

2021 | MÉXICO

# Tendencias del E-commerce

APRENDIZAJES DE  
UN AÑO MÁS DIGITAL



**mercado  
libre**

# ÍNDICE

1

Aceleración  
Digital



2

Cambios en los hábitos  
de compra online



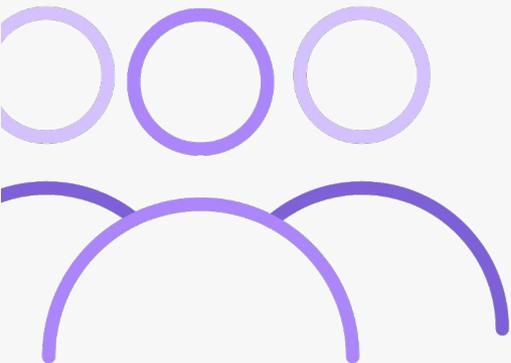
3

¿Qué eligieron los  
consumidores?



**mercado  
libre**

# 2020: un año de mayor adopción digital



De cada **10** compradores digitales



# Los resultados de la transformación digital en la vida diaria y el e-commerce

MERCADO LIBRE LATAM 2020



12 MM

VENEDORES ÚNICOS



133 MM

USUARIOS ACTIVOS



14 MM

PAGADORES ÚNICOS DE CARTERA DIGITAL



649 MM

ÍTEM ENTREGADOS

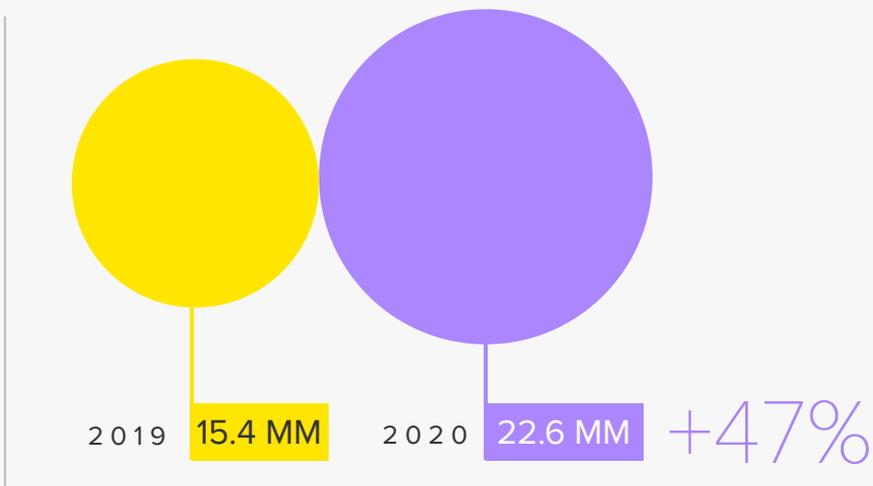


1.5 BI

CLICKS EN ANUNCIOS PROMOCIONADOS

# Mercado Libre se fortalece en 2020

NUEVOS COMPRADORES  
ADOPTAN EL CANAL ONLINE  
EN LATAM



QUIENES YA COMPRABAN  
INTENSIFICAN SU COMPORTAMIENTO





**8 de cada 10** consumidores consideran a **Mercado Libre** para sus futuras compras online

## TENDENCIAS DEL E-COMMERCE

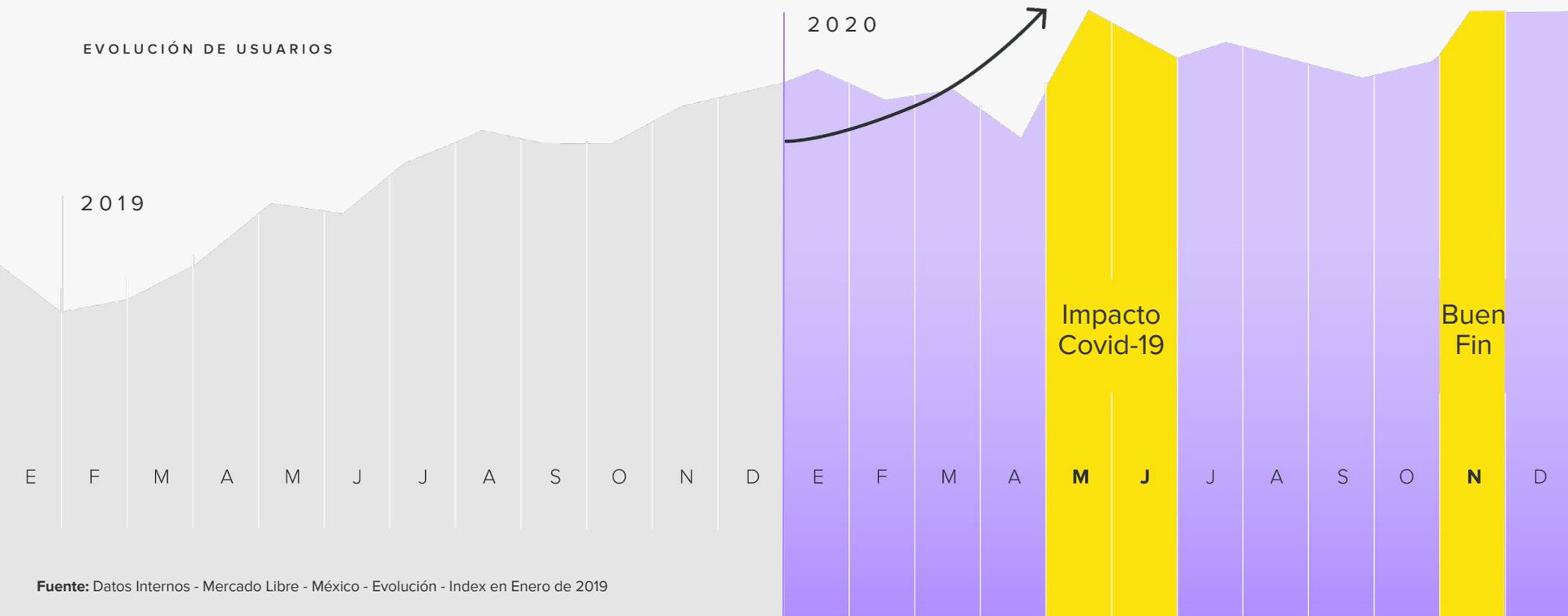
Aprendizajes de un año más digital

# 1. Aceleración Digital



# Covid-19: efecto inmediato en la adopción online

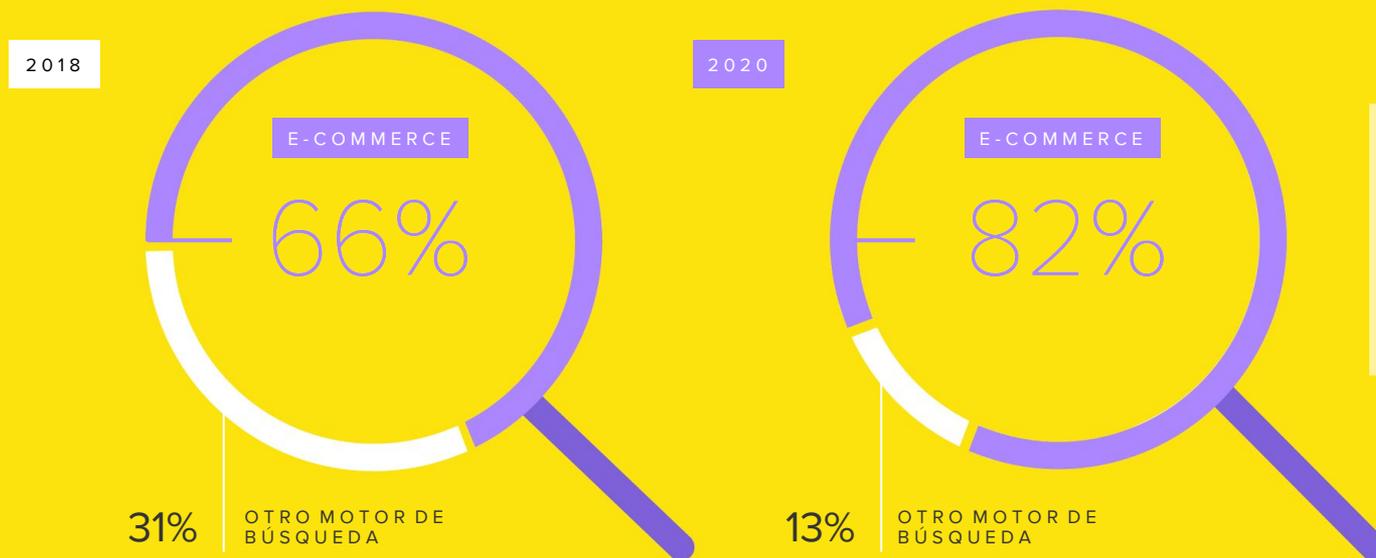
EVOLUCIÓN DE USUARIOS



Fuente: Datos Internos - Mercado Libre - México - Evolución - Index en Enero de 2019

# El E-commerce es la plataforma más utilizada en la búsqueda de productos online

% DE PARTICIPACIÓN EN LA 1° BÚSQUEDA



## TIP PRO

Garantiza la presencia de tu marca en la etapa de Descubrimiento para aumentar las posibilidades de consideración

# Los usuarios dedican más tiempo a las búsquedas y compras online

 **8/10** sesiones son vía dispositivos móviles (incluyendo la app)

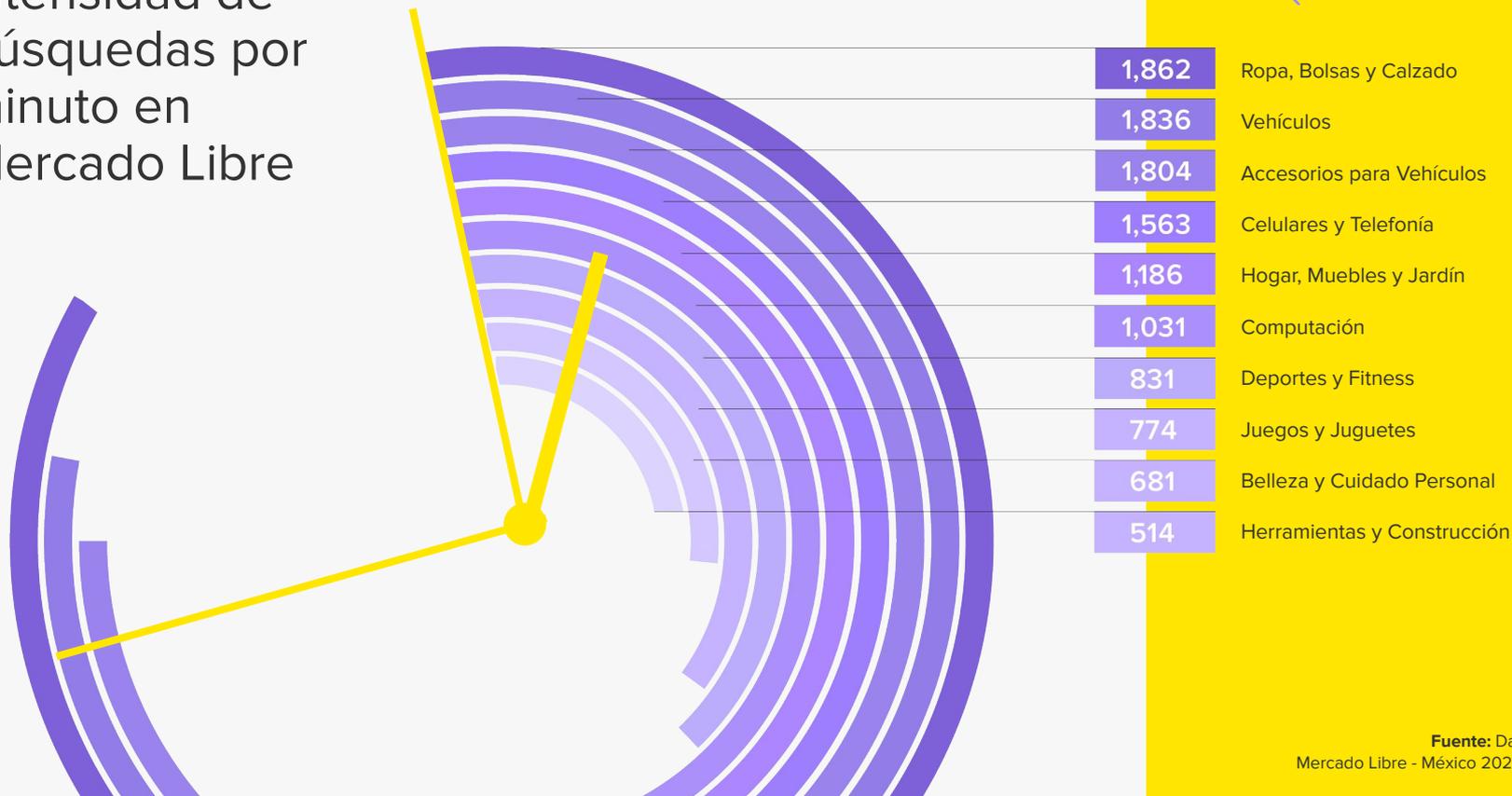
TIEMPO PROMEDIO POR USUARIO



Fuente: Datos Internos Mercado Libre - México

# Intensidad de búsquedas por minuto en Mercado Libre

BÚSQUEDAS POR MINUTO



## TENDENCIAS DEL E-COMMERCE

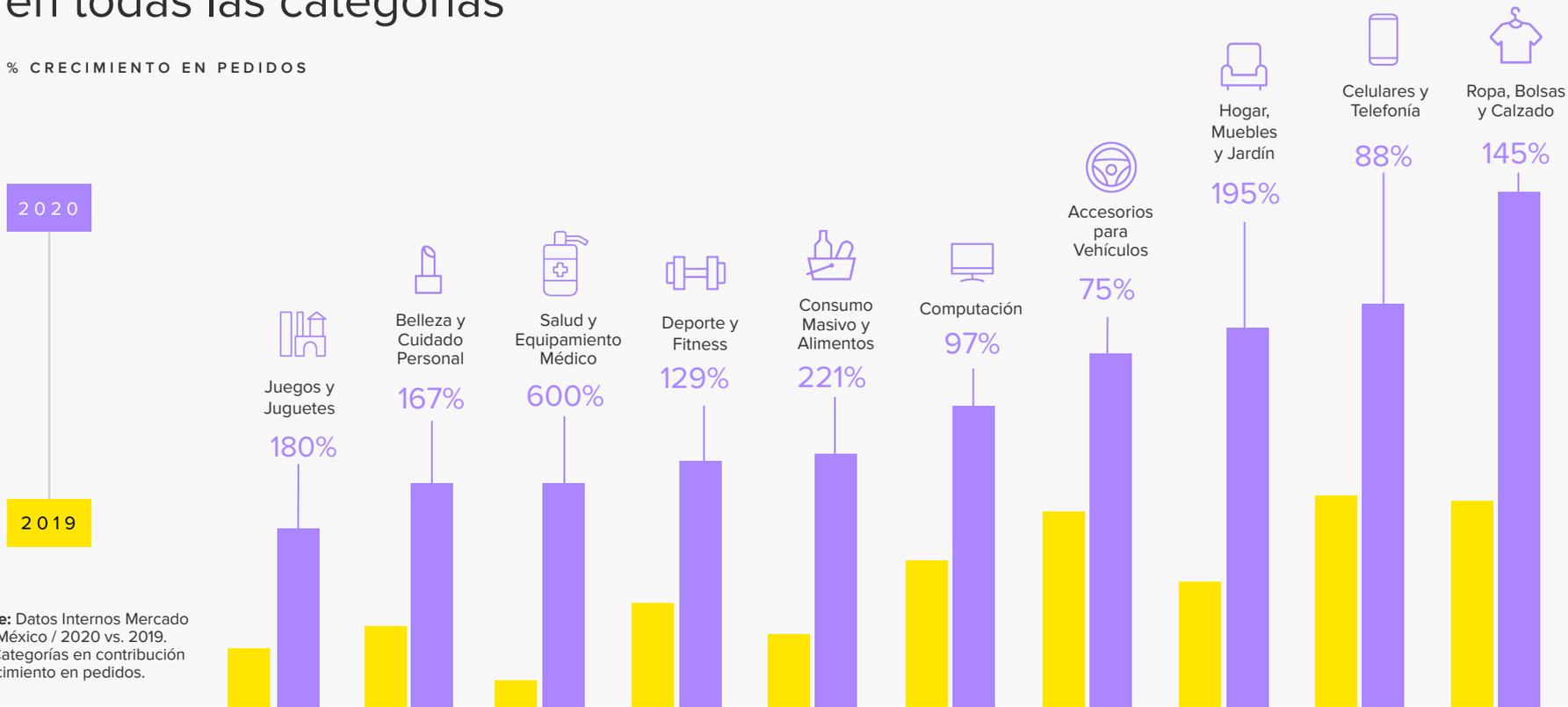
Aprendizajes de un año más digital

# 2. Cambios en los hábitos de compra online



# El canal e-commerce crece exponencialmente en todas las categorías

% CRECIMIENTO EN PEDIDOS



Fuente: Datos Internos Mercado Libre México / 2020 vs. 2019. TOP Categorías en contribución al crecimiento en pedidos.

# Nuevos Compradores: diferentes motivos para comprar online

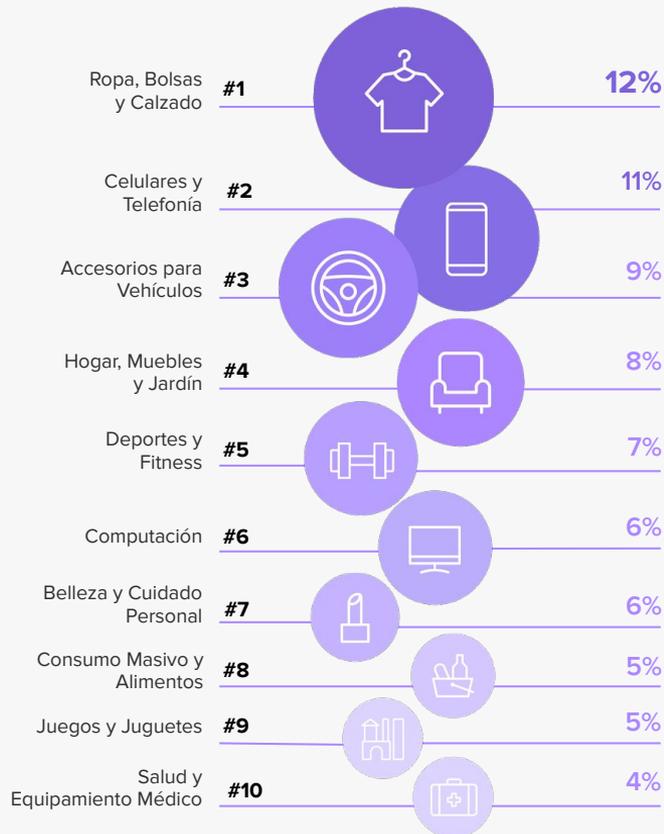
Más nuevos compradores

+60% vs. 2019

Fuente: Datos Internos Mercado Libre - México 2020  
Ranking de Categorías: % de Participación en la Primera Compra de los Nuevos Compradores.

Ranking de categorías  
% Participación - Nuevos compradores

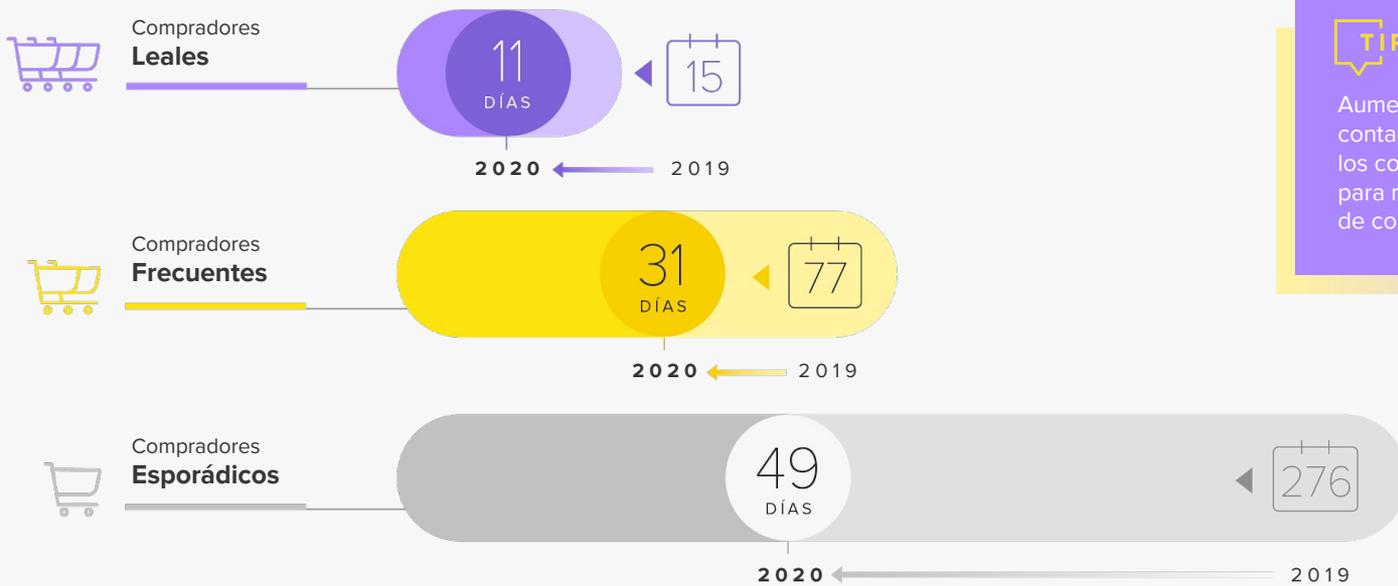
PRIMERA COMPRA



6/10  
nuevos  
compradores  
volvieron a  
comprar

# Todos los compradores intensifican su frecuencia de compra online

CICLOS DE COMPRA MENORES COMPRUEBAN LA ADOPCIÓN DEL E-COMMERCE



## TIP PRO

Aumentar los puntos de contacto y comunicación con los consumidores es esencial para mejorar las posibilidades de conversión

# Mayor predisposición para probar nuevas categorías

PROMEDIO DE CATEGORÍAS COMPRADAS POR USUARIO

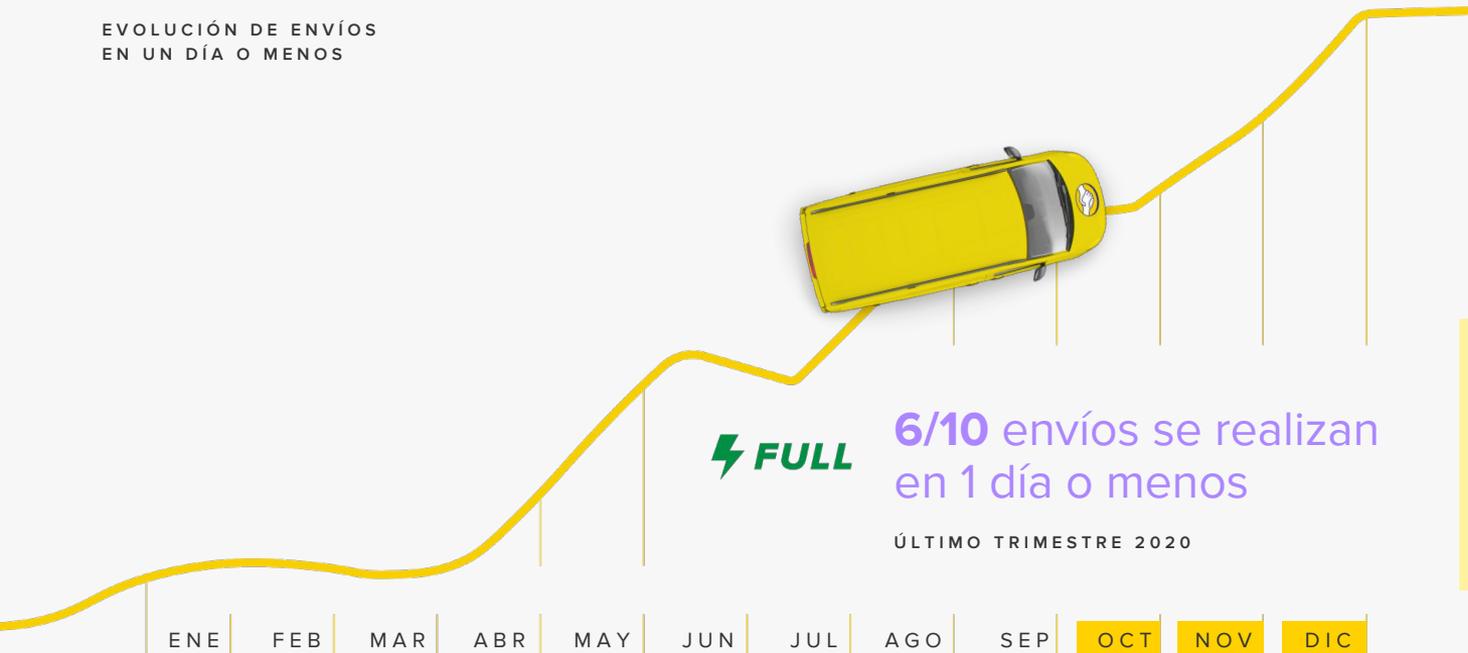


En promedio, agregaron **2 categorías más** en su canasto



# Las entregas más rápidas ya son una prioridad

EVOLUCIÓN DE ENVÍOS EN UN DÍA O MENOS



## TIP PRO

La experiencia del consumidor es clave en un año de mayor adopción del canal e-commerce

Fuente: Datos Internos Mercado Libre - México / Entregas vía Mercado Envíos - Full - Envíos en el mismo día o hasta el día siguiente.

Full: modelo en que Mercado Libre es responsable por todo el proceso logístico del vendedor, desde la gestión de stock de productos hasta la post venta.

# Temporada de Compras 2020: otro récord de ventas

VENTAS EN FECHAS ESPECIALES SE DUPLICARON EN UN AÑO DE FUERTE ACELERACIÓN DIGITAL



Fuente: Datos Internos Mercado Libre - México  
Volumen de Pedidos - 2019 y 2020.

## TENDENCIAS DEL E-COMMERCE

Aprendizajes de un año más digital

### 3. ¿Qué eligieron los consumidores?



# Tendencias de consumo en e-commerce en 2020



Entretenimiento



Trabajo y Estudio en Casa



Búsqueda de Confort



Hogar Dulce Hogar



Bienestar



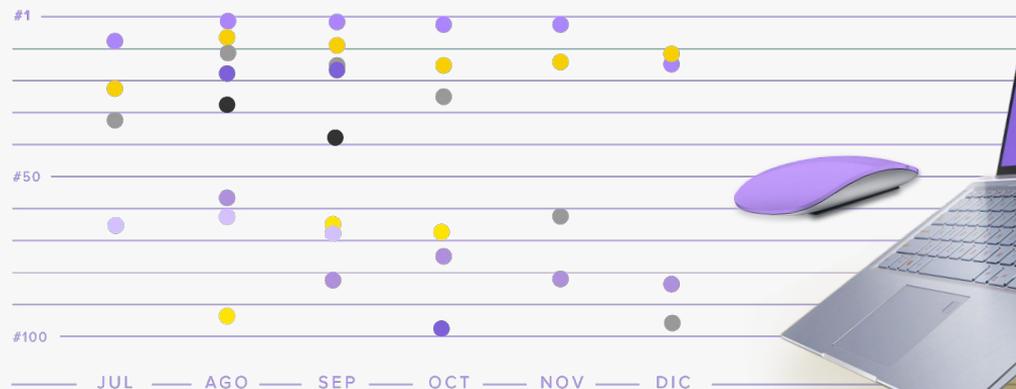
Compras de Supermercado



**Fuente:** Datos Internos Mercado Libre México | 2020 vs. 2019 - Tendencias basadas en TOP categorías de mayor contribución al crecimiento en pedidos de compra.

# Los consumidores buscaron adaptarse a nuevas formas de trabajar y estudiar en casa

TOP TÉRMINOS EN BÚSQUEDAS



#1

## Laptop

liderando el ranking de búsquedas

**Laptop**  
Computación

**Tablet**  
Computación

**Ipad**  
Computación

**Cámara Web**  
Computación

**Escritorio**  
Muebles y Deco

**Cámara Web**  
Cámara y Accesorios

**Plumones**  
Arte, Papelería y Mercería

**Mouse Inalámbrico**  
Computación



Laptop y Accesorios  
Crecimiento en órdenes:  
**+189%** (vs. 2019)

# Estudiar en casa impulsa los Artículos Escolares en el e-commerce

EVOLUCIÓN DE PEDIDOS



## Artículos Escolares

Destaca en crecimiento

↑ **+213%**  
en pedidos de compra (vs. 2019)

# Entretenimiento para todos los gustos, edades y momentos

TOP 3 | CATEGORÍAS EN CRECIMIENTO DE PEDIDOS  
JUEGOS Y JUGUETES (VS.2019)



Juegos y Juguetes crecen en pedidos en un año de mayor permanencia en el hogar y con la familia

+266%



MUÑECOS Y MUÑECAS

+74%



JUEGOS DE MESA Y CARTAS

+163%



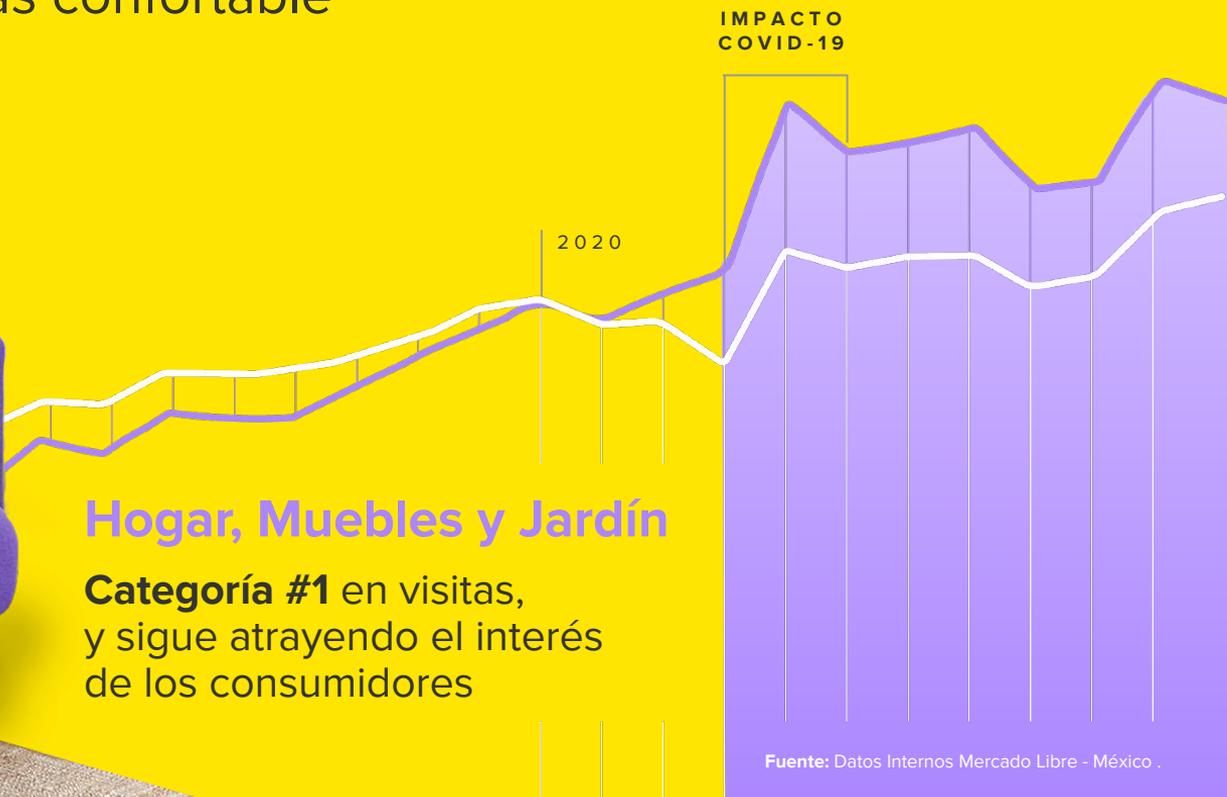
VEHÍCULOS DE JUGUETE



# Con más tiempo en casa, existe un fuerte deseo de crear un ambiente más confortable

## EVOLUCIÓN DE USUARIOS

- Hogar, Muebles y Jardín
- Promedio Top Categorías



## Hogar, Muebles y Jardín

**Categoría #1** en visitas, y sigue atrayendo el interés de los consumidores

# Las búsquedas indican intereses en decoración y “do it yourself”

## TOP BÚSQUEDAS | HOGAR, MUEBLES Y JARDÍN

#1

Luces Led



- #2 cortinas
- #3 mesa plegable
- #4 sofá cama
- #5 almohadas
- #6 jade cook
- #7 cuadros decorativos
- #8 zapatera

## TOP BÚSQUEDAS | HERRAMIENTAS

#1

Taladro Inalámbrico



- #2 taladro
- #3 taladro rotomartillo
- #4 hidrolavadoras
- #5 sierra circular
- #6 soldadora inversora
- #7 caja de herramientas
- #8 karcher

# Herramientas destacándose por cuenta de las reparaciones y pequeñas mejoras de la casa

EVOLUCIÓN EN PEDIDOS



## Herramientas

Crecimiento destacado en pedidos

↑ **+134%**  
(vs. 2019)

## Revestir, equipar y decorar: parte de la nueva rutina

TOP 3 | CATEGORÍAS EN CRECIMIENTO DE PEDIDOS  
HOGAR, MUEBLES Y JARDÍN (VS. 2019)

+184%



COCINA

+267%



TEXTILES Y DECORACIÓN DEL HOGAR

+191%



ILUMINACIÓN DEL HOGAR

## Búsqueda de mayor conveniencia en las compras de supermercado



Pico en visitas a **SuperMercado Libre** Dic'20



Fuente: Datos Internos Mercado Libre - México 2020  
Visitas a Super Mercado Libre.

3 ¿Qué eligieron los consumidores?

Búsqueda de Confort



Los consumidores eligieron un look más cómodo para estar en casa



+197%

Crecimiento en Moda



CATEGORÍA

Ropa de dormir e interior



5°

Mayor fuente de **nuevos compradores** para Moda



4°

Mayor categoría de Moda

# La búsqueda de cuidado y bienestar fue una prioridad

TOP 3 | CATEGORÍAS EN CRECIMIENTO DE PEDIDOS  
BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL (VS. 2019)



Todos los tipos de compradores  
aceleraron su frecuencia de compra

+157%



CUIDADO DE LA PIEL

+147%



MAQUILLAJE

+165%



CUIDADO DEL CABELLO

La categoría que más se destacó  
en la compra de Nuevos Compradores

# Deportes y Fitness acompañan la tendencia de bienestar

## Bicicleta de montaña

entre los **TOP términos** en todo el sitio

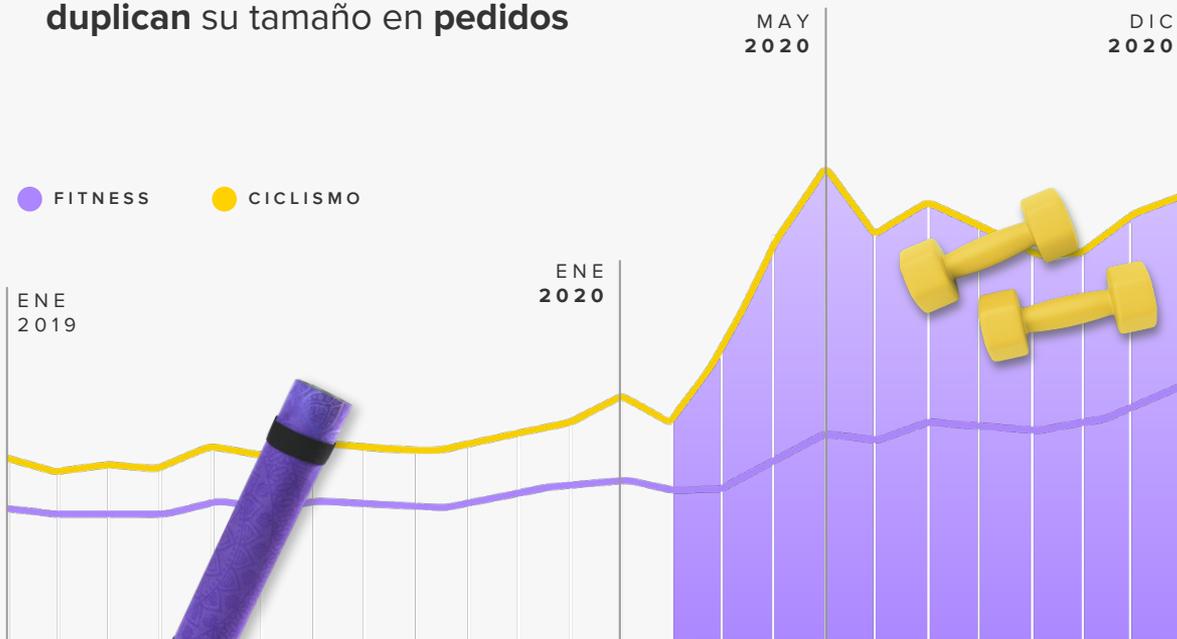


Fuente: Datos Internos Mercado Libre - México 2020 vs. 2019.

CATEGORÍA

## Deportes indoor/outdoor

duplican su tamaño en pedidos



## ¿Qué esperar en **2021**?

De cada **10** compradores digitales

**7** mantendrán o aumentarán sus compras online

El **E-commerce** seguirá siendo un **destino clave de compras**

Más compradores adoptaron el e-commerce



Más nuevos compradores (+60% vs. 2019)



6/10 nuevos compradores volvieron a comprar



7/10 afirmaron que mantendrán o aumentarán las compras online en 2021

Grandes cambios de hábitos en las compras



Más frecuencia de compra



Más categorías adquiridas



Entregas más rápidas

Todas las categorías crecieron de manera exponencial en el canal online



HOGAR DULCE HOGAR



ENTRETENIMIENTO



COMPRAS DE SUPERMERCADO



BÚSQUEDA DE CONFORT



TRABAJO Y ESTUDIO EN CASA



BIENESTAR

## AUTORES

---

### **Alma Villanueva**

Advertising Insights Manager México

### **Fernanda Nakazaki Gomes Corrêa**

Advertising Insights Manager Brasil

### **María Emilia Balestrino**

Advertising Insights Manager Argentina

### **Nicolás Alberto**

Advertising Insights & Analytics  
Sr. Manager

## VOCEROS

---

### **Juan Lavista**

Advertising Marketing & Insights Director

### **Fernando Rubio**

Advertising VP

### **David Geisen**

Country Head México

Para más información sobre **Mercado Ads**,  
contactar a:

### **Pablo Beltrán**

Advertising Sales Director - Hispanics

### **José Maceda**

Advertising Sr. Manager México

### **Daniel Bonilla**

Advertising Manager México

### **Luisa Castañeda**

Advertising Manager México

### **Alexandra Marie**

Advertising Agency Manager México

### **Marcela Salazar**

Advertising Manager México

---

**Declaración de privacidad de Mercado Libre:** en la realización de sus actividades, Mercado Libre trata los datos personales de los usuarios de acuerdo a la Declaración de Privacidad y con las opciones propias del usuario. Todos los datos aquí representados son agregados y no identifican a los titulares de datos personales.



**mercado  
libre**

Codo a Codo en las difíciles hasta que llegue lo mejor