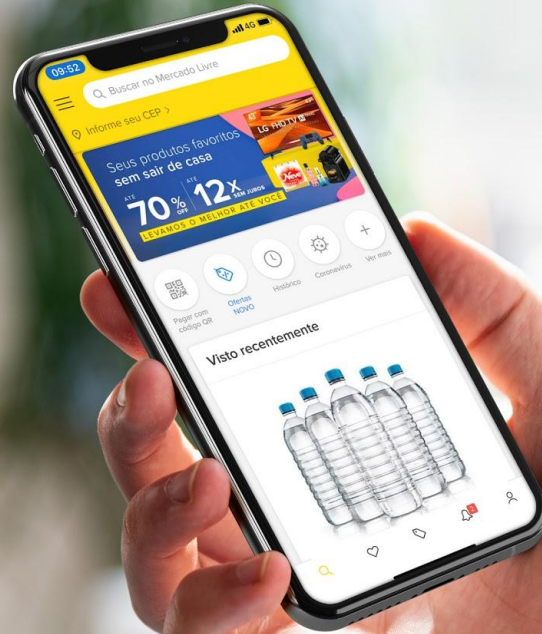


E-commerce: evolução nos hábitos do consumidor

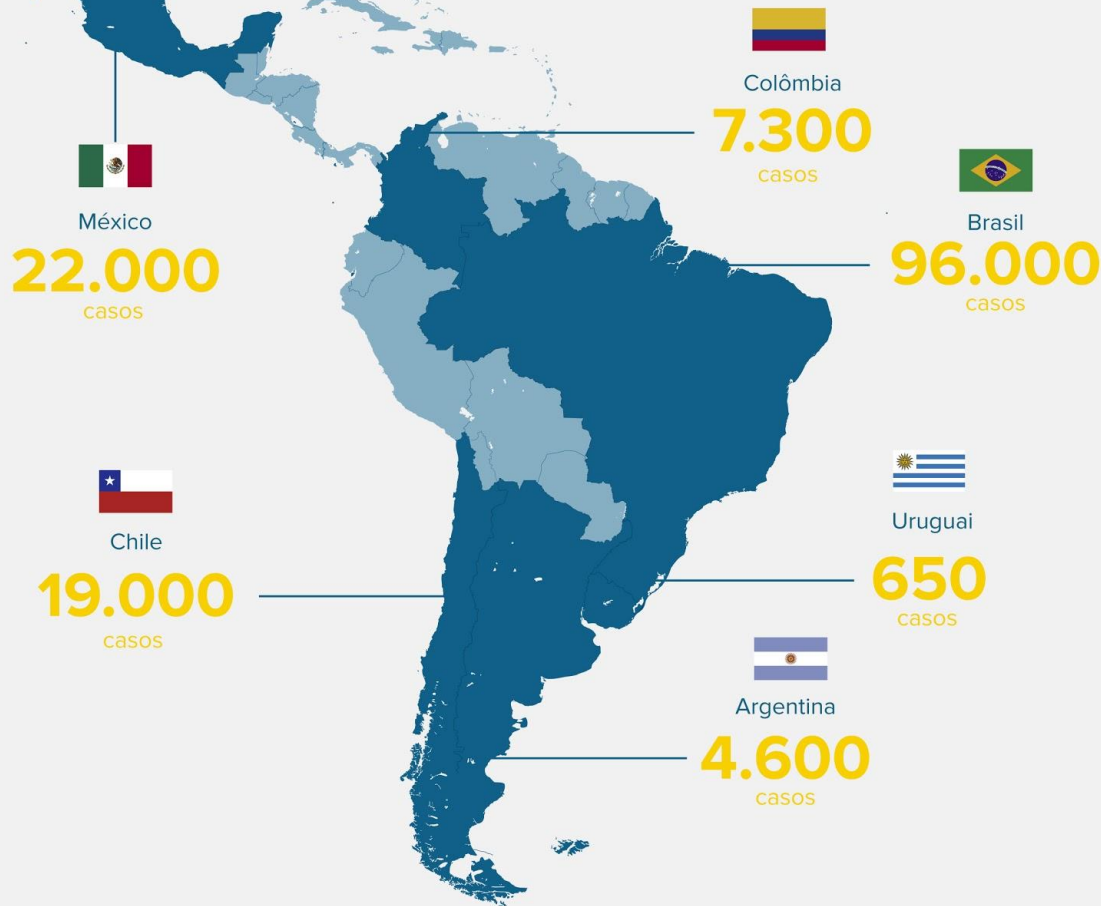
Em tempos de COVID-19

Até 3 de maio



Relatório baseado no comportamento real do consumidor do Mercado Livre.
A privacidade dos dados está protegida e as informações são estatísticas e agregadas.

A expansão
da COVID-19 na
América Latina:
mais de **149 mil**
casos em **70 dias**





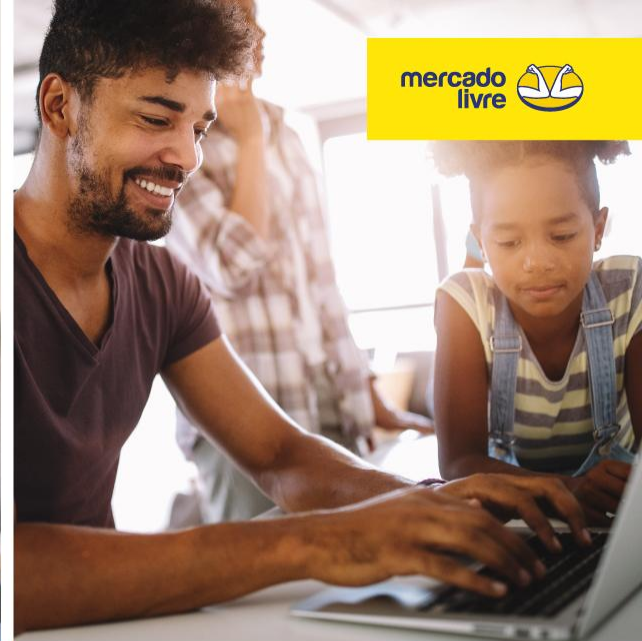
01.

O atual **comportamento on-line**



02.

O **desenvolvimento do e-commerce**



03.

O **consumo on-line** se intensifica

01.

O atual
comportamento
on-line



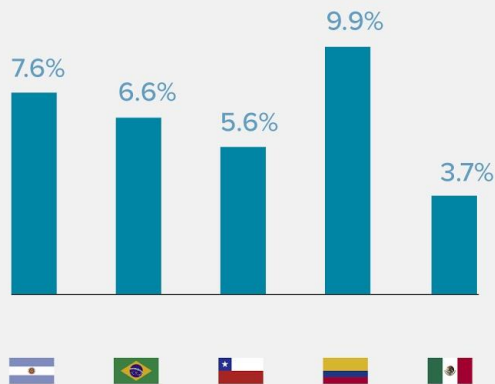
As compras on-line aceleraram na região

O que **você está fazendo**
por causa da COVID-19?

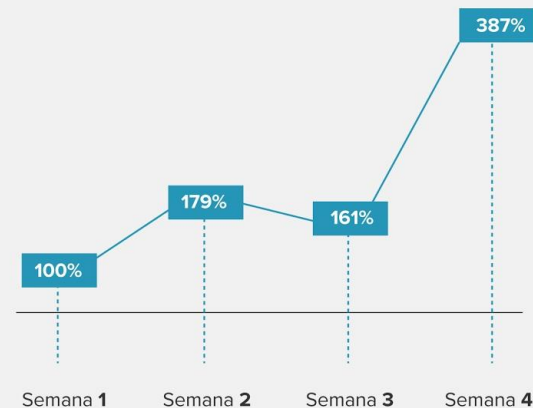


Saio de casa só quando
é essencial

Penetração Anual 2019
(E-commerce*)



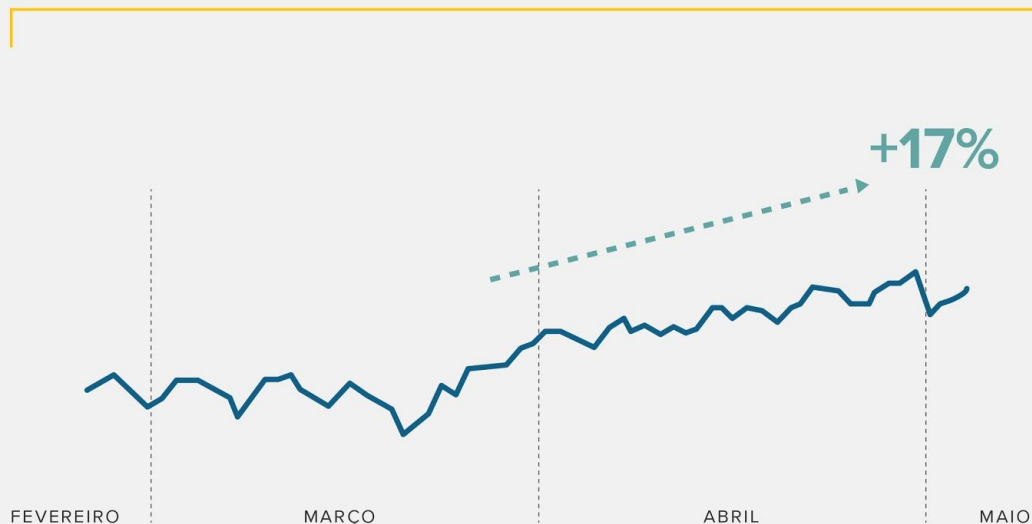
Aumento da Penetração
na América Latina (E-commerce*)



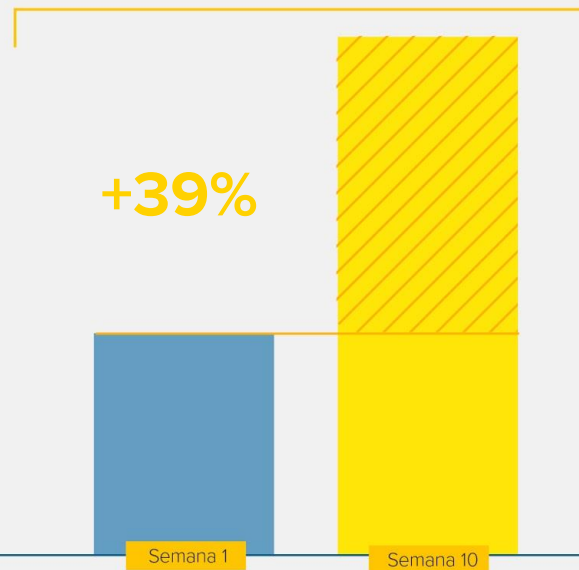
01.
O atual comportamento on-line

Aumentaram o **tempo de navegação** e a quantidade de **buscas por usuário** no Mercado Livre

TEMPO MÉDIO DE SESSÃO



NÚMERO DE BUSCAS POR USUÁRIO



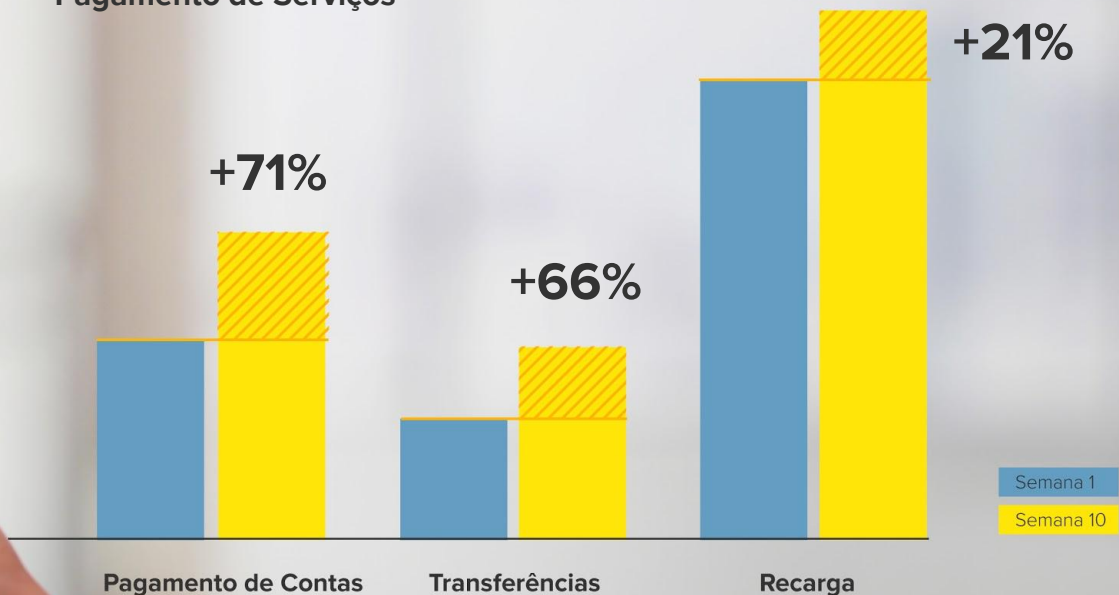
Número de usuários que navegam desde dispositivos móveis
Fonte: Dados internos Mercado Livre - 24/02 a 03/05/2020,
Semana 1 (24/02 a 01/03/2020) e Semana 10: 27/04 a 03/05/2020

01.

O atual comportamento on-line

Mais usuários adotaram os **serviços financeiros on-line** para sua conveniência e comodidade

Pagamento de Serviços



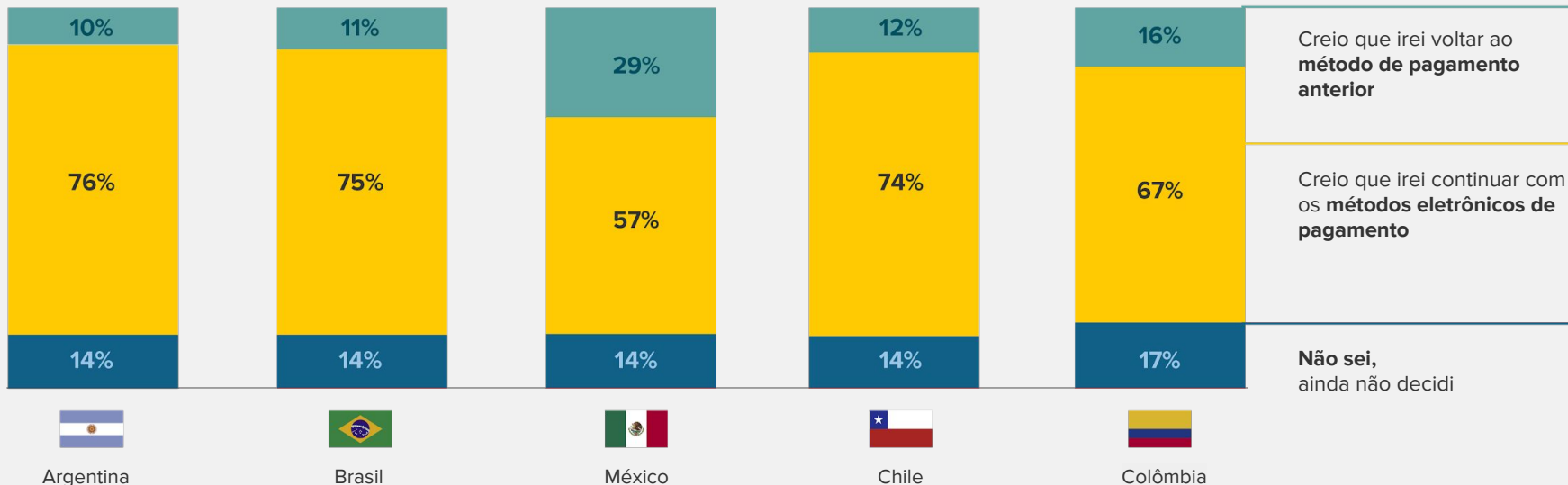
Usuários Ativos Diários. Semana 1: (de 24/02 a 01/03/2020)

Fonte: Dados internos Mercado Pago - Semana 1: 24/02 a 01/03/2020 e
Semana 10: 27/04 a 03/05/2020

01.

O atual comportamento on-line

7 em cada 10 declararam que irão continuar utilizando **métodos eletrônicos de pagamento**



Você acha que irá optar pelos métodos de pagamento eletrônicos - cartões de crédito, débito, aplicativos, em vez de voltar ao uso de dinheiro, até mesmo quando a emergência terminar?

Fonte: Kantar COVID-19 Barômetro Onda 2 (01/04 al 14/04)

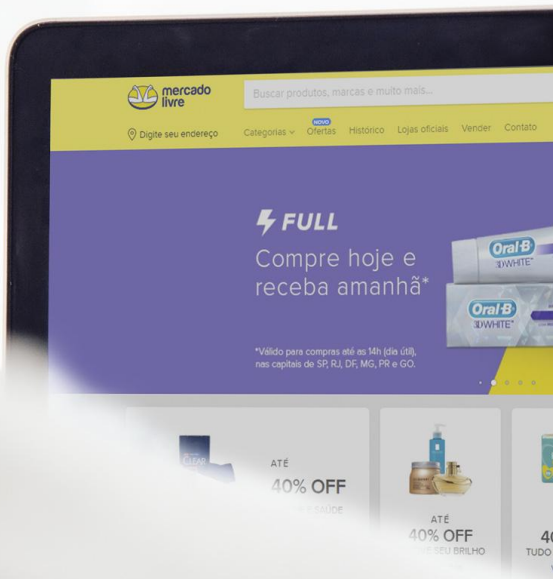
02.

O desenvolvimento do e-commerce



02.

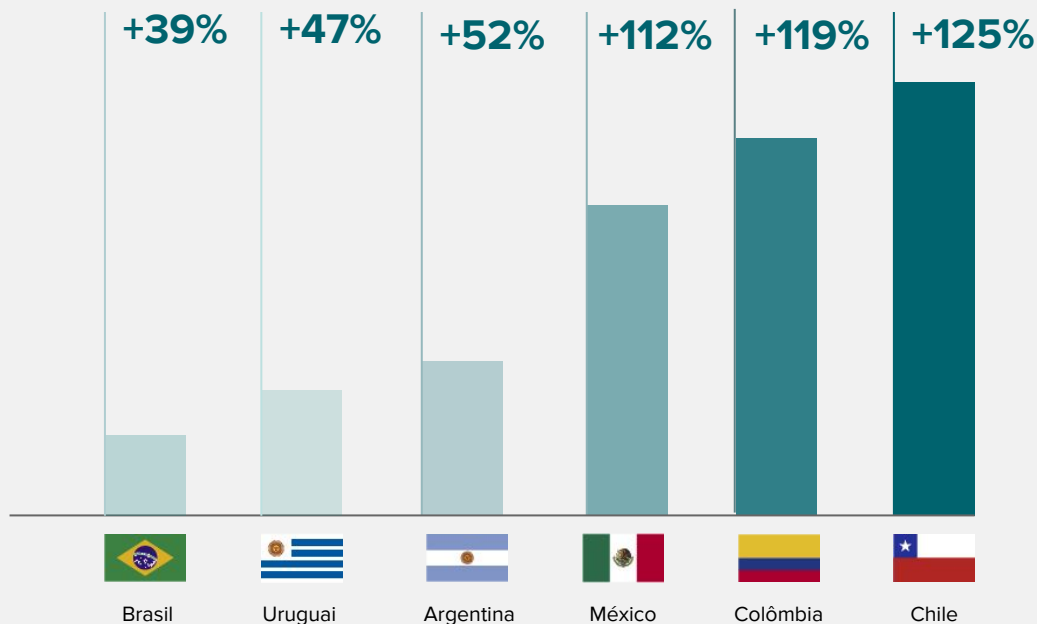
O desenvolvimento do e-commerce



Fonte: Dados internos Mercado Livre
Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019

Os pedidos cresceram no Mercado Livre

% Crescimento em Pedidos

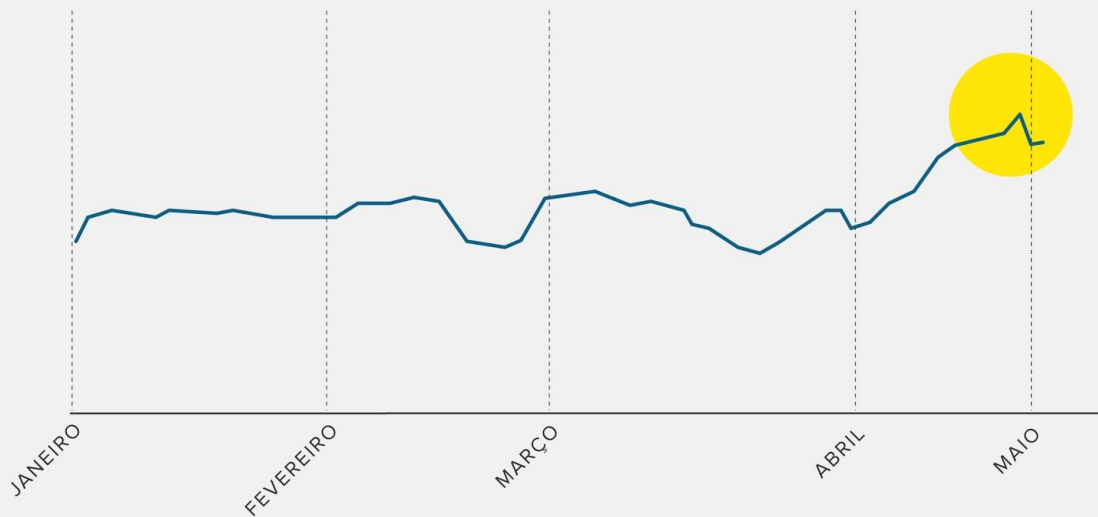


02.

O desenvolvimento do e-commerce

Novo recorde registrado por Mercado Envios com **1.4 MM** entregas em um único dia

Entregas Diárias



Fonte: Dados internos Mercado Livre - 09//01 a 04/05/2020



55%

dos produtos vendidos foram entregues em, no máximo, 48 horas após a compra



02.

O desenvolvimento do e-commerce

O número de **novos compradores no Mercado Livre** seguiu crescendo

5 MM

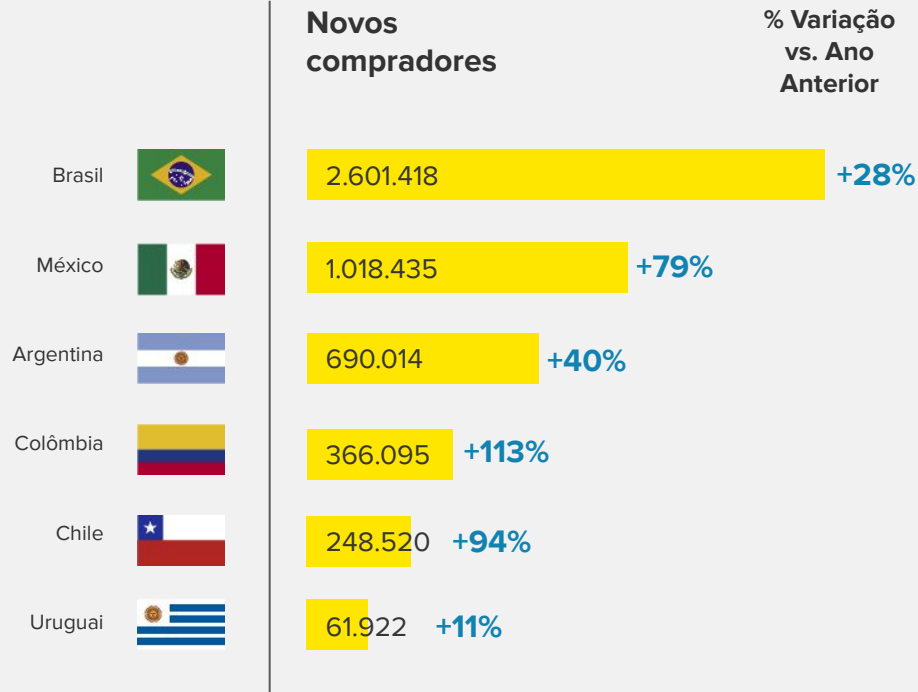
Novos Compradores

Houve um aumento de

45%

durante este período
vs. mesmo período do
ano anterior

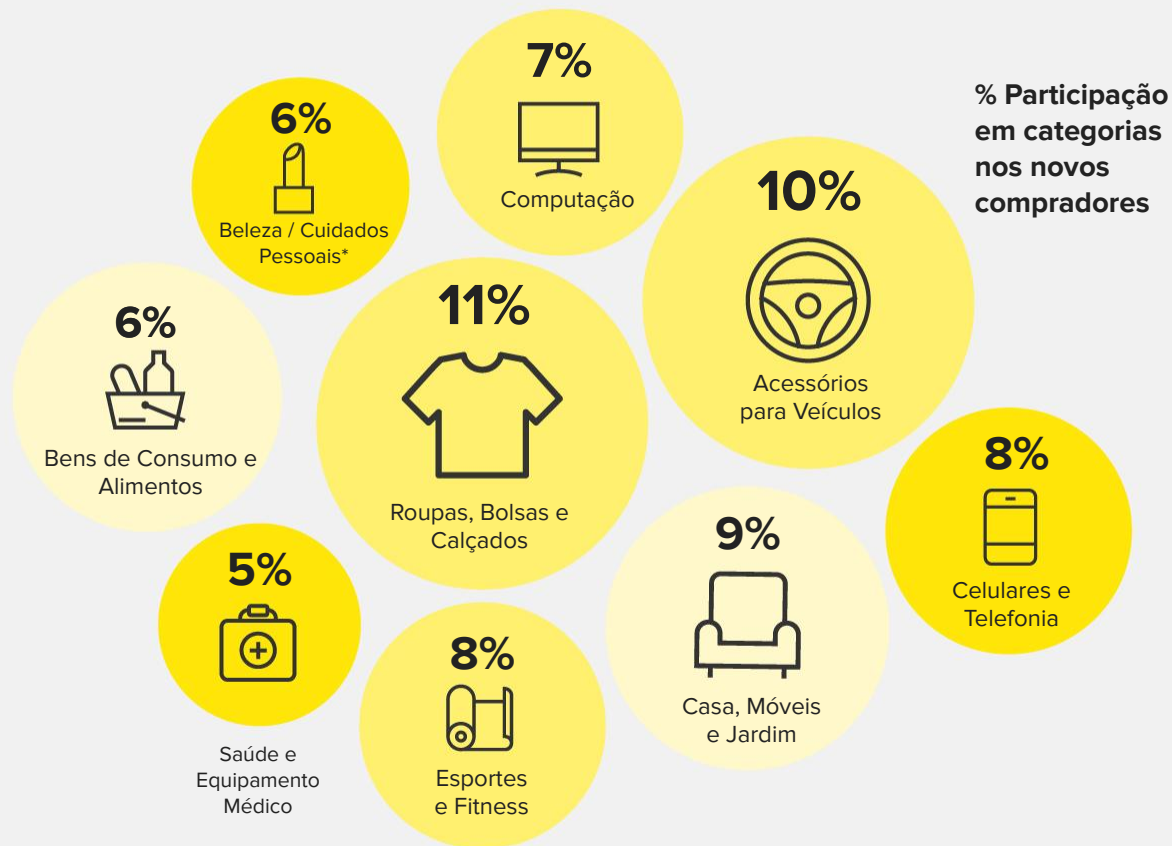
Fonte: Dados internos Mercado Livre
Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019



02.

O desenvolvimento do e-commerce

**Novos
compradores**
ingressaram por
todas as categorias

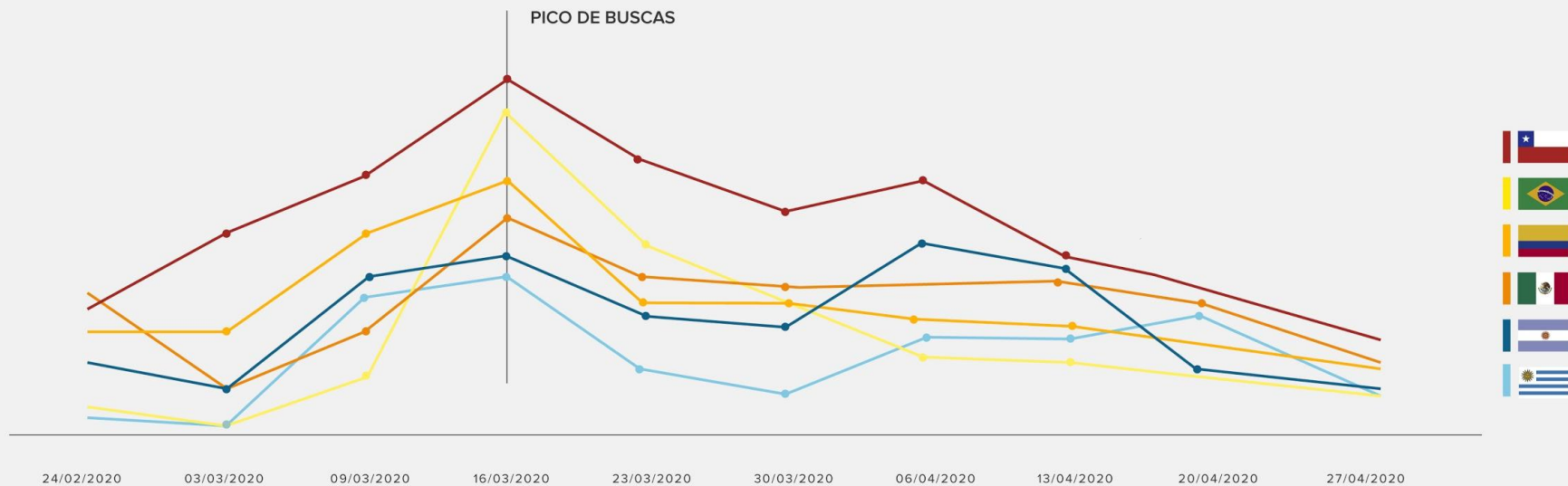


02.

O desenvolvimento do e-commerce

Os usuários começaram a procurar por outras categorias

Principais buscas -% de participação de produtos associados à Saúde



TOP 100 Termos Mais Buscados - Saúde: álcool em gel, máscaras, antibacterianos e termômetros

Fonte: Dados internos Mercado Livre

Semana 1- 1º caso de COVID-19 em LatAm (de 24/02 a 01/03/2020), Semana de maior pico (16/03 a 22/03/2020) e Última semana (27/04 a 03/05/2020)

02.

O desenvolvimento do e-commerce

TOP 10 termos | 🔍

buscados entre os países refletem o momento atual dos consumidores



- Máscaras descartáveis
- Máscara
- Luzes LED
- Máscaras n95
- Playstation4
- Notebook
- Termômetro infravermelho
- Nintendo switch
- Álcool em Gel
- Fones de ouvido bluetooth



- Notebook
- Carros
- Luzes LED
- PC Gamer
- Máscaras
- Smart TV
- Celulares
- Playstation4
- Fones de ouvido
- Calçados masculinos



- Máscaras
- Máscaras n95
- Cerveja
- Laptop
- Nintendo switch
- Piscinas
- Fones de ouvido bluetooth
- Xbox One
- Xiaomi
- Celulares



- Notebook
- Celular
- PC Gamer
- Playstation4
- Máscara descartável
- Máscaras n95
- Relógio Smartwatch
- Flash Ringlight
- TV box
- Oxímetro



- Máscaras
- Carros
- Notebook
- Aluguel em Montevideú
- BMW
- PC Gamer
- Luzes LED
- Laptop
- Celulares
- Toyota Hilux



- Máscaras n95
- Máscaras
- Termômetro infravermelho
- Computadores portáteis
- Halteres
- Playstation4
- Celulares
- Máquina para cabeloireiro
- Tablet
- Xbox 360



Fonte: Dados internos Mercado Livre
Últimas 2 semanas (de 20/04 a 03/05/2020)

Buscas de produtos associados a um novo estilo de vida

02.

O desenvolvimento do e-commerce

Mais tempo em casa impulsionou categorias relacionadas a este **novo estilo de vida**

% Crescimento em **Pedidos**



+300%

Saúde e
Equipamento médico



+164%

Bens de Consumo
e Alimentos



+84%

Casa, Móveis
e Jardim



+61%

Entretenimento
& Fitness



+55%

Computação

02.

O desenvolvimento do e-commerce

TOP 50: o que mais cresceu em LATAM durante a COVID-19

1	Máscaras faciais ou anti-polução	818%	11	Faixas elásticas	44%	21	Máquinas de cortar cabelos	30%	31	Fraldas	24%	41	Livros	20%
2	Gel anti-bacteriano	150%	12	Capas para celulares	39%	22	Utensílios de cozinha	29%	32	Cartuchos de tinta	24%	42	Lençóis	20%
3	Fones de ouvido	85%	13	Áudio e vídeo	38%	23	Camisetas e Moletoms	28%	33	Tinturas de cabelo	23%	43	Uniformes	19%
4	Suplementos Alimentares	70%	14	Jogos de tabuleiro	38%	24	Cortinas e persianas	27%	34	Quebra-cabeças	23%	44	Sandálias	19%
5	Cuidados da saúde	66%	15	Beleza e Cuidados pessoais	36%	25	Calças	27%	35	Tratamentos para o cabelo	23%	45	Mouse	19%
6	Luvas descartáveis	58%	16	Eletrodomésticos e acessórios	35%	26	Ferramentas	26%	36	Cuidados domésticos e lavanderia	22%	46	Álcool etílico	19%
7	Iluminação de parede e teto	57%	17	Artigos para manicure e pedicure	34%	27	Personagens de ação	26%	37	Cuidados da pele	22%	47	Termômetros	18%
8	Máscaras de segurança	53%	18	Cuidado facial	34%	28	Gamepads e Joysticks	26%	38	Smartwatch	22%	48	Bonecas	18%
9	Óculos de segurança	51%	19	Acessórios para veículos	32%	29	Jogos e Brinquedos	25%	39	Halteres	21%	49	Acessórios de moda	18%
10	Video-games	46%	20	Artigos de armarinho	32%	30	Cabos e Adaptadores	25%	40	Shampoo e Condicionador	20%	50	Artigos escolares e de escritório	18%

Crescimento ponderado em unidades

Fonte: Dados internos Mercado Livre Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019

Categorias de Destaque

02.

O desenvolvimento do e-commerce

TOP 25: o que mais cresceu durante a COVID-19 por país



Brasil

- 1 Máscaras faciais ou respiratórias **433%**
- 2 Gel anti-bacteriano **96%**
- 3 Suplementos Alimentares **59%**
- 4 Iluminação para paredes e tetos **52%**
- 5 Fones de ouvido **49%**
- 6 Eletrodomésticos e acessórios **45%**
- 7 Camisetas e moletons **45%**
- 8 Ferramentas **41%**
- 9 Artigos de armarinhos **40%**
- 10 Cuidados da saúde **39%**
- 11 Calças **37%**
- 12 Artigos para manicure e pedicure **37%**
- 13 Luvas descartáveis **37%**

Categorias de Destaque

- 14 Acessórios para veículos **36%**
- 15 Cabos para Áudio e vídeo **32%**
- 16 Utensílios de cozinha **32%**
- 17 Beleza e Cuidados pessoais **30%**
- 18 Cortinas e persianas **28%**
- 19 Faixas elásticas **28%**
- 20 Máquinas de cortar cabelos **24%**
- 21 Vinis decorativos **23%**
- 22 Cabos e Adaptadores para Celulares **22%**
- 23 Cuidados domésticos e lavanderia **21%**
- 24 Cuidados da pele **21%**
- 25 Tratamentos para o cabelo **21%**



México

- 1 Máscaras faciais ou respiratórias **1784%**
- 2 Gel anti-bacteriano **360%**
- 3 Fones de ouvido **167%**
- 4 Capas para celulares **153%**
- 5 Cuidados da saúde **136%**
- 6 Óculos de segurança **128%**
- 7 Luvas descartáveis **123%**
- 8 Iluminação para paredes e tetos **116%**
- 9 Máscaras de segurança **108%**
- 10 Livros **95%**
- 11 Video-games **94%**
- 12 Produtos de limpeza e desinfetantes **84%**
- 13 Tênis **79%**
- 14 Faixas elásticas **78%**
- 15 Personagens de ação **75%**
- 16 Cuidado facial **72%**
- 17 Jogos de tabuleiro **70%**
- 18 Acessórios para veículos **69%**
- 19 Toalhas úmidas **64%**
- 20 Suplementos Alimentares **62%**
- 21 Áudio e vídeo **58%**
- 22 Autopeças **57%**
- 23 Beleza e Cuidados pessoais **55%**
- 24 Smartwatch **55%**
- 25 Cervejas **54%**

Crescimento ponderado em unidades

Fonte: Dados internos Mercado Livre Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019.

02.

O desenvolvimento do e-commerce

TOP 25: o que mais cresceu durante a COVID-19 por país



Colômbia

1	Máscaras faciais ou respiratórias	4675%
2	Gel anti-bacteriano	383%
3	Cuidados da saúde	333%
4	Fones de ouvido	289%
5	Suplementos Alimentares	285%
6	Luvas descartáveis	264%
7	Jogos de tabuleiro	230%
8	Video-games	228%
9	Máquinas de cortar cabelos	190%
10	Equipamento para exercícios	154%
11	Áudio e vídeo	149%
12	Acessórios para bicicletas	143%
13	Equipamento médico	142%
14	Beleza e Cuidados Pessoais	141%
15	Faixas elásticas	134%
16	Equipamento para escritórios	120%
17	Óculos de segurança	116%
18	Utensílios de cozinha	111%
19	Cabos e Adaptadores	104%
20	Roteadores	99%
21	Tapetes para exercícios	99%
22	Capas para celulares	98%
23	Termômetros	97%
24	Consoles de video-games	92%
25	Cuidado facial	91%

Categorias de Destaque



Argentina

1	Máscaras faciais ou respiratórias	608%
2	Gel anti-bacteriano	122%
3	Máscaras de segurança	89%
4	Fones de ouvido	86%
5	Óculos de segurança	81%
6	Suplementos Alimentares	67%
7	Fraldas	67%
8	Cartuchos de tinta	59%
9	Video-games	52%
10	Luvas descartáveis	51%
11	Artigos para escola e escritório	41%
12	Jogos de tabuleiro	41%
13	Faixas Elásticas	40%
14	Celulares	40%
15	Iluminação para paredes e tetos	36%
16	Cuidado facial	35%
17	Álcool etílico	34%
18	Acessórios de moda	34%
19	Tinturas de cabelo	34%
20	Cortinas e persianas	33%
21	Halteres	32%
22	Uniformes	32%
23	Máquinas de cortar cabelos	30%
24	Tapetes para ioga	28%
25	Mouses	26%

Crescimento ponderado em unidades

Fonte: Dados internos Mercado Livre Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019.

02.

O desenvolvimento do e-commerce

TOP 25: o que mais cresceu durante a COVID-19 por país



Chile

1	Máscaras faciais ou respiratórias	1622%
2	Artigos para manicure e pedicure	538%
3	Crems para mãos e pés	533%
4	Cuidados da saúde	343%
5	Equipamento médico	308%
6	Suplementos Alimentares	263%
7	Artigos para cuidados da pele	259%
8	Lâmpadas	222%
9	Óculos de segurança	202%
10	Fones de ouvido	194%
11	Aromatizante para carros	174%
12	Beleza e Cuidado pessoais	166%
13	Jogos e Brinquedos	163%

14	Video-games	159%
15	Termômetros	157%
16	Máscaras faciais	150%
17	Cartuchos de tinta	148%
18	Faixas elásticas	144%
19	Gases	121%
20	Consoles de video-games	121%
21	Iluminação para casa	117%
22	Iluminação para carros	116%
23	Acessórios para carros	109%
24	Cuidados domésticos e lavanderia	108%
25	Áudio e vídeo	107%



Uruguai

1	Máscaras faciais ou respiratórias	652%
2	Cuidados da saúde	276%
3	Equipamento para escritórios	175%
4	Beleza e Cuidados pessoais	149%
5	Halteres	88%
6	Ferramentas e acessórios de construção	78%
7	Gel anti-bacteriano	57%
8	Pesos, discos e barras de exercício	56%
9	Video-games	55%
10	Pisos e Revestimentos	51%
11	Tapetes de ioga	45%
12	Alimentos e bebidas	43%
13	Produtos de pet shop	43%

14	Equipamento para exercícios	43%
15	Fones de ouvido	43%
16	Material de construção	41%
17	Cuidados da pele	40%
18	Artigos para jardim e exteriores	40%
19	Recipientes para alimentos	37%
20	Tijolos	36%
21	Utensílios de cozinha	35%
22	Plantas e jardim	34%
23	Azulejos de cerâmica	33%
24	Livros	33%
25	Estribos de construção	32%

Categorias Destaque

Crescimento ponderado em unidades

Fonte: Dados internos Mercado Livre Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019.

03.

O consumo on-line
se intensifica



03.

O consumo on-line se intensifica

Antes do início da COVID-19,
identificamos três grupos

Compradores Esporádicos

Uma vasta base de clientes.
Fazem **compras pontuais**



3x



5x



Compradores Frequentes

Um segmento relevante de clientes.
Fazem **compras de maneira regular**

Compradores Leais

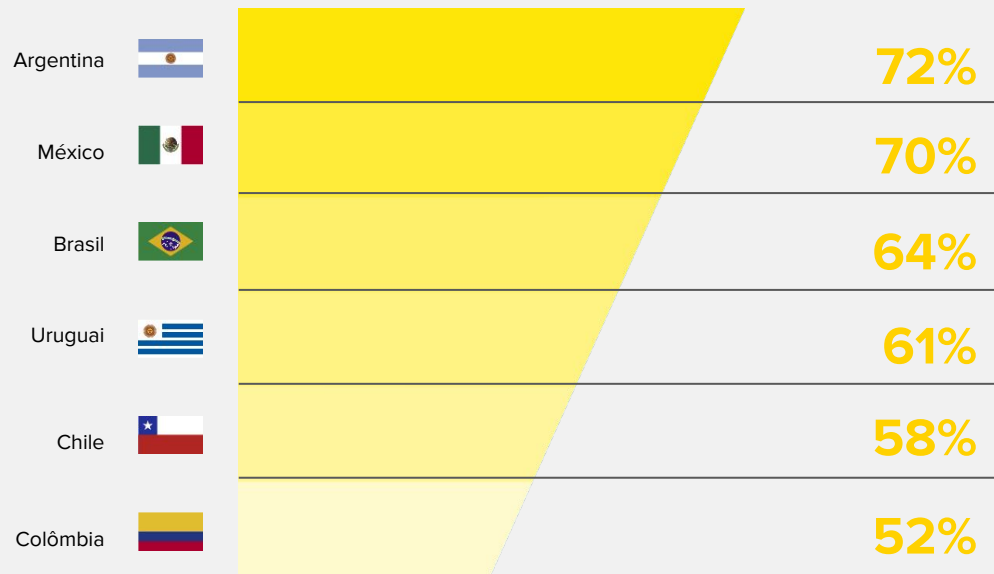
São os clientes que
mais compram

03.

O consumo on-line se intensifica

Em tempos de
COVID-19,
2 em cada 3
usuários leais
voltaram a comprar
no Mercado Livre

% Compradores Leais
do Mercado Livre que voltaram
a comprar no período COVID-19



03.

O consumo on-line se intensifica

Todos os tipos de compradores **aumentaram** significativamente sua **frequência de compra**



**Compradores
Leais**

12 dias

PERÍODO
COVID



17 dias

MÉDIA ANUAL



**Compradores
Frequentes**

24 dias

PERÍODO
COVID



Já compraram metade do
que comprariam em 1 ano

79 dias

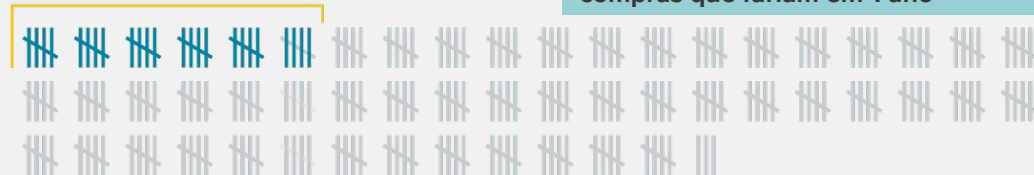
MÉDIA ANUAL



**Compradores
Esporádicos**

29 dias

PERÍODO
COVID



Já superaram a quantidade de
compras que fariam em 1 ano

268 dias

MÉDIA ANUAL

Ciclo de compras em dias

Fonte: Dados internos Mercado Livre

Período COVID-19 (24/02 a 19/04/2020) vs. média Ano Móvel (de 24/02/2019 a 23/02/2020)

Conclusões das mudanças de comportamento do consumidor no Mercado Livre

Em tempos de **COVID-19**
Até 3 de maio



Adoção on-line:

maior intensidade na navegação
no Mercado Livre e mais usuários
ativos no Mercado Pago

5MM

Novos compradores

em diversas categorias



Novo estilo de vida:

Saúde, Bens de Consumo e Alimentos, Decoração de casa, Entretenimento & Fitness e Computação, se desenvolvem na mente dos consumidores e nas compras



Compradores esporádicos, frequentes e leais mudam seu comportamento:

2 de cada 3 dos compradores leais

voltaram a comprar neste período

A intensificação na frequência de compra

é realidade em todos os grupos

No Mercado Livre continuamos promovendo a democratização do comércio e dos pagamentos com apoio especial neste contexto em que nos encontramos.

Seguimos tomando medidas para agregar valor tanto aos nossos funcionários quanto aos usuários e comunidades.

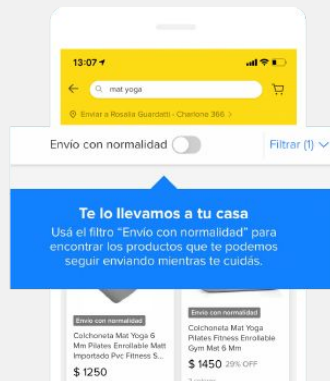
Juntos para dias melhores chegarem o quanto antes.



Continuamos com a **moderação de preços** dentro da plataforma.

Bonificamos espaços publicitários no Brasil e no México para incentivar a comunicação de conscientização

Continuamos trabalhando com o filtro **enviando normalmente**



Lançamos três programas on-line criados para capacitar **PMes e empreendedores:**

Capacitação em Comércio Eletrônico

Empreendedores 4.0

Empreender com impacto

Outorgamos novas **linhas de financiamento** para vendedores do **Mercado Livre e Mercado Pago:**



+700MM

de pesos
no México

+600MM

de reais
no Brasil

Mercado Pago apresentou a nova função de **Amigos** para enviar e solicitar dinheiro desde o celular



Doamos para a **Cruz Vermelha** e **Banco de Alimentos:**



+37k
Kits



+43k
Kg de Alimentos



+10k
Kits de Higiene



**mercado
livre**

Juntos. De mãos dadas, ou não.
Para dias melhores chegarem o quanto antes.

Autores

Fernanda Nakazaki Gomes Corrêa
Gerente de Insights

Nicolás Alberto
Gerente Sr. de Insights & Analytics

Contribuidores

Alma Lucero Villanueva Ramírez
Gerente de Insights

Milenka Pekolj
Analista Sr. de Marketing

Porta-vozes

Juan Lavista
Diretor de Marketing & Insights

Fernando Rubio
Diretor Geral

Felipe Paranaguá
Diretor Comercial para Brasil

Para mais informações entre em contato:

Equipe Comercial Mercado Livre

Felipe Paranaguá
Diretor Comercial para Brasil

Felipe Juliao
Gerente Sr. para Brasil

Pablo Beltrán
Diretor Comercial para Hispânicos

José Maceda
Gerente Sr. para México

Juan Andrés Martínez Saiz
Gerente Sr. para Colômbia

Florencia Bameule
Gerente Sr. para Argentina,
Chile e Uruguai