

24.02 — 22.03 / 2020

El comportamiento del **consumidor** en **tiempos de crisis**

Previo a la cuarentena COVID-19

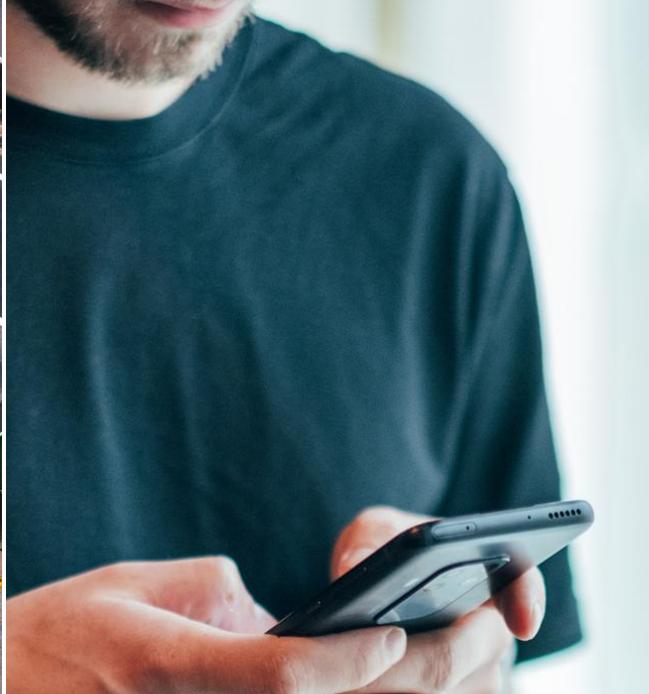
Reporte basado en el comportamiento real del consumidor de Mercado Libre. La privacidad de los datos está resguardada y la información es estadística y agregada





01.

El contexto del
COVID-19 en
América Latina



02.

Cambios de
comportamiento del
consumidor



03.

Las distintas
etapas del
consumo

Conclusiones de los cambios de comportamiento del consumidor en Mercado Libre

5/10

de los **términos más buscados** correspondieron a un producto de salud



La **Salud** fue una prioridad para los consumidores con una **alta concentración en ventas** en sólo 5 días

+1,7M

nuevos compradores digitales



Mayor conversión de clientes y **crecimiento de doble dígito** en **productos de consumo masivo y alimentos**

+11x

de **artículos** relacionados al cuidado de la **salud** entre los más vendidos



Entretenimiento y Fitness con mayor demanda debido a la cuarentena

01.

El contexto del COVID-19 en América Latina



La expansión del COVID-19 en América Latina: más de 3200 casos en 34 días



La situación llevó a que los gobiernos tomaran distintas medidas en los países

El presidente de **Chile** decretó el “estado de excepción por catástrofe” y cierre de fronteras

Ordenaron el aislamiento preventivo obligatorio en **Colombia** para personas mayores a 70 años

La Secretaría de Educación Pública de **México** comunicó la suspensión de clases

15

Marzo

El presidente de **Argentina** comunicó la suspensión de clases, cierre de fronteras, licencias y trabajo remoto para el sector público y privado

18

Marzo

19

Marzo

Brasil cerró las fronteras terrestres, se suspendieron las clases, cancelaron eventos masivos y redujeron la oferta de transporte público

20

Marzo

20

Marzo

Se declaró la cuarentena obligatoria en **Argentina**

20

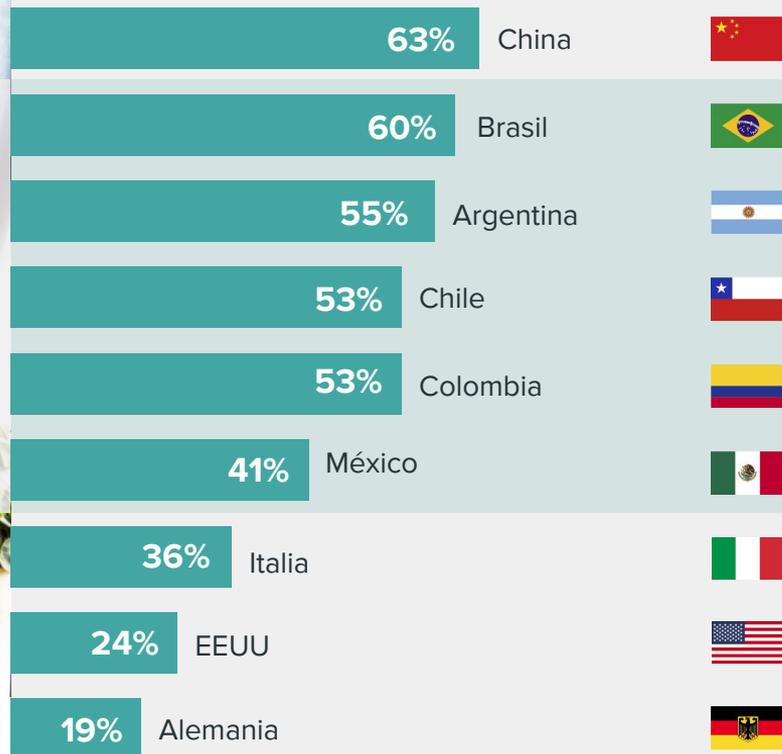
Marzo

22

Marzo

El gobierno de **Chile** decretó toque de queda

Latinoamérica es una de las regiones más involucradas con el tema del COVID-19



02.

Cambios de comportamiento del consumidor



La importancia del **cuidado de la salud** se vio reflejada en el **volumen de búsquedas** de la categoría



Máscaras

10 MM
de búsquedas



Alcohol en Gel

8,5 MM
de búsquedas



Antibacteriales

3,5 MM
de búsquedas



Termómetros

1 MM
de búsquedas

Los consumidores **modificaron sus búsquedas** durante este período:



de los **términos más buscados** fueron relacionados a productos de la **categoría Salud**

La búsqueda de estos productos fue diferente en cada país (semana iniciada el 16/03):



Brasil/Chile



México/Colombia



Argentina



Así fueron las búsquedas de los consumidores

Top 100 en LATAM Top 5 por país

México

1. Iphone 7
2. Cubrebocas n95
3. Celulares
4. Smart Watch
5. Laptop

Colombia

1. Tapabocas n95 cajas
2. Carros
3. Iphone 11
4. Mazda 3
5. Calzado

Chile

1. Mascarillas Desechables
2. Alcohol Gel
3. Mascarilla n95
4. Termómetro Infrarrojo
5. Audífonos Bluetooth

Brasil

1. Alcohol en Gel
2. Máscara Descartable
3. Celular
4. Notebook
5. Calzado Masculino

Argentina

1. Alcohol en Gel
2. Barbijos
3. Autos
4. Notebook
5. Celulares



Las circunstancias
generaron cambios de
comportamiento

+1,7 MM

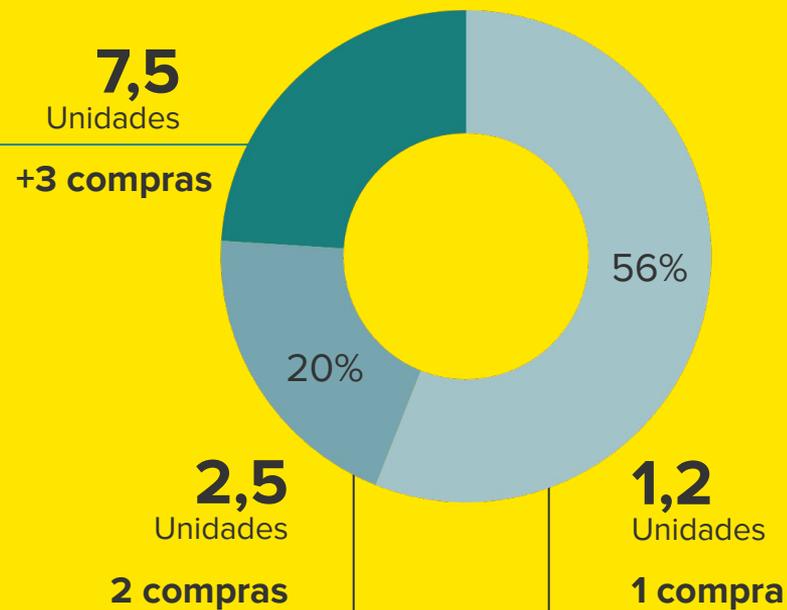
nuevos compradores
en Mercado Libre



24%

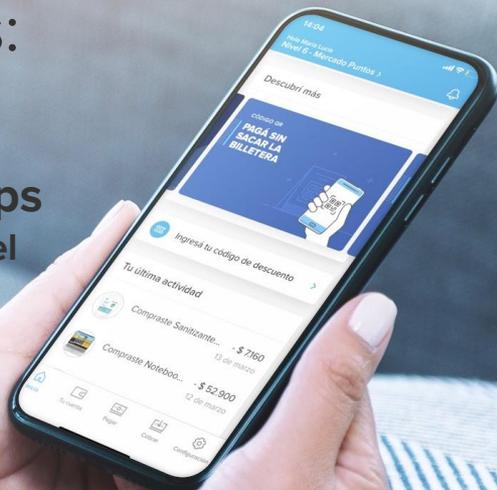
**de los
compradores
hicieron 3 o más
compras en
el período**

Frecuencia de compra de los consumidores

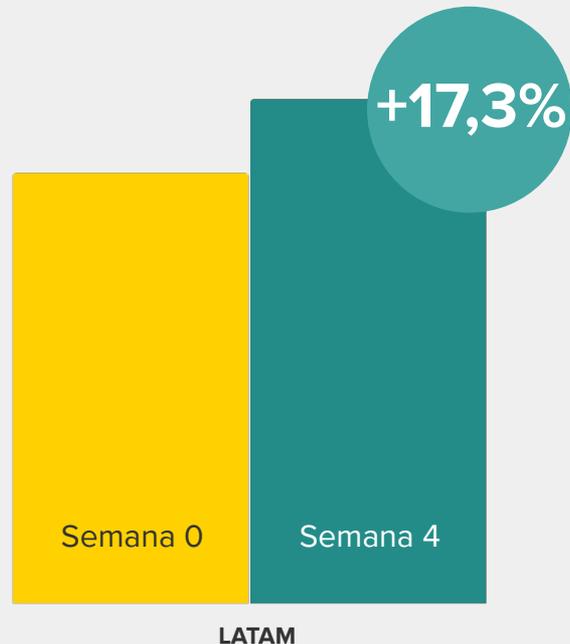


Mercado Pago llevó mayor comodidad a las personas:

Estuvo entre las
Top 10 Fintech Apps
con **más descargas** en el
mundo



También aumentó la cantidad de usuarios que utilizaron la aplicación para el **pago de servicios**



Los **envíos** de productos alcanzaron su pico de entregas durante este período

+1,1 MM
de **entregas** diarias



03.

Las distintas etapas del consumo



El consumo de **categorías tradicionales** se vio afectada debido al contexto

Categorías con mayor reducción en la contribución de órdenes



Calzado,
ropa y accesorios



Accesorios para
Vehículos



Celulares

Los consumidores atravesaron **distintas etapas** a medida que el COVID-19 evolucionó en la región



ETAPA DE PREVENCIÓN
(Salud)

Alcohol en Gel

Barbijos

Termómetros

Antibacteriales



ETAPA DE ABASTECIMIENTO
(Consumo Masivo & Alimentos)

Limpieza

Higiene

Alimentos

Bebidas



ETAPA DE PERMANENCIA
(Entretenimiento & Fitness)

Juguetes

Juegos de Mesa

Videojuegos

Elementos de Gimnasio

En este contexto, surgieron otras **necesidades de consumo**



ETAPA DE PREVENCIÓN
(Salud)



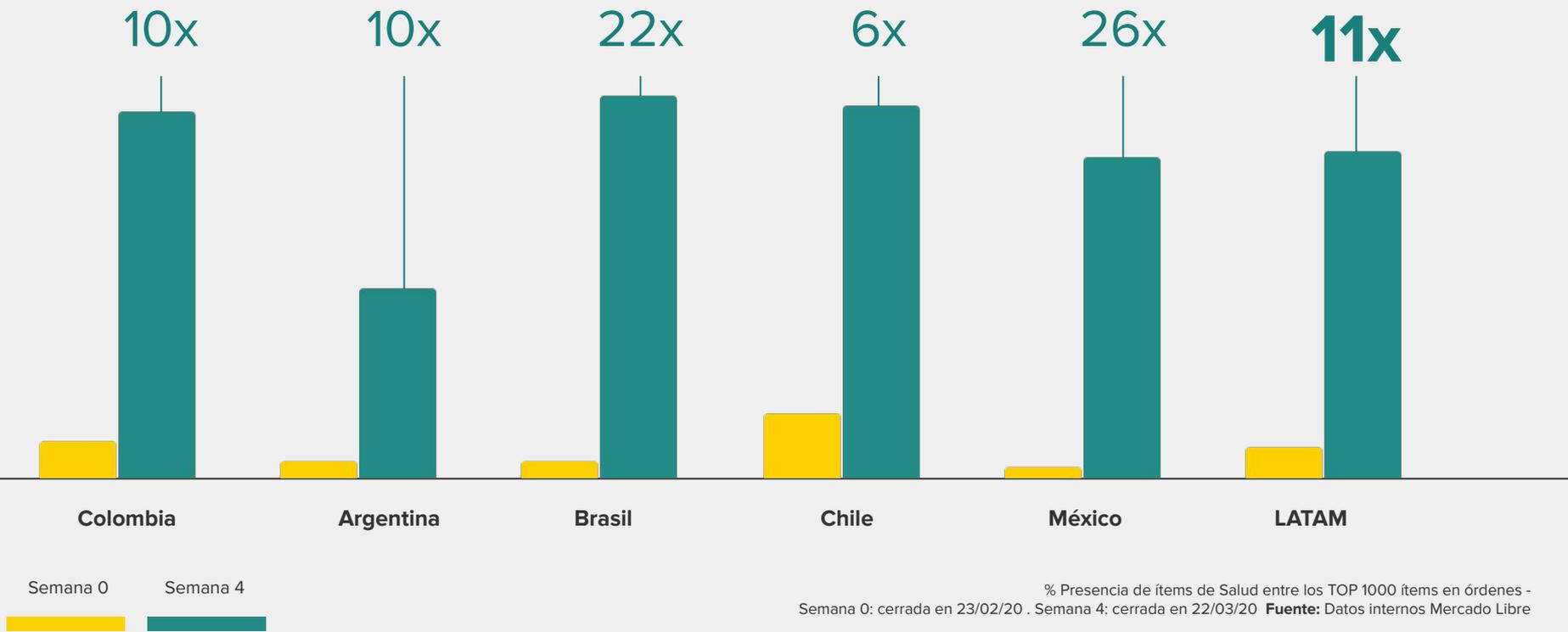
ETAPA DE ABASTECIMIENTO
(Consumo Masivo & Alimentos)



ETAPA DE PERMANENCIA
(Entretenimiento & Fitness)

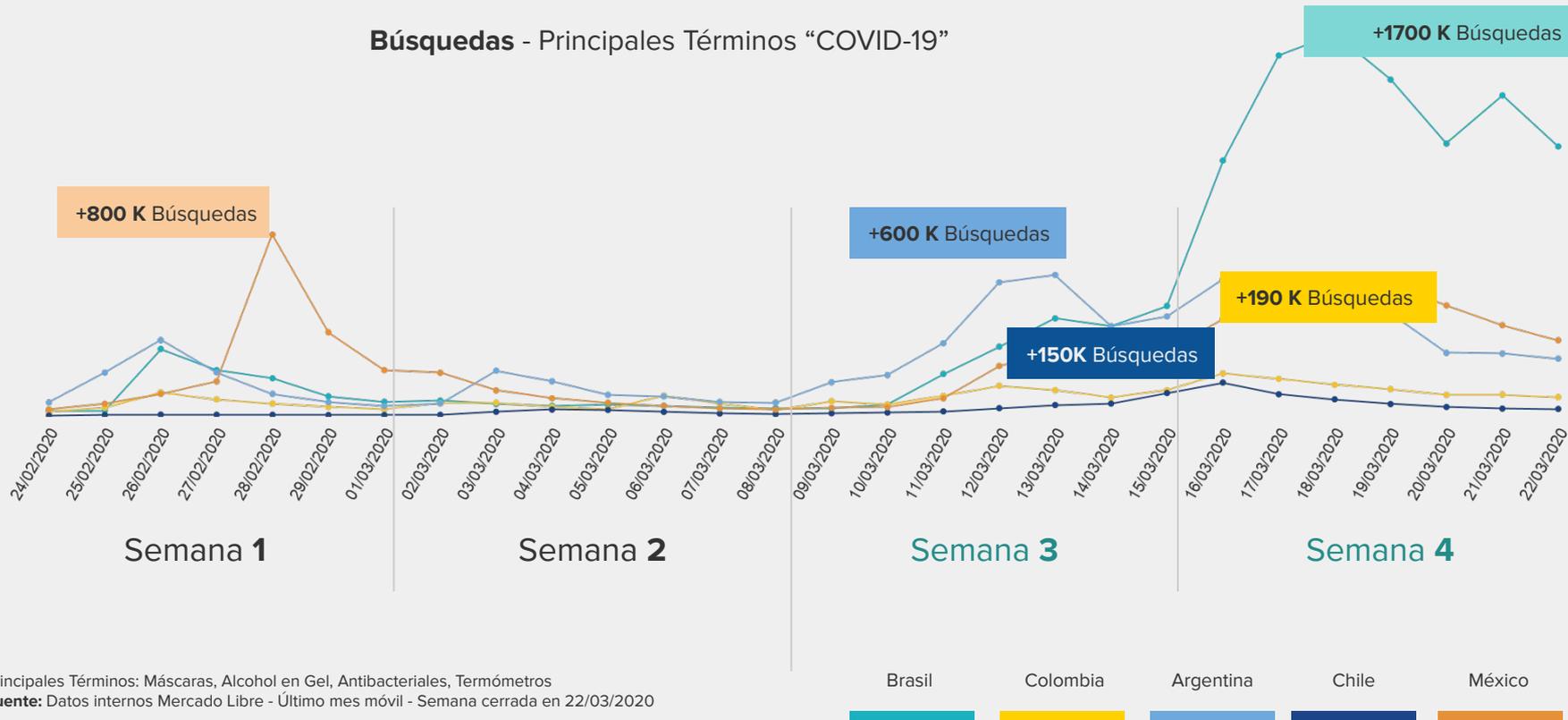


La categoría **Salud** ganó protagonismo en las compras durante este período



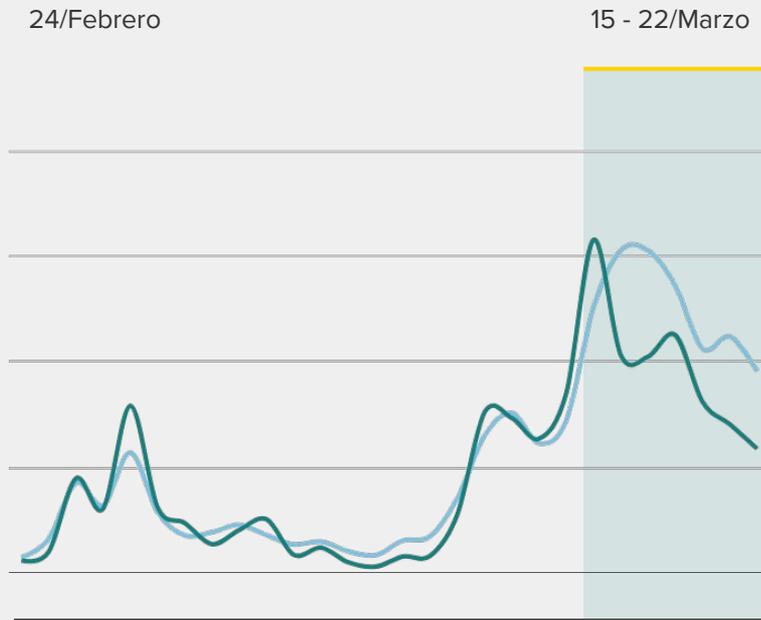
Las búsquedas de productos relacionados a salud se intensificaron en las últimas 2 semanas

Búsquedas - Principales Términos “COVID-19”



Principales Términos: Máscaras, Alcohol en Gel, Antibacteriales, Termómetros
 Fuente: Datos internos Mercado Libre - Último mes móvil - Semana cerrada en 22/03/2020

Búsquedas y Compras “COVID-19”



Búsquedas

Ítems Vendidos

El 40% de las ventas se concentraron en 5 días

Desde mediados de la **semana 3** hasta el comienzo de la última se notó el **mayor interés**

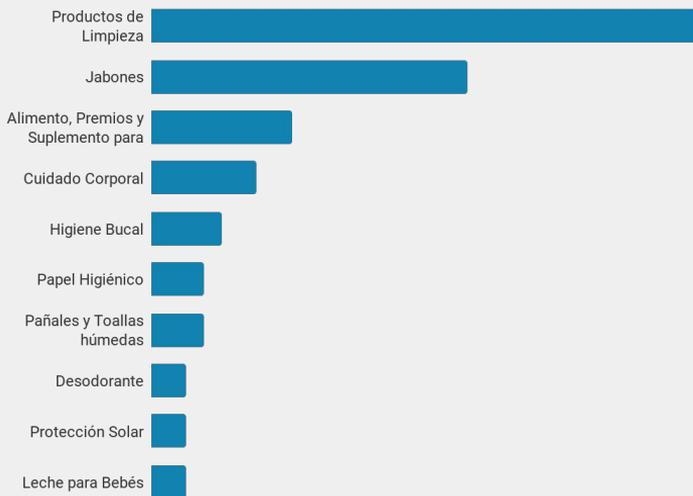
Fuente: Datos internos Mercado Libre
Último mes móvil - Semana cerrada en 22/03/2020





Categorías con mayor contribución en órdenes en la semana

Categorías de consumo masivo y alimentos con mayor contribución en órdenes - Semana 3



Ranking de Categorías en Contribución en Órdenes en Consumo Masivo y Alimentos (excluye Salud)

Fuente: Datos internos Mercado Libre - Último mes móvil - Semana 3: cerrada el 15/03/2020

Top 5 de productos en la semana con mayor contribución

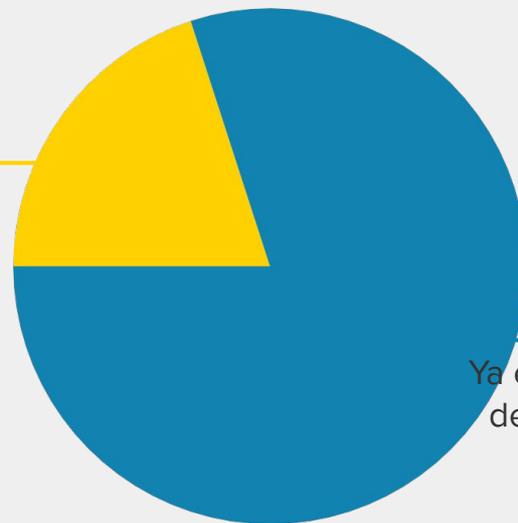
Brasil	Argentina	México	Chile	Colombia
Celulares y Smartphones +10,8%	Libros +25,9%	Productos de Limpieza +219,3%	Jabones +353,1%	Accesorios para Bicicletas +40,4%
Suplementos +4,1%	Suplementos Alimenticios +28,9%	Vitaminas y Suplementos +12,3%	Discos y Accesorios +110,5%	Discos y Accesorios +109,1%
Perfumes +11,3%	Videojuegos +13,1%	Alimentos, Premios y Suplementos +13,6%	Accesorios para Baño +20,5%	Jabones +211,3%
Accesorios para Baños +15,2%	Accesorios para Baños +24,8%	Audífonos y Manos Libres +5,3%	Bebidas Energizantes +569,5%	Accesorios para Baños +99,7%
Productos de Limpieza +60,6%	Productos de Limpieza +75,8%	Desechables +101,2%	Aromatizadores +47,5%	Suplementos Alimenticios +2,6%



20%

realizaron su primera compra en Mercado Libre en categorías de **consumo masivo y alimentos**

Nuevos compradores de Mercado Libre que hicieron su primera compra de productos de consumo masivo y alimentos durante este período



80%

Ya eran compradores de Mercado Libre y compraron por primera vez en categorías de **consumo masivo y alimentos**



El carrito de compra de consumo masivo y alimentos creció doble dígito

Mes vs. Mes anterior
(período acumulado de 4 semanas)



+13%

Cantidad de **órdenes**



+13%

Unidades
por carrito



+22%

Ticket
promedio

Categorías que más crecieron

% Unidades

Argentina



Productos de Limpieza	+156%
Jabones	+131%
Pañales	+58%
Desechables	+66%
Fideos	+330%

Brasil



Productos de Limpieza	+156%
Jabones	+177%
Dulces y Chocolates	+48%
Productos de Lavandería	+90%
Higiene Bucal	+47%

México

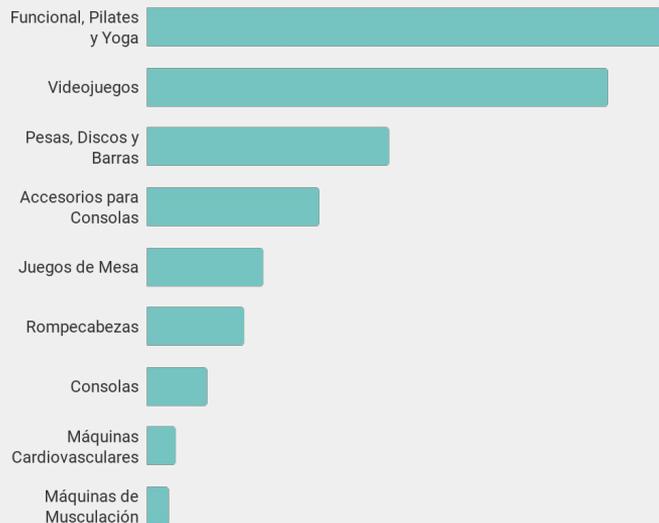


Productos de Limpieza	+123%
Enlatados y Conservas	+65%
Jabones	+41%
Arroz, Legumbres y Semillas	+156%
Alimentos Instantáneos	+14%



Entretenimiento & Fitness fueron categorías también elegidas por los latinoamericanos

Categorías E&F con mayor contribución en órdenes - Semana 4



Ranking de Categorías en Contribución en Órdenes en Entretenimiento y Fitness (Excluye Salud)
Fuente: Datos internos Mercado Libre - Último mes móvil - Semana cerrada en 22/03/2020

Top 5 de productos en la semana con mayor contribución

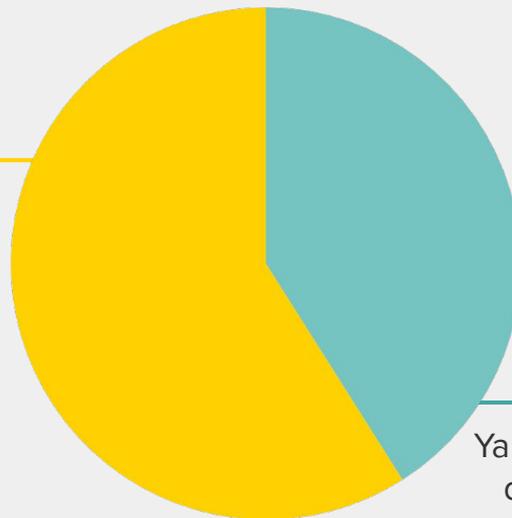
	Brasil	Argentina	México	Chile	Colombia
Funcional, Pilates y Yoga	62,4%	Funcional, Pilates y Yoga 127%	Funcional, Pilates y Yoga 98,4%	Funcional, Pilates y Yoga 74%	Funcional, Pilates y Yoga 83%
Pesas, Discos y Anillos	87,9%	Pesas, Discos y Barras 153%	Mancuernas, Barras y Discos 59,4%	Insumos de Impresión 45,4%	Pesas, Discos y Barras 96,7%
Productos de Limpieza	26,3%	Videojuegos 29,2%	Rompecabezas 103,6%	Pesas, Discos y Barras 78,8%	Videojuegos 15,9%
Rompecabezas	76,4%	Juegos de Mesa 114,1%	Productos de Limpieza 8,8%	Leche Maternizada 68,7%	Juegos de Mesa 36,4%
Webcams	66,2%	Rompecabezas 283,4%	Juegos de Mesa 41,2%	Juegos de Mesa 35,3%	Máquinas de Musculación 43,9%



59%

realizaron su primera compra en Mercado Libre en las categorías de **Entretenimiento & Fitness**

Nuevos compradores de Mercado Libre que hicieron su primera compra de E&F durante este período



41%

Ya eran compradores de Mercado Libre y compraron por primera vez en **E&F**



Las nuevas actividades para hacer en casa demandan otras categorías

De las **personas que compraron** en la categoría de **Entretenimiento & Fitness**

1/2 **compró otra categoría** en el período

Otras compras en **categorías relacionadas**

Suplementos

Motor (Autopartes)

Smartwatch

Mochilas

Ropa Íntima

Calzados

Accesorios para Celulares

Camisetas

Cocina

Insumos de Impresión

Muñecos y Figuras de Acción

Celulares

Mercado Libre frente al COVID-19

En este contexto, desde Mercado Libre tomamos diferentes medidas para colaborar en este período de incertidumbre con nuestros empleados, usuarios y comunidades en las que nos desenvolvemos

Continuaremos cuidando la experiencia de nuestros usuarios y agregando valor en cada acción que realizamos.

Codo a Codo hasta que llegue lo mejor

MERCADO LIBRE FRENTE AL COVID-19

Lanzamiento de campaña **Codo a Codo**
en Latinoamérica



+9000 empleados trabajando
de manera remota



Cumplimos al máximo las **normas de seguridad e higiene** para los empleados que trabajan en **envíos**



Por un mes, eliminamos comisiones por venta en **+1.000.000 de productos de primera necesidad*** y moderamos las decenas de miles de publicaciones cuyos precios fueron aumentados de manera abusiva

*hasta el 13.4



Nos asociamos, promovemos y contribuimos con la **Cruz Roja** y el **Banco de Alimentos** a lo largo de Latinoamérica. Logramos **+100.000 donaciones**



Habilitamos el **filtro de envío con normalidad** en **Brasil y en Argentina** que permite a todos los usuarios visibilizar los productos que se están enviando sin inconvenientes



Se posterga la fecha de **cobro de los préstamos** de consumo otorgados por **Mercado Crédito**





**mercado
libre**

Codo a Codo en las difíciles hasta que llegue lo mejor