

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**



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

Comportamiento del consumidor

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

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

Productos con mayor crecimiento

TOP 25: Lo que más creció durante COVID-19



México

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

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.

¿Qué **estás haciendo**
debido a COVID-19?



Salgo de casa sólo
cuando es esencial

2. Panorama sector Automotriz a nivel mundial

Sector automotriz ha sido afectado a nivel global

Detalle a continuación

Situación en USA

- En Abril USA reporta una caída del 53% en la venta de autos nuevos, los estados más afectados son Nueva York las ventas cayeron un 77% y en Detroit un 85%
- Las marcas de 0km más afectadas son Chevrolet, Toyota, Nissan y Honda disminuyendo en más de 60.000 unidades cada uno.
- México reporta caída del 64%, Brasil del 73% y Colombia del 99%

- Vehículos 0km cayeron un 70% en Marzo
- En UK en Abril cayeron un 97%. El nivel más bajo en ventas desde la II Guerra mundial.
- En India no se vendió ni un solo auto.

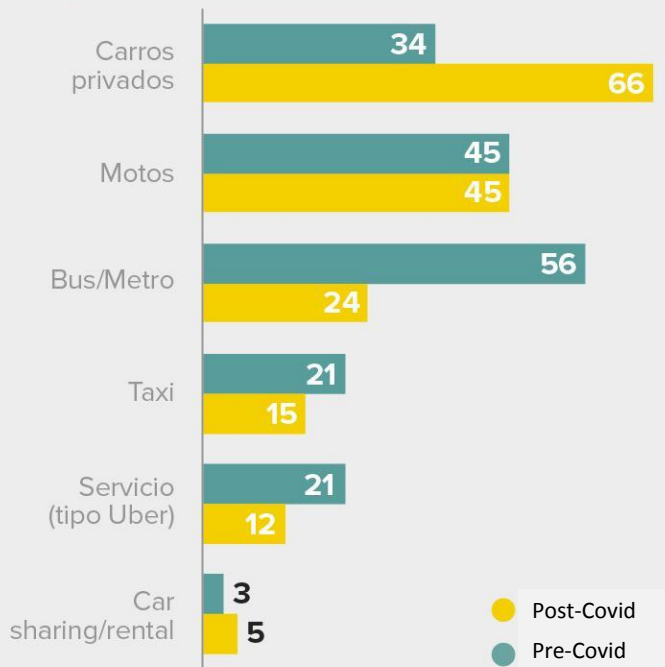
Situación en Europa

Situación en China

- 80% de ensamblaje, producción y fabricación de autopartes se encuentra en China
- Primer país en cerrar plantas y vitrinas
- 90% de los concesionarios abrieron después de la cuarentena y disminuyeron un 47% en visita física
- Las ventas cayeron un 18% en enero, 79% en febrero y 43% en marzo
- El gobierno de China anunció políticas de apoyo
- Producción de autopartes están trabajando sobre pedido

¿QUE MEDIO DE TRANSPORTE USA?

1620 respuestas



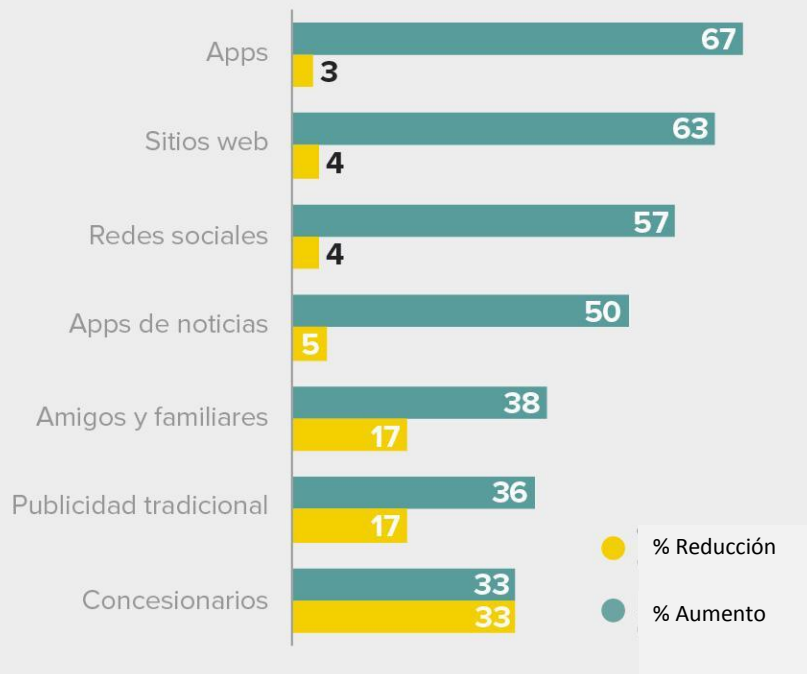
¿QUÉ RAZONES TIENE PARA BUSCAR COMPRA DE CARRO NUEVO?

601 respuestas de personas sin carro actualmente



ENCUESTA DE CANALES DE CONSULTA/COMPRA DE VEHÍCULOS

430 respuestas de personas con intención de compra de vehículo



VOLUNTAD DE SERVICIOS NO-PRESENCIALES

430 respuestas de personas con intención de compra de vehículo

66% de las personas consultadas buscan programas de compra online
79% busca servicios de test drive a domicilio y car delivery

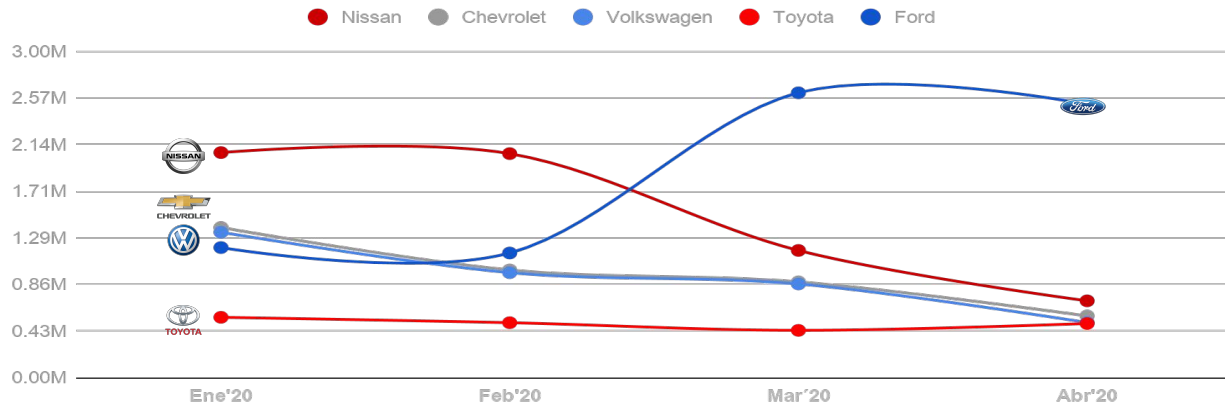
¿Qué buscan tener como servicios online para compra?



¿Qué buscan tener como servicios online de posventa?



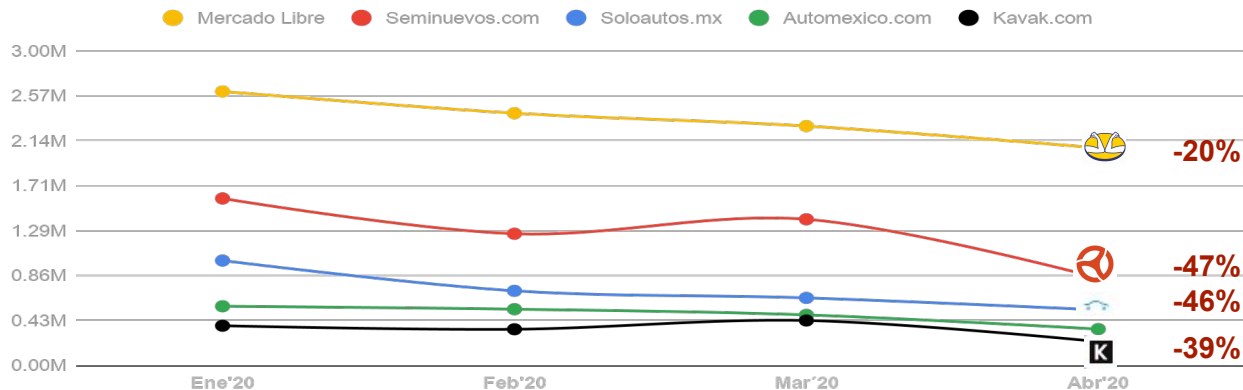
Fuente: Estudio Ipsos: Impact of Coronavirus to new car purchases in China (12/03/2020)



Engagement

Plataforma	📅 Visitantes mensuales	👤 Visitantes únicos	🕒 Duración de visita	📄 Páginas /visita	↩️ Tasa de rebote
Nissan	1.502M	977,736	00:01:55	2.42	62.25%
Chevrolet	955,963	600,557	00:03:24	2.95	51.36%
VW	918,914	610,884	00:02:28	4.05	55.74%
Toyota	499,714	338,533	00:03:11	3.48	49.92%
Ford	1.869M	997,417	00:01:13	1.55	82.50%

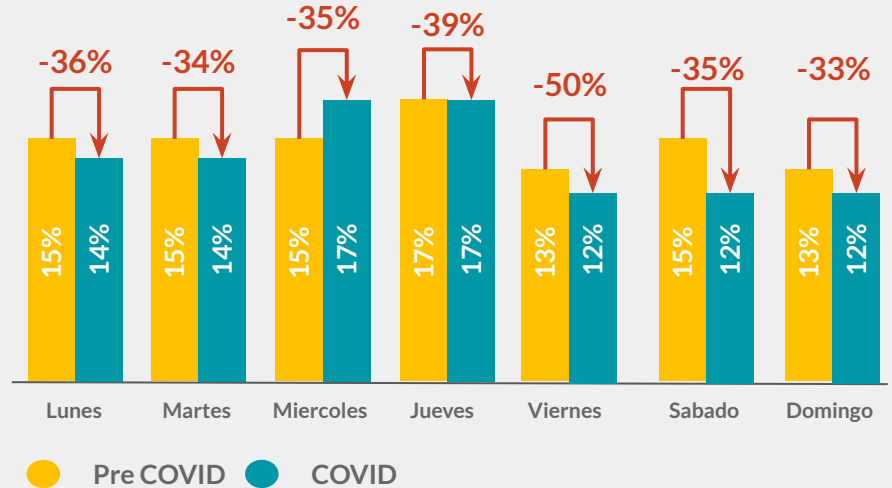
Tráfico y tendencias



Engagement

Plataforma	Visitantes mensuales	Visitantes únicos	Duración de visita	Páginas /visita	Tasa de rebote
Mercado Libre	4.830M	2.345M	00:05:33	4.66	39.92%
seminuevos.com	2.066M	1.270M	00:02:22	2.34	67.76%
soloautos.mx	1,452M	723,322	00:03:22	3.92	47.77%
automexico.com	653,477	484,331	00:01:50	2.35	66.60%
kavak.com	947,442	346,923	00:09:29	10.84	36.47%

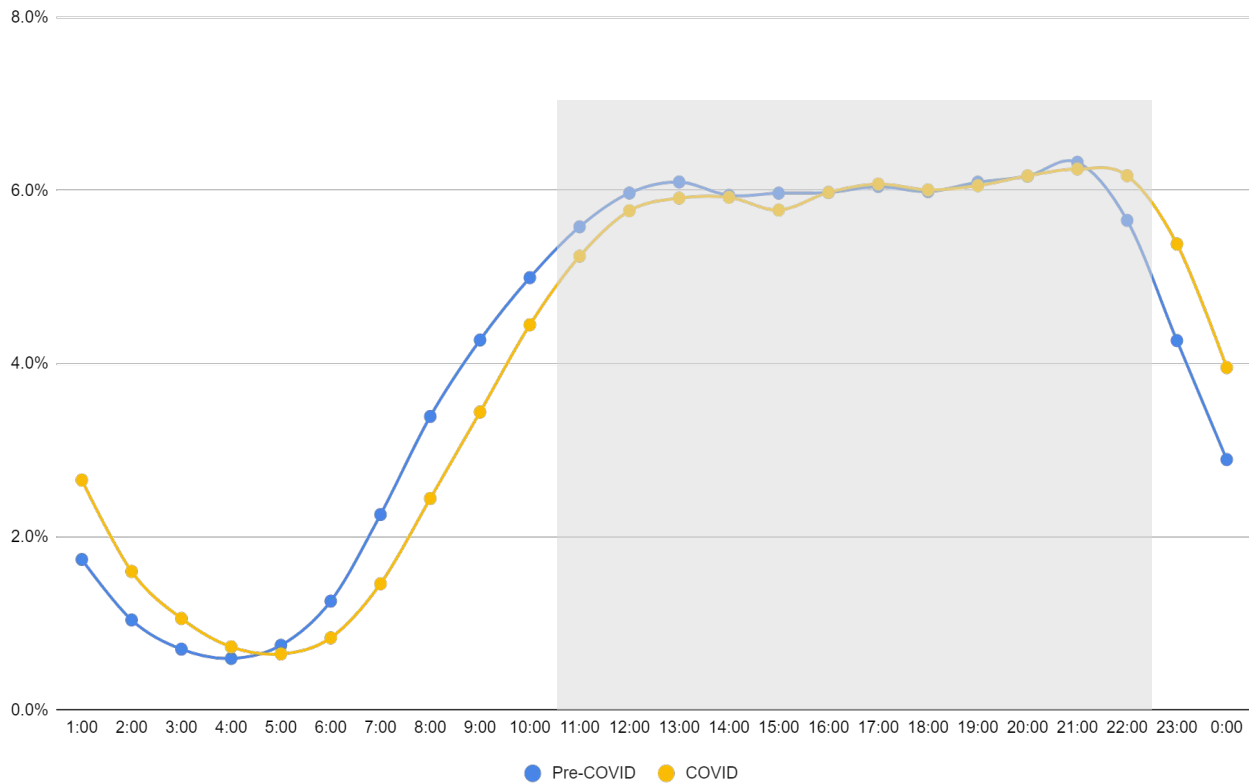
Tráfico y tendencias



Tráfico y tendencias

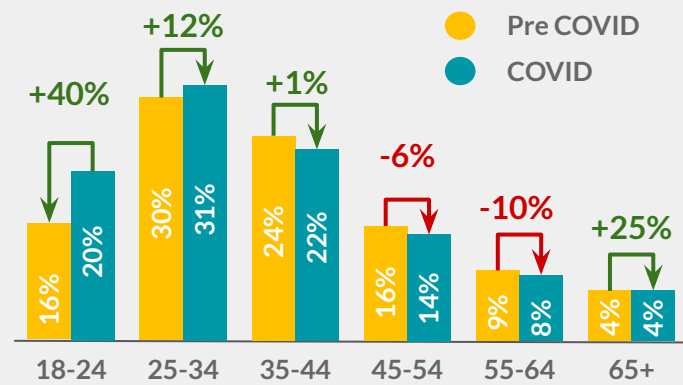


Source: Mercado Libre



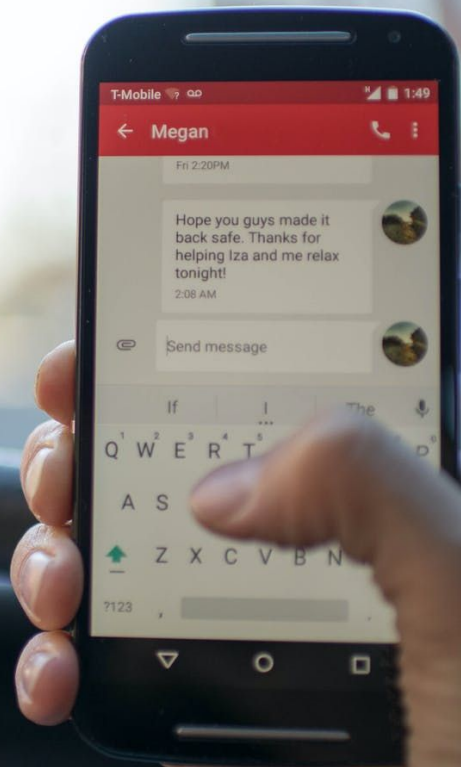
Source: Mercado Libre

Tráfico y tendencias

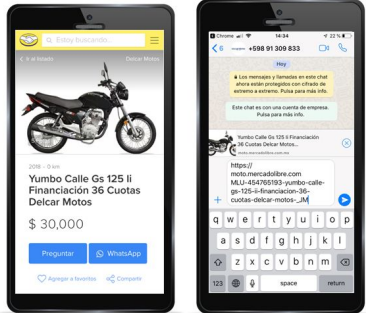
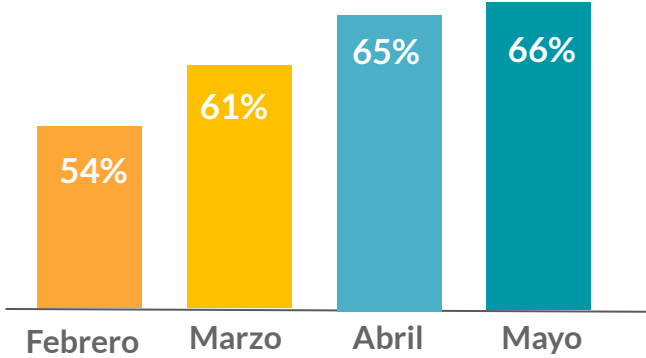


5 Minutos por visita promedio

34 Segundos de atención por publicación



Adopción whatsapp (Sellers)



52%
Contactos al mes son por WhatsApp

Nivel de atención



Tiempo promedio
de respuesta



27 hr → **21 hr**

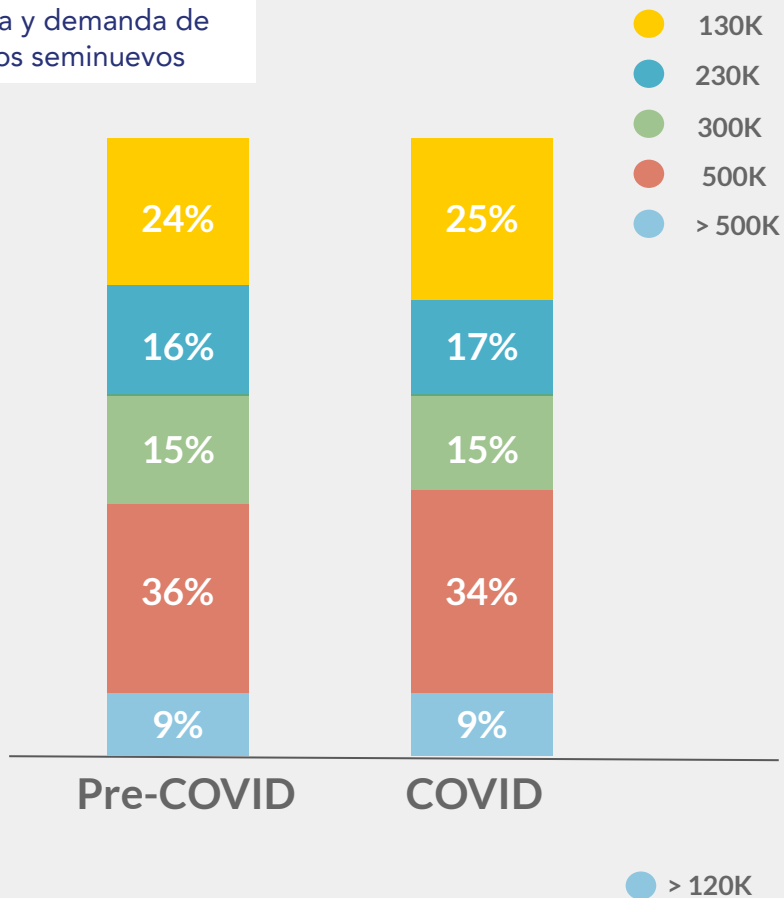
Durante la cuarentena



Solo 1%

Publicaciones con video
en la plataforma **You**Tube

Oferta y demanda de autos seminuevos



	Pre-COVID	COVID	
1	Golf	Golf	=
2	Vento	Vento	=
3	Gol	Gol	=
4	Corolla	Ranger	↑
5	Ranger	Corolla	↓
6	Bora	Bora	=
7	Clio	Hilux	↑
8	Hilux	Amarok	↑
9	Amarok	Clio	↓
10	F-100	F-100	=

REACCIÓN EN MAYO ANTE COVID-19 AUTOS NUEVOS

+

AGRESIVIDAD
DE LA OFERTA
COMERCIAL

—



—

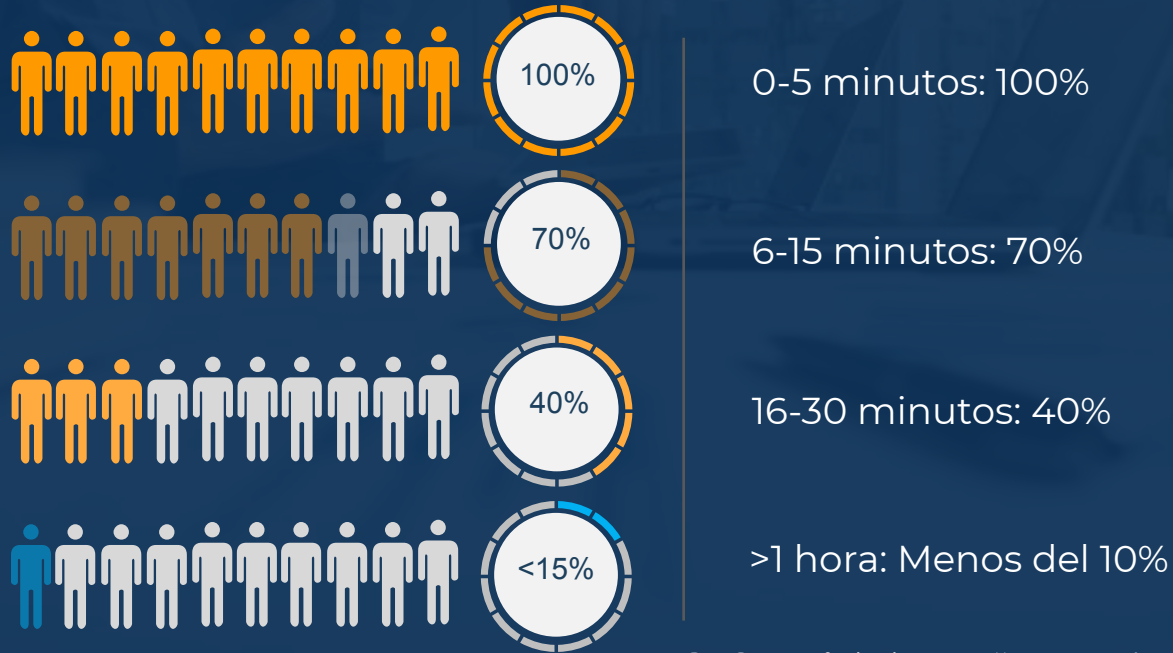
DESPLIEGUE DE CANALES
DIGITALES Y ATENCIÓN EN LO
REMOTO ANTE COVID-19

+

Fuente: Valoración basada en la oferta comercial publicada en el sitio web de las marcas automotrices durante la primera semana de mayo 2020, así como el despliegue de canales digitales para la atención a prospectos durante la etapa de confinamiento en México.

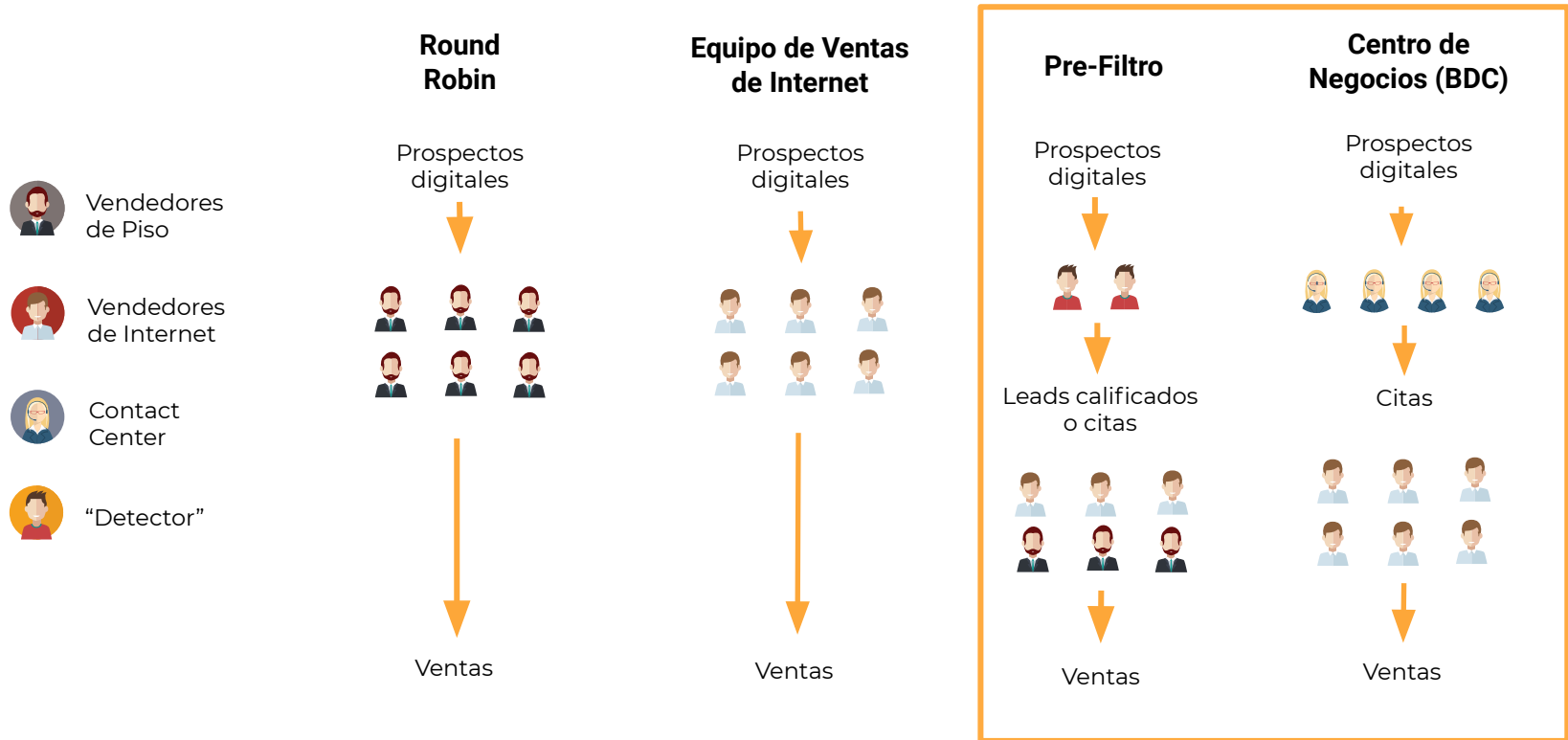
INMEDIATEZ: CONTACTO vs TIEMPO DE RESPUESTA

Probabilidad relativa de contacto



Best Practice for lead response Management, James B. Oldroyd HBR 2008

ESTRUCTURA DE VENTAS POR INTERNET



NUEVOS ESCENARIOS



1.- Clientes que mantendrán rutinas y procesos como antes de la pandemia **CON UN MÍNIMO DE SEGURIDAD.**



2.- Clientes que querrán realizar todo el proceso **ONLINE**, sin acudir a la concesionaria.



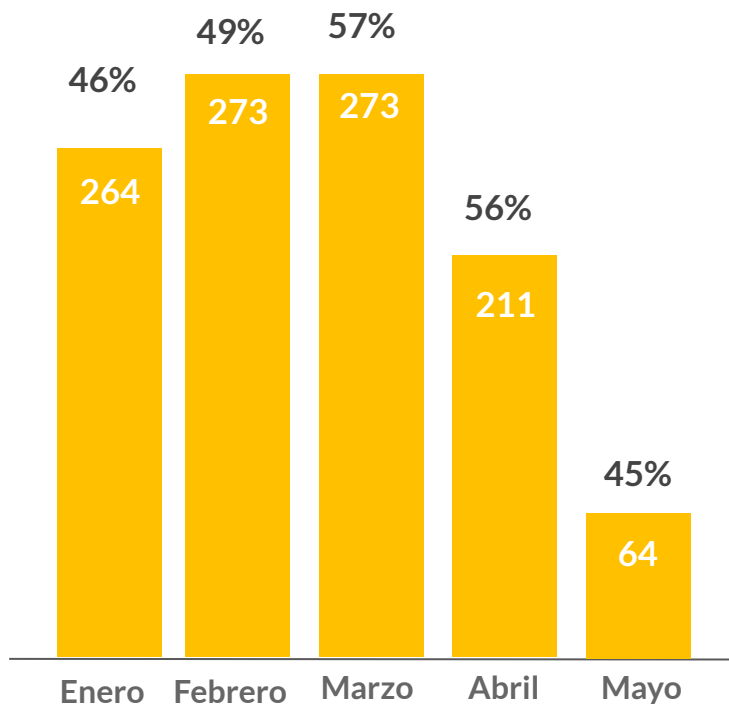
3.- Clientes que desearán realizar la mayor parte del proceso **ONLINE** pero que **NO** renunciarán a **VER Y TOCAR** el vehículo.

8,248

Apartados en los últimos 12 meses

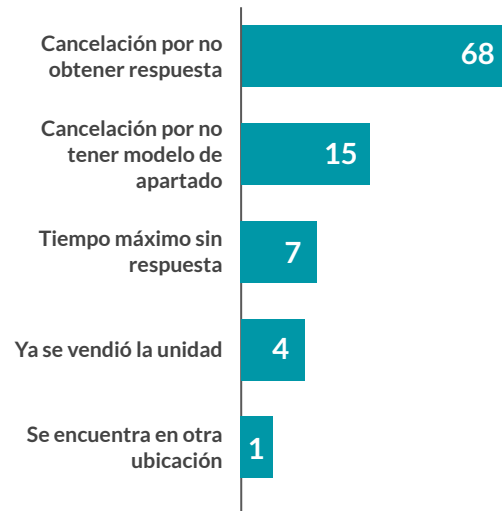


4,176 entregas realizadas



4.5 días

Tiempo promedio para el cierre de la venta



8,248

Apartados en los últimos 12 meses



Top 20 modelos más apartados

1		Jetta	11		CRV
2		Aveo	12		Fiesta
3		Vento	13		Spark
4		Mazda 3	14		Sonic
5		Versa	15		Figo
6		Sentra	16		Focus
7		Mazda CX 3	17		A3
8		Grand Cherokee	18		Serie 3
9		Ibiza	19		Xtrail
10		Journey	20		March

Posicionamiento



Tipo de exposición

Oro Premium, Oro & Plata

Apartado Online

Necesitas tener 5 ventas concretadas para encender el semáforo de reputación



Tienda Oficial

Micrositio dentro de Mercado Libre que sirve para generar posicionamiento de marca

14 Fotografías

La plataforma te permite subir hasta 14 fotos + 1 video

Fotografías originales y limpias

No se permiten sellos de agua, incorporación de textos o logos como anexos a la imagen

Whatsapp

Cada publicación te permite agregar un número celular



Título de la publicación

Marca, modelo & año (No agregar nada adicional)

Descripción de la publicación

La descripción es libre, no se permiten datos de contacto o URL.



Tiempo de respuesta

Mercado Libre contempla el tiempo que tardamos en responder preguntas

Video

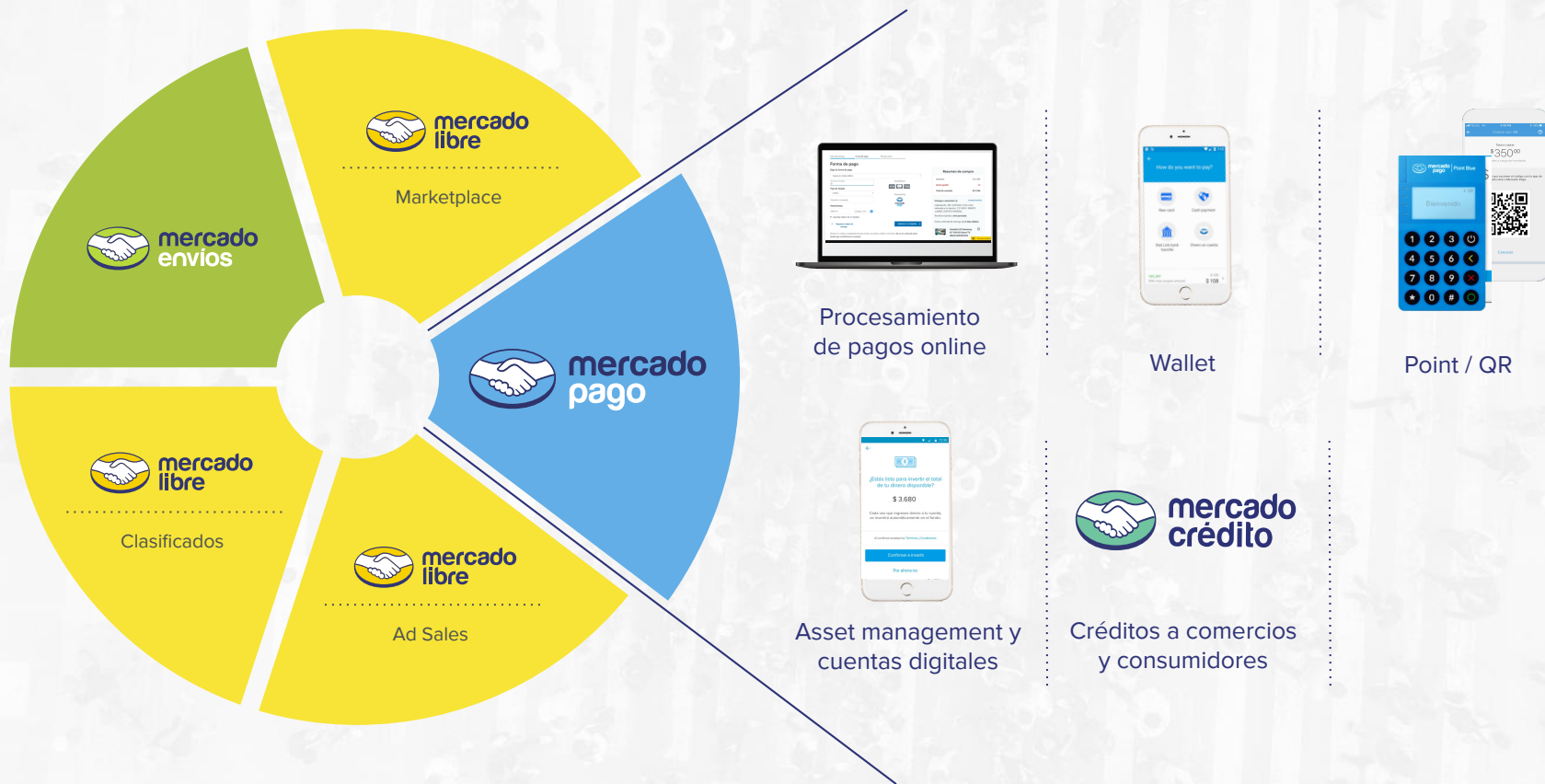
Mercado Libre te permite subir un video desde la URL de Youtube

3. Mercado Pago en el sector Automotriz



mercado
pago

En Mercado Pago ofrecemos la solución fintech más completa gracias a **NUESTRO ECOSISTEMA**





BUSCAMOS **DEMOCRATIZAR** LOS PAGOS EN LATINOAMÉRICA

Somos la compañía de tecnología #1 en desarrollar soluciones fintech y de comercio electrónico.

+15 años

Antigüedad

Regional

7 Países

Nasdaq

Compañía pública

+300M

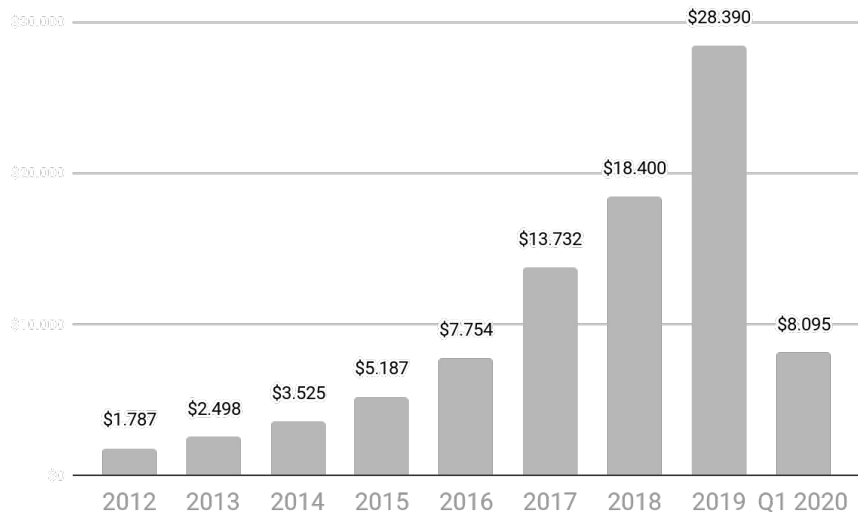
Usuarios Reg.



Creciendo de manera **explosiva** en el proceso



Interanual
54,3%

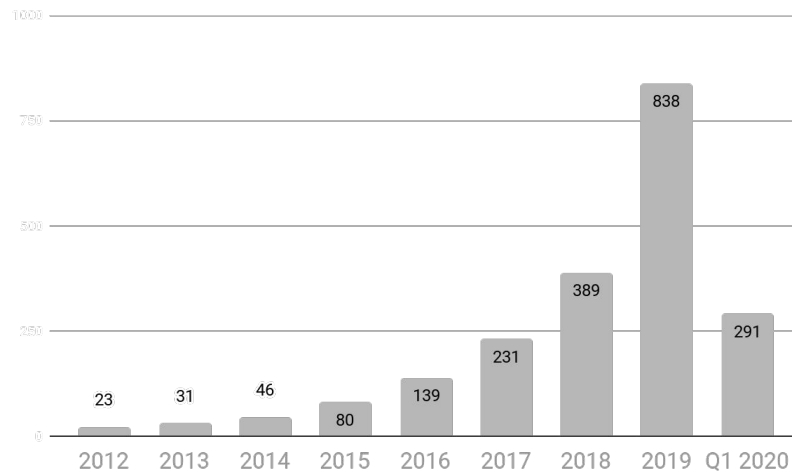


Volumen de dinero procesado (en millones de dólares)

US\$ 28.390 M

2019 | Volumen total de pagos procesados

Interanual
115,4%



Cantidad de transacciones (en millones)

838 M

2019 | Transacciones totales



¿Qué les podemos ofrecer para sus ventas en línea?



1

Funcionalidad en el producto

adaptándonos a cualquier tecnología y modelo de negocio

3 tipos de checkout: Estándar, Tokenizador y personalizado (dependiendo de **la necesidad de customización y otras funcionalidades**)

2

Gama amplia de métodos de pagos

Aceptamos **pagos con tarjeta** de crédito y débito (Visa, Mastercard y Amex) y **métodos efectivo**

3

Seguridad en los pagos y prevención de fraudes

Sistema anti fraude in-house y revisión manual. Multiadquirencia bancaria para mejorar aprobación. **Certificación PCI**

4

Inversión de Marketing para generar demanda incremental

Apoyamos a los **eventos promocionales** del comercio y/o Mercado Libre, **apalancando la base usuarios de MeLi**

Tres tipos de **Checkout** y opción de link de pago



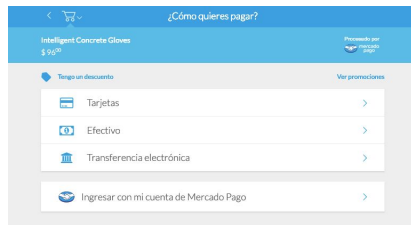
Link de pago

- No requiere integración
- Permite cobrar a través de mail, redes sociales o Whatsapp
- Configuración sencilla: logo, precio, foto o descripción
- No requiere login
- Todos los métodos de pago



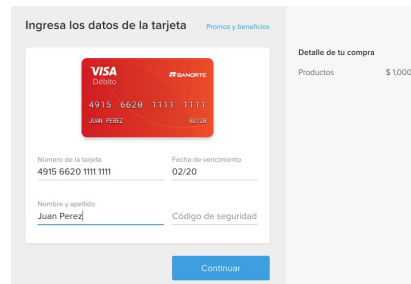
CHO Básico

- Solución Plug and Play
- MP controla la experiencia de pago de principio a fin
- 100% métodos de pagos
- No requiere login
- No soporta recurrencias



CHO Tokenizador

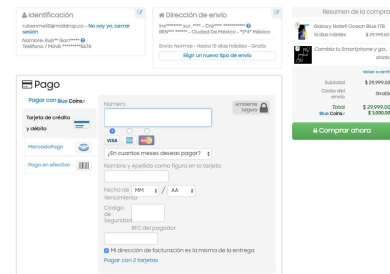
- Solución ligeramente personalizable, fácil de integrar
- 100% PCI = Tokenización
- Sólo tarjetas de crédito y débito
- Recurrencias y pagos sin CVV



CHO Transparente

- Solución 100% personalizable (Experiencia Starbucks)
- MP administra información confidencial (PCI)
- 100% métodos de pagos
- Recurrencias y pagos sin CVV

Finalizar la compra



Código QR



Códigos QR revolucionando el mercado de pagos

Instalados en países como China e India y reemplazando el uso de efectivo



Fuentes:

<https://asia.nikkei.com/Politics/China-caps-store-mobile-payments-at-80>

<https://twitter.com/pdchina/status/946133604220002309>

<https://technode.com/2018/09/10/qr-code-payment-overseas-china/>

<http://chinaplus.cri.cn/news/china/9/20181221/226187.html>



Ilo Vetrano

Head MKT Place Vehículos

iliana.vetrano@mercadolibre.com.mx

www.mercadolibre.com.mx



Jorge Dávila

Gerente Mlt Place Vehículos

jorge.davila@mercadolibre.com.mx

www.mercadolibre.com.mx



Armando Palma

Gerente Mkt Place Vehículos

armando.palma@mercadolibre.com.mx

www.mercadolibre.com.mx



Jorge Alva

Gerente Desarrollo Mercado Pago

jorge.alva@mercadolibre.com.mx

www.mercadolibre.com.mx



**mercado
libre**

Codo a Codo en las difíciles hasta que llegue lo mejor