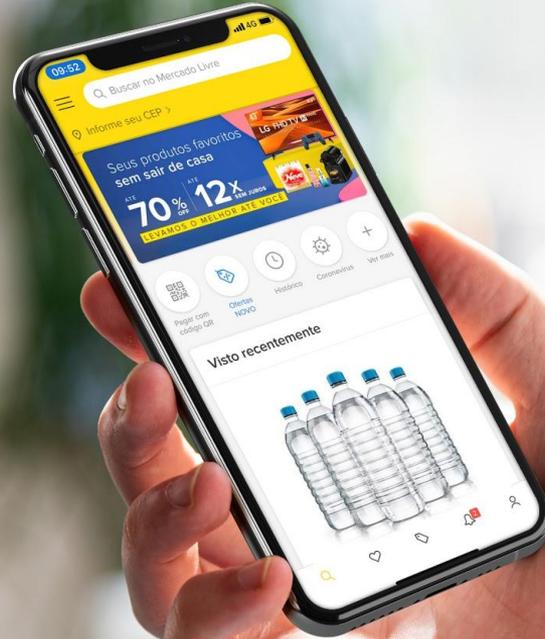


# E-commerce: evolução nos hábitos do consumidor

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**





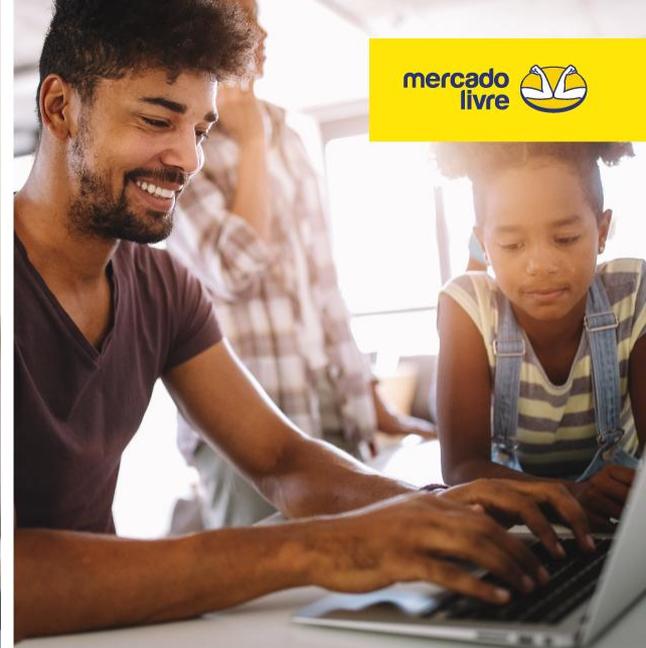
01.

O atual **comportamento on-line**



02.

O **desenvolvimento do e-commerce**



03.

O **consumo on-line** se intensifica

01.

O atual  
**comportamento**  
**on-line**



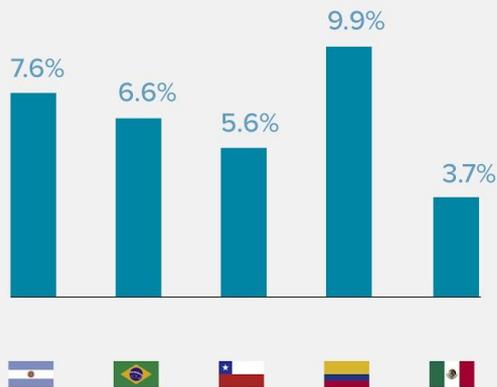
## As compras on-line aceleraram na região

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\*)

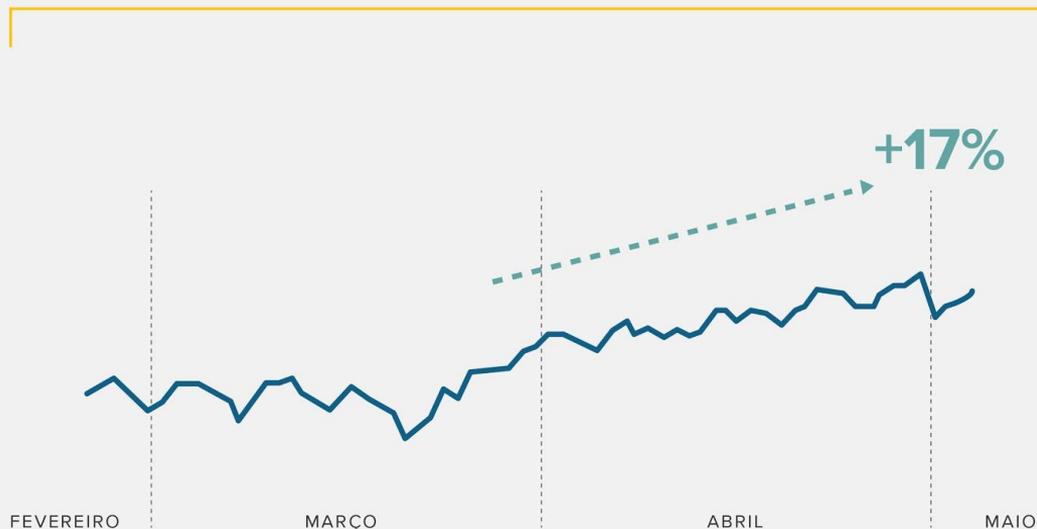


01.

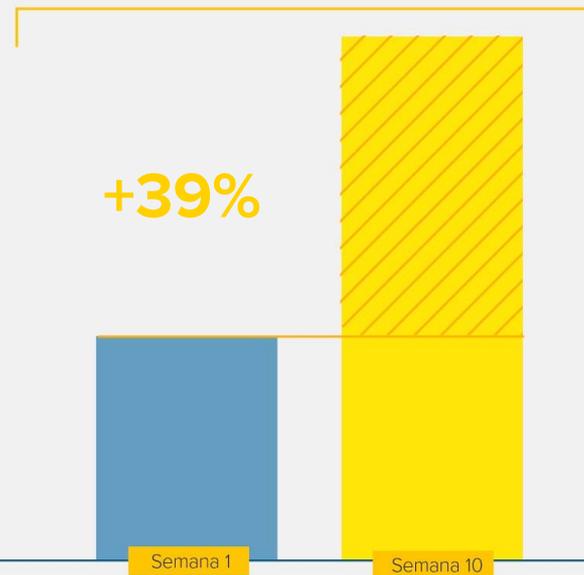
O atual comportamento on-line

## 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

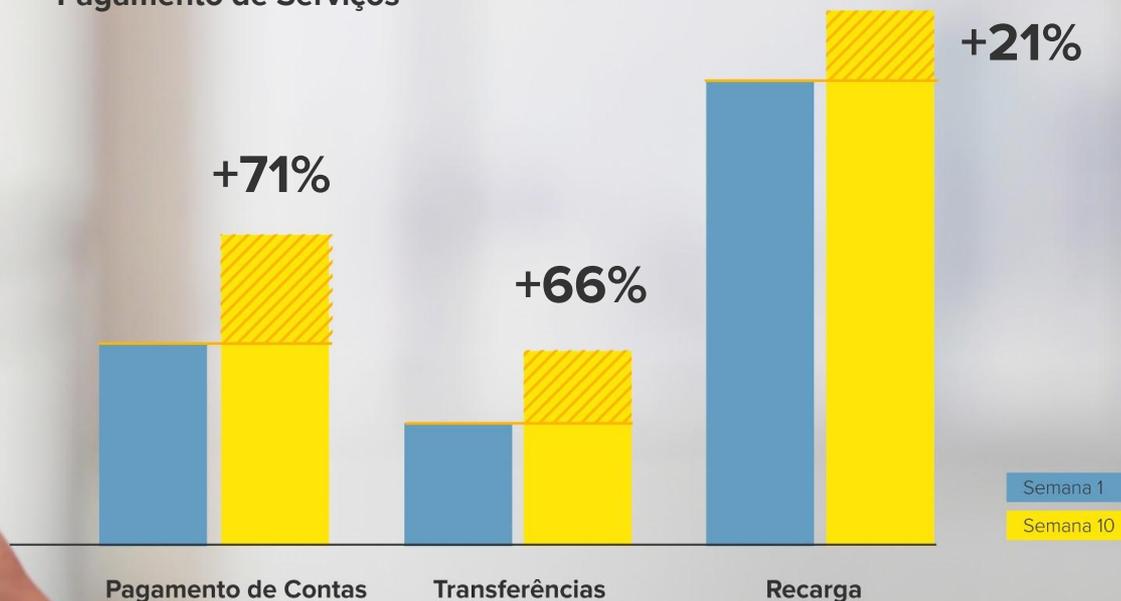
Fonte: Dados internos Mercado Livre - 24/02 a 03/05/2020, Semana 1 (24/02 a 01/03/2020) e Semana 10: 27/04 a 03/05/2020

01.

O atual comportamento on-line

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

Pagamento de Serviços



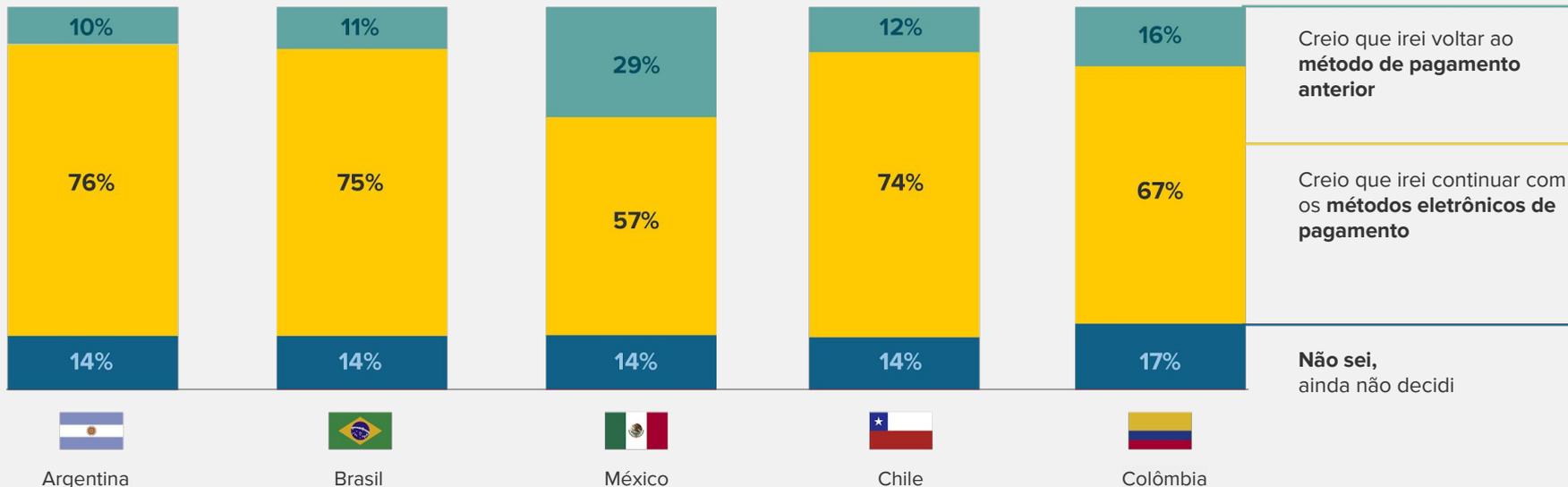
Usuários Ativos Diários. Semana 1: (de 24/02 a 01/03/2020)

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)

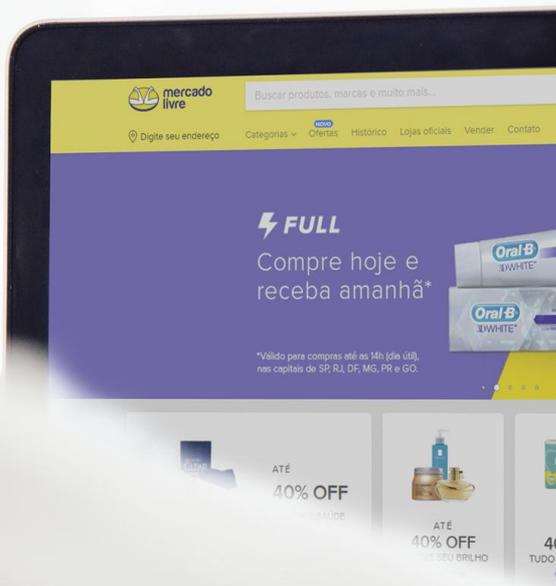
02.

## O desenvolvimento do e-commerce



## 02.

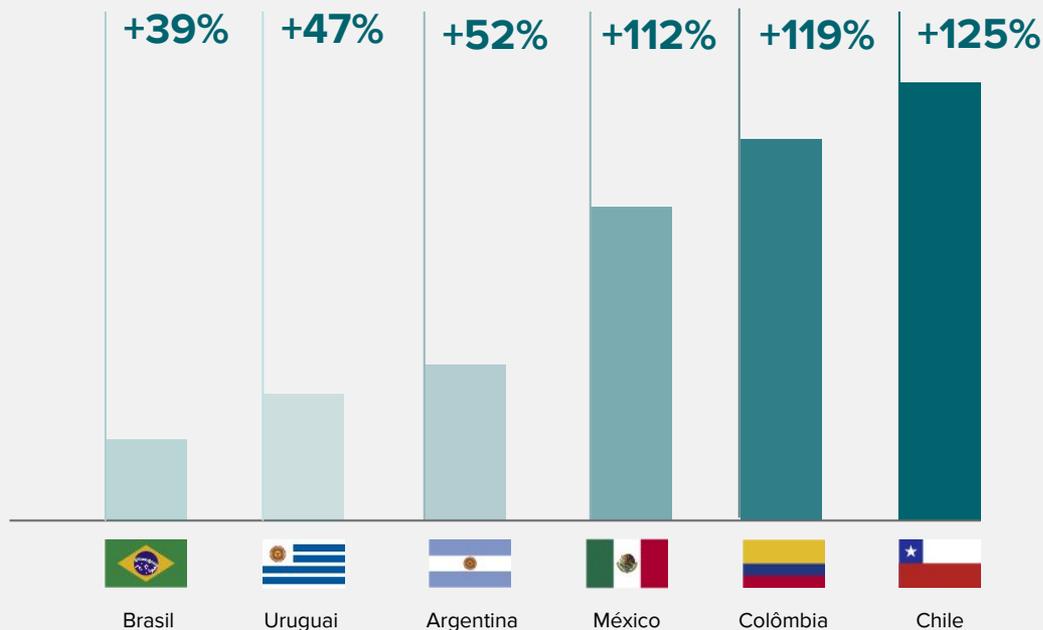
### O desenvolvimento do e-commerce



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

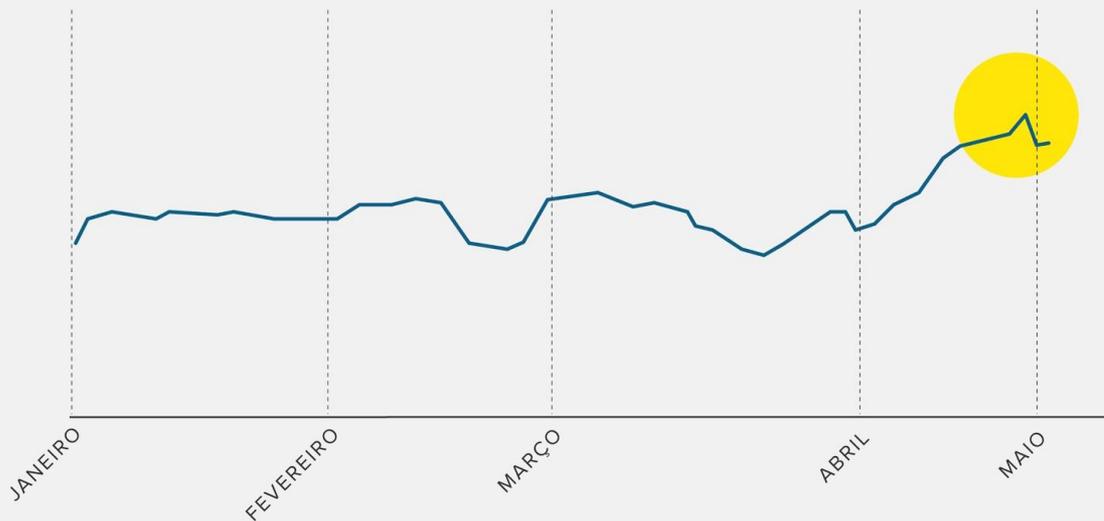


## 02.

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

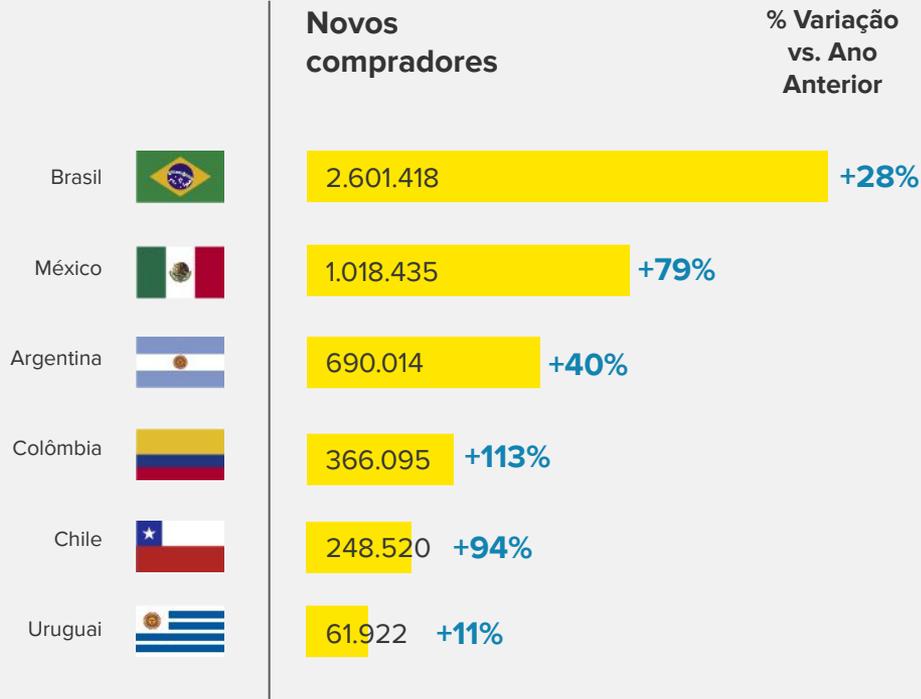
Novos Compradores

Houve um aumento de

## 45%

durante este período  
vs. mesmo período do  
ano anterior

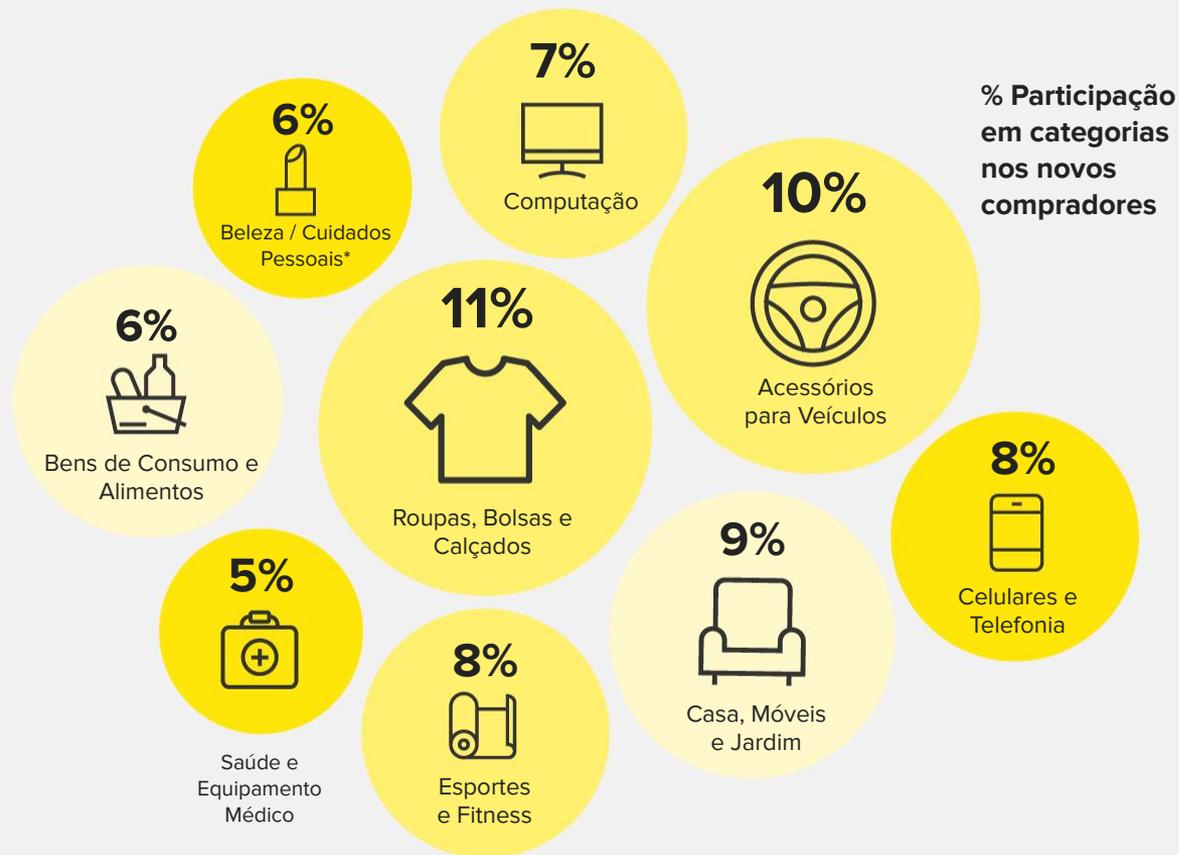
Fonte: Dados internos Mercado Livre  
Período COVID-19 (24/02 a 03/05/2020) vs. Mesmo Período em 2019



## 02.

### O desenvolvimento do e-commerce

**Novos  
compradores**  
ingressaram por  
todas as categorias

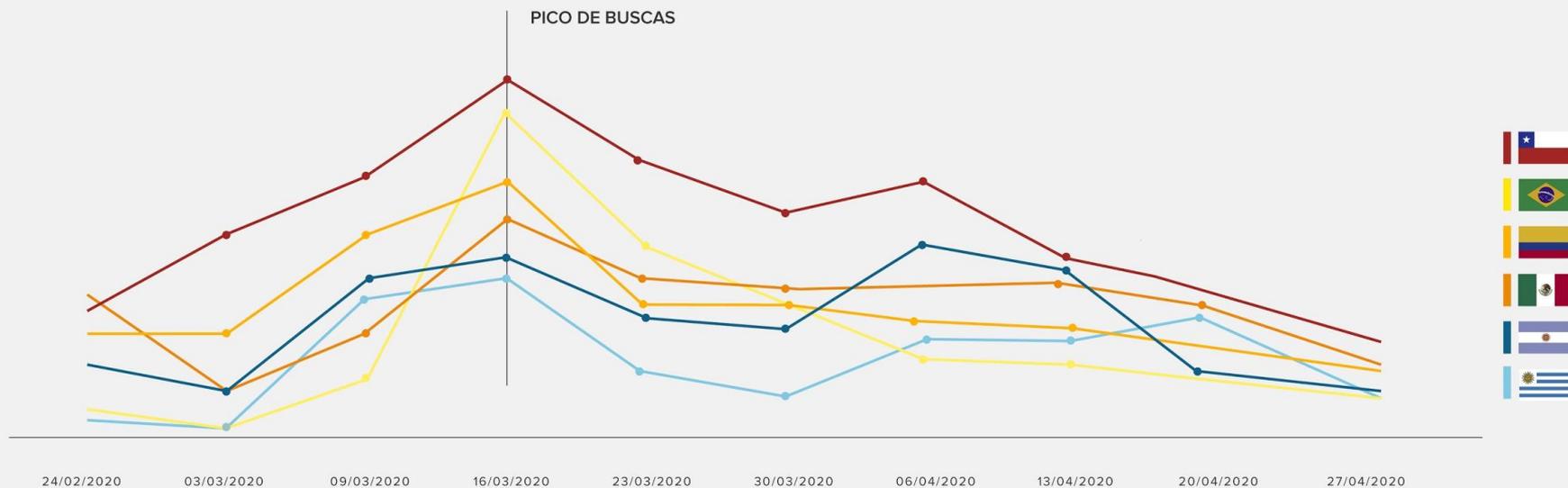


## 02.

### 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 cabeleireiro
- 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

## 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