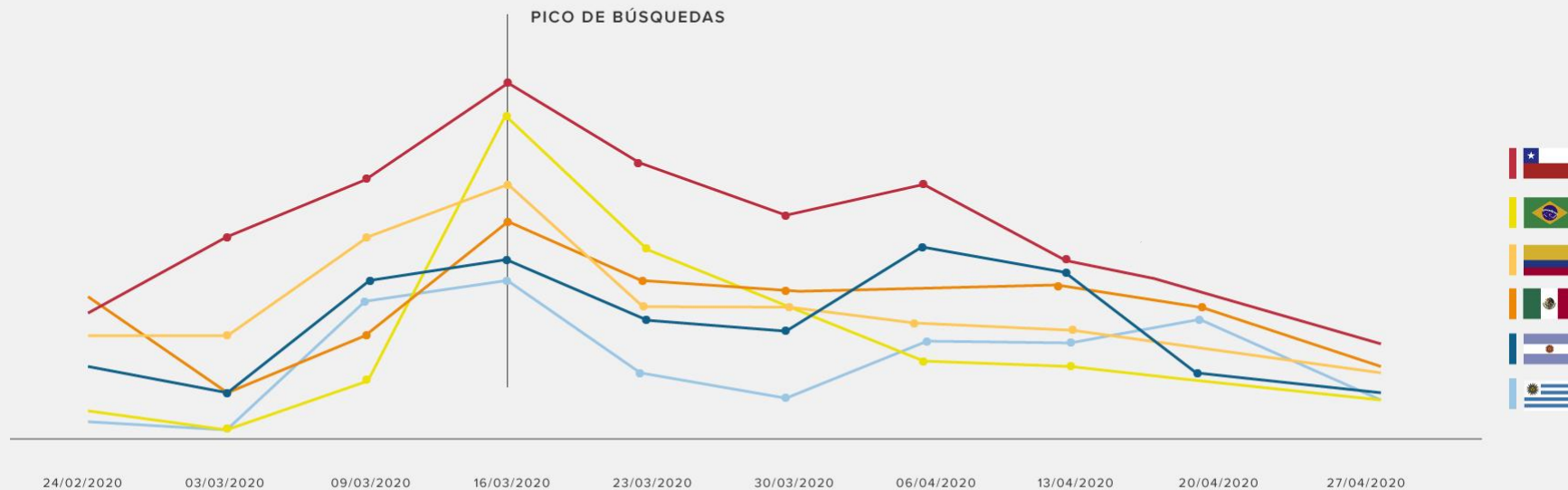


## 02.

El desarrollo del e-commerce

# 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



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



- 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

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

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

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

## 02.

El desarrollo del e-commerce

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



México

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

**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

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

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



Colombia

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

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

## 02.

El desarrollo del e-commerce

# 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	Mancuernas	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%

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

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**

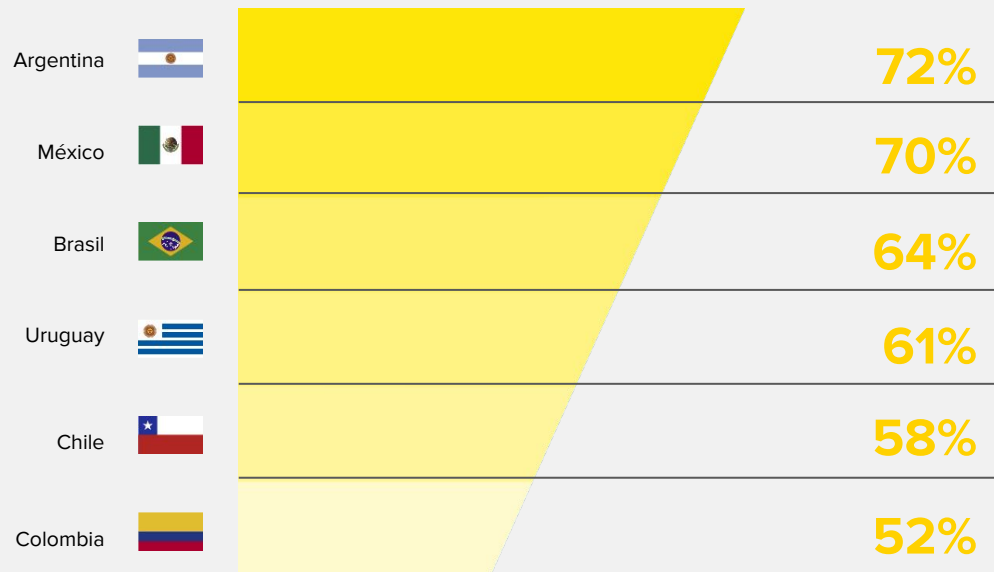
### 03.

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**



**17 días**  
PROMEDIO ANUAL



**Compradores Frecuentes**



Ya compraron la mitad de lo que comprarían en un año

**79 días**  
PROMEDIO ANUAL



**Compradores Esporádicos**



Ya superaron la cantidad de compras que harían en 1 año

**268 días**  
PROMEDIO ANUAL



# 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.

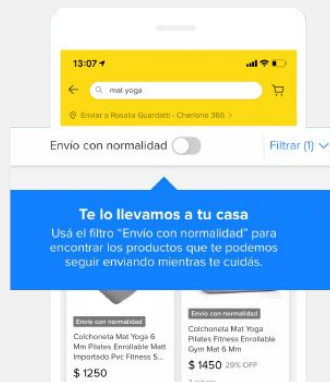
**Codo a Codo hasta que llegue lo mejor**



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