**4 cambios clave en los consumidores a un año de la pandemia de acuerdo con Mercado Libre**

* *Tras la pandemia, 8 de cada 10 consumidores consideran a plataformas como Mercado Libre para sus futuras compras online.*
* *La compra de productos de consumo y alimentos por internet ha aumentado un 221% durante el último año gracias a la conveniencia y comodidad.*

La pandemia ha significado una etapa de grandes cambios tanto para empresas como consumidores: por un lado, el [87% de los negocios mexicanos](https://www.printproject.com.mx/wp-content/uploads/2020/11/indice-de-transformacion-Digital.pdf) han acelerado su proceso de transformación digital a fin de seguir ofreciendo sus productos y servicios; por otro lado, 3 de cada 10 personas han comprado online por primera vez gracias al confinamiento, y **5 de cada 10 mexicanos aumentaron sus compras digitales,** de acuerdo con un estudio de Mercado Ads, la plataforma publicitaria de Mercado Libre.

“La omnicanalidad y la flexibilidad apuntan a ser la clave para el crecimiento de muchos negocios, no solo en cuanto a los canales para llegar a nuevos clientes, sino en la forma de ofrecer sus productos o servicios, pues a raíz de la pandemia, hemos visto surgir nuevas necesidades en los hábitos de consumo de las personas, a los que sin duda tendremos que aprender a adaptarnos para generar mayor confianza”, señala **Alejandro Caballero, director del marketplace de Mercado Libre**.

A un año de la pandemia, es evidente que hay un antes y un después muy marcado gracias al crecimiento y aceleración del comercio electrónico. Los 4 cambios principales que han surgido en los hábitos de consumo de las personas son:

* **Un proceso 100% digital**

El cambio más radical ha sido el comportamiento del consumidor durante todo el ciclo de venta, en donde la búsqueda, el proceso de consideración y finalmente la compra del producto se han digitalizado por completo. De acuerdo con cifras del estudio, **hoy el 82% de los compradores utiliza los motores de búsqueda de la plataformas de ecommerce para descubrir todo tipo de productos**, y se estima que 22 millones de latinoamericanos han adoptado el canal online para sus compras habituales.

* **Más tiempo en marketplaces**

Ante este aumento de “compradores digitales”, se han tenido que optimizar los sitios para brindar oferta de calidad a los usuarios. Es por ello que durante el 2020, el tiempo promedio por usuario en plataformas de comercio electrónico pasó de los 19 a los 27 minutos por mes y, en esa misma línea, **los compradores esporádicos llegaron a reducir sus ciclos de compra por internet de 276 días a 46**.

Además, esto ha provocado que en fechas especiales como Navidad o Buen Fin, las ventas online se duplicaran hasta en un 125% en 2020, por lo que muy probablemente empecemos a ver al ecommerce como el destino principal para las altas temporadas de compras de este año.

* **Mayor disposición a nuevas categorías en el ecommerce**

Hasta antes de la pandemia, la categoría de celulares y telefonía era una de las más compradas a través del mercado online. Hoy en cambio, las personas acuden a este canal para adquirir una mayor variedad de productos, principalmente aquellos relacionados con la salud (+600%), hogar, muebles y jardín (+195%), cuidado personal (+167%) y moda (+ 145%), lo que ha hecho que en promedio, los usuarios agreguen 2 categorías más a sus compras habituales por internet. El marketplace estima que **6 de cada 10 nuevos compradores de estas categorías, han vuelto a adquirir alguna de ellas desde el último año**.

* **El ‘súper’ tenderá a ser totalmente online**

Frente a estas nuevas posibilidades del canal online, los consumidores han acudido al ecommerce para adquirir cada vez más productos de consumo masivo y alimentos, **cuyas compras por internet han aumentado un 221% durante el último año**. Entre los principales motivos del crecimiento de esta categoría, está que la velocidad se ha vuelto una prioridad y un factor decisivo al momento de comprar. Actualmente, 6 de cada 10 envíos se realizan el mismo día a cualquier parte del país.

Datos de la plataforma de ecommerce más grande de Latinoamérica, también muestran que **la sección de** [**Supermercado**](https://www.mercadolibre.com.mx/ofertas/supermercado#nav-header) **de Mercado Libre, alcanzó un máximo histórico de visitas de 18 millones durante diciembre del 2020**, y que 7 de cada 10 mexicanos planean comprar nuevamente en esta categoría de forma online.

Todo indica que los hábitos de consumo de las personas han cambiado para siempre, y ante esta nueva modalidad, los negocios no solo tendrán que aprender a adaptarse, sino proponer nuevas ideas que ayuden a los consumidores a encontrar lo que necesitan y adquirirlo en el menor tiempo posible. En este sentido, el ecommerce representa una vía ideal tanto para el crecimiento de los negocios, como para la satisfacción de sus clientes.

Dale clic para descargar el informe completo.

**Sobre Mercado Libre**

Fundada en 1999, Mercado Libre es la compañía de tecnología líder en comercio electrónico de América Latina. A través de sus plataformas Mercado Libre, Mercado Pago y Mercado Envios, ofrece soluciones para que individuos y empresas puedan comprar, vender, anunciar, enviar y pagar por bienes y servicios por internet.

Mercado Libre brinda servicio a millones de usuarios y crea un mercado online para la negociación de una amplia variedad de bienes y servicios de una forma fácil, segura y eficiente. El sitio está entre los 50 sitios con mayores visitas del mundo en términos de páginas vistas y es la plataforma de consumo masivo con mayor cantidad de visitantes únicos en los países más importantes en donde opera, según se desprende de métricas provistas por comScore Networks. La Compañía cotiza sus acciones en el Nasdaq (NASDAQ: MELI) desde su oferta pública inicial en el año 2007 y es una de los mejores lugares para trabajar en el mundo según ranking GPTW.