

2021 | BRASIL

Tendências do E-commerce

APRENDIZADOS EM
UM ANO MAIS DIGITAL



ÍNDICE

1

Aceleração
Digital



2

Mudanças nos hábitos
de compra on-line



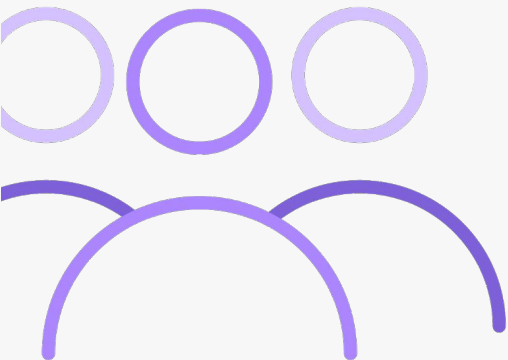
3

Quais foram as escolhas
dos consumidores?

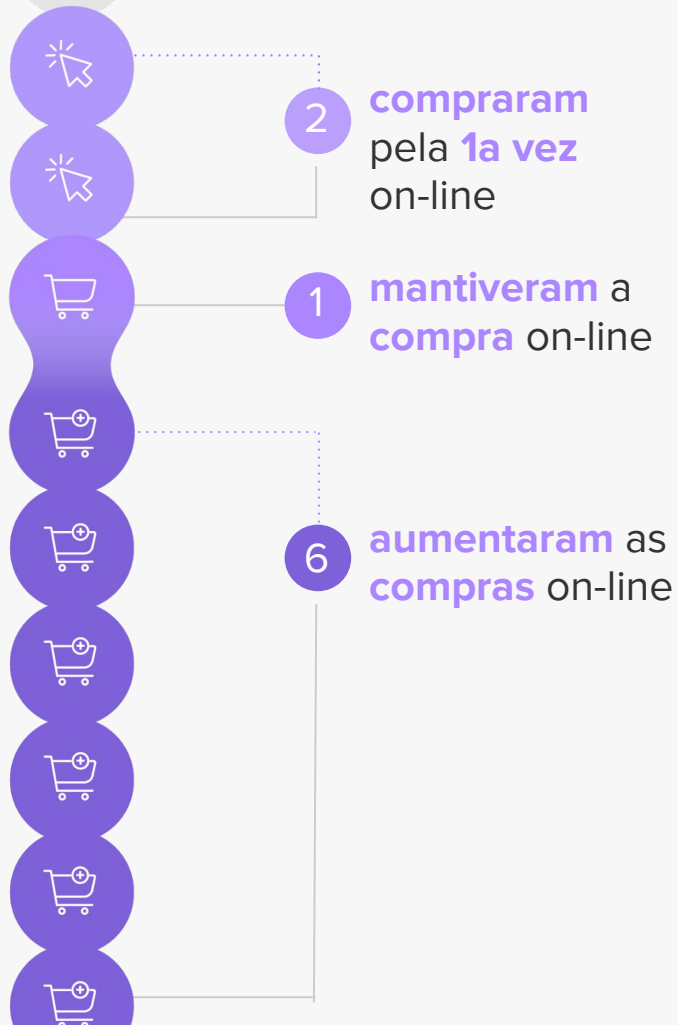


mercado
livre

2020: um ano de maior adoção digital

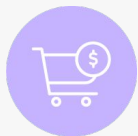


A cada **10**
compradores
digitais



Os efeitos da transformação digital na vida e nos negócios

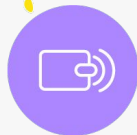
MERCADO LIVRE LATAM 2020



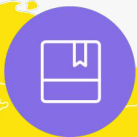
12 MI
VENDEDORES
ÚNICOS



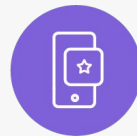
133 MI
USUÁRIOS
ATIVOS



14 MI
PAGADORES
UNICOS DE
CARTEIRA DIGITAL*



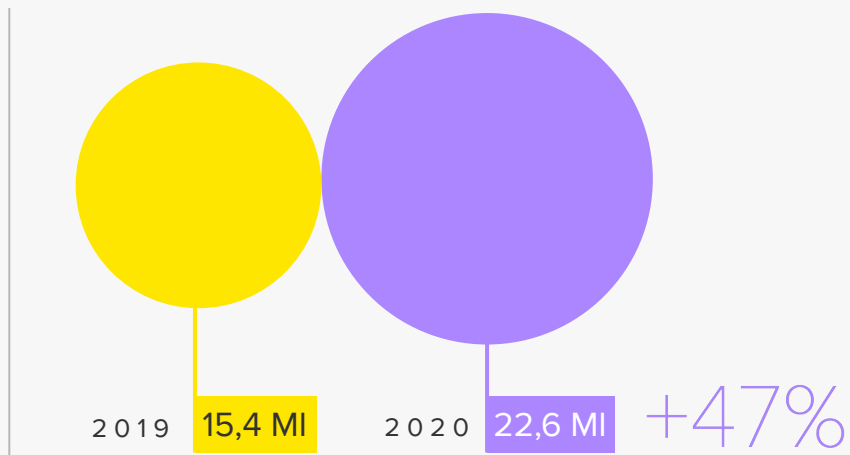
649 MI
ITENS
ENTREGUES



1,5 BI
CLICKS EM
ANÚNCIOS
PATROCINADOS

Mercado Livre se fortalece em 2020

NOVOS COMPRADORES
ADOTAM O CANAL ON-LINE
LATAM



QUEM JÁ COMPRAVA
INTENSIFICA SEU COMPORTAMENTO



Tendências do E-commerce
Aprendizados em um ano mais digital



Mercado Livre é o e-commerce #1
na mente dos consumidores

TENDÊNCIAS DO E-COMMERCE

Aprendizados em um ano mais digital

1. Aceleração Digital

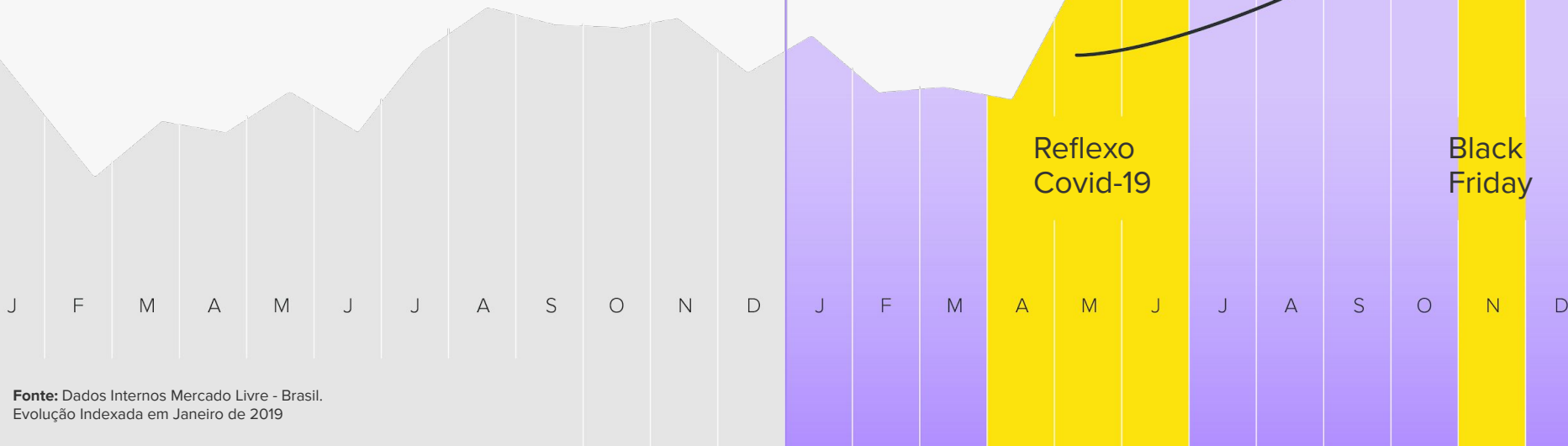


Covid-19: efeito imediato na adoção on-line

EVOLUÇÃO EM USUÁRIOS

2019

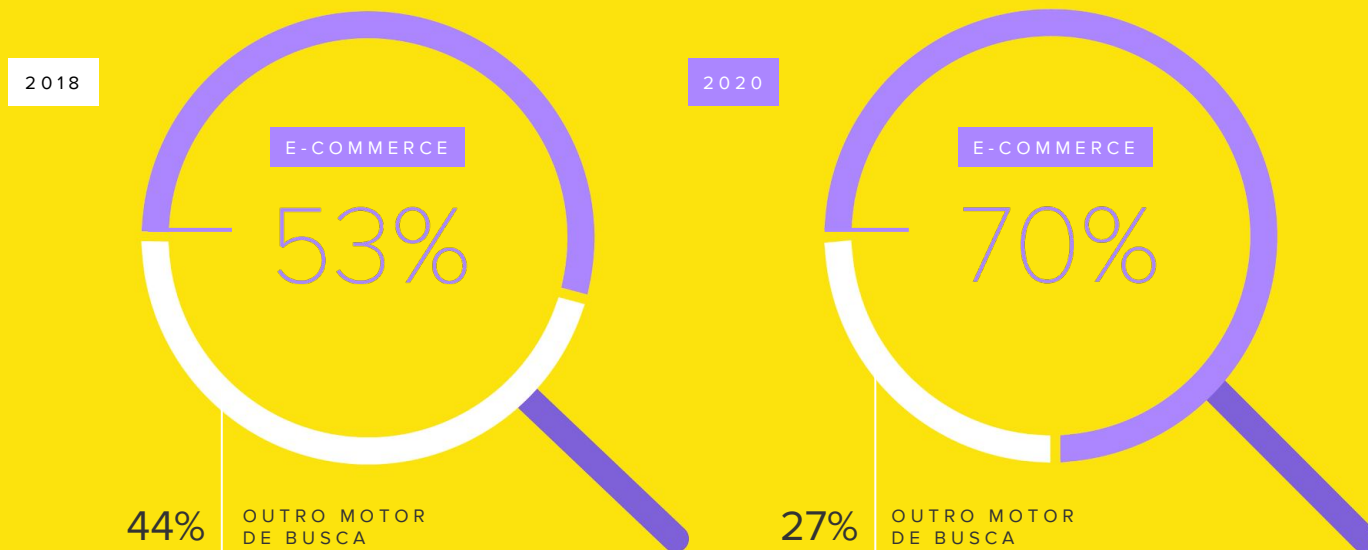
2020



Fonte: Dados Internos Mercado Livre - Brasil. Evolução Indexada em Janeiro de 2019

E-commerce é a plataforma mais utilizada no momento de buscar por produtos

% DE PARTICIPAÇÃO NA 1A BUSCA ON-LINE



TIP PRO

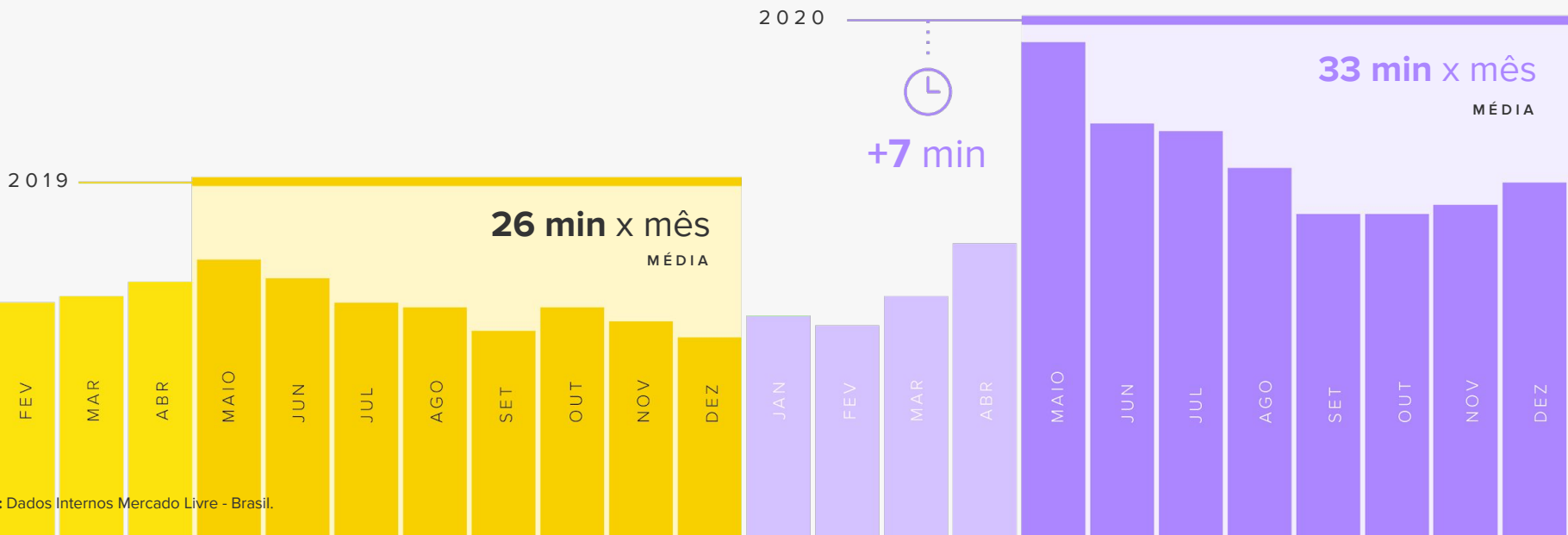
Garanta sua marca na fase de Descoberta para aumentar as possibilidades de consideração

Usuários dedicam mais tempo nas buscas e compras on-line

TEMPO MÉDIO POR USUÁRIO



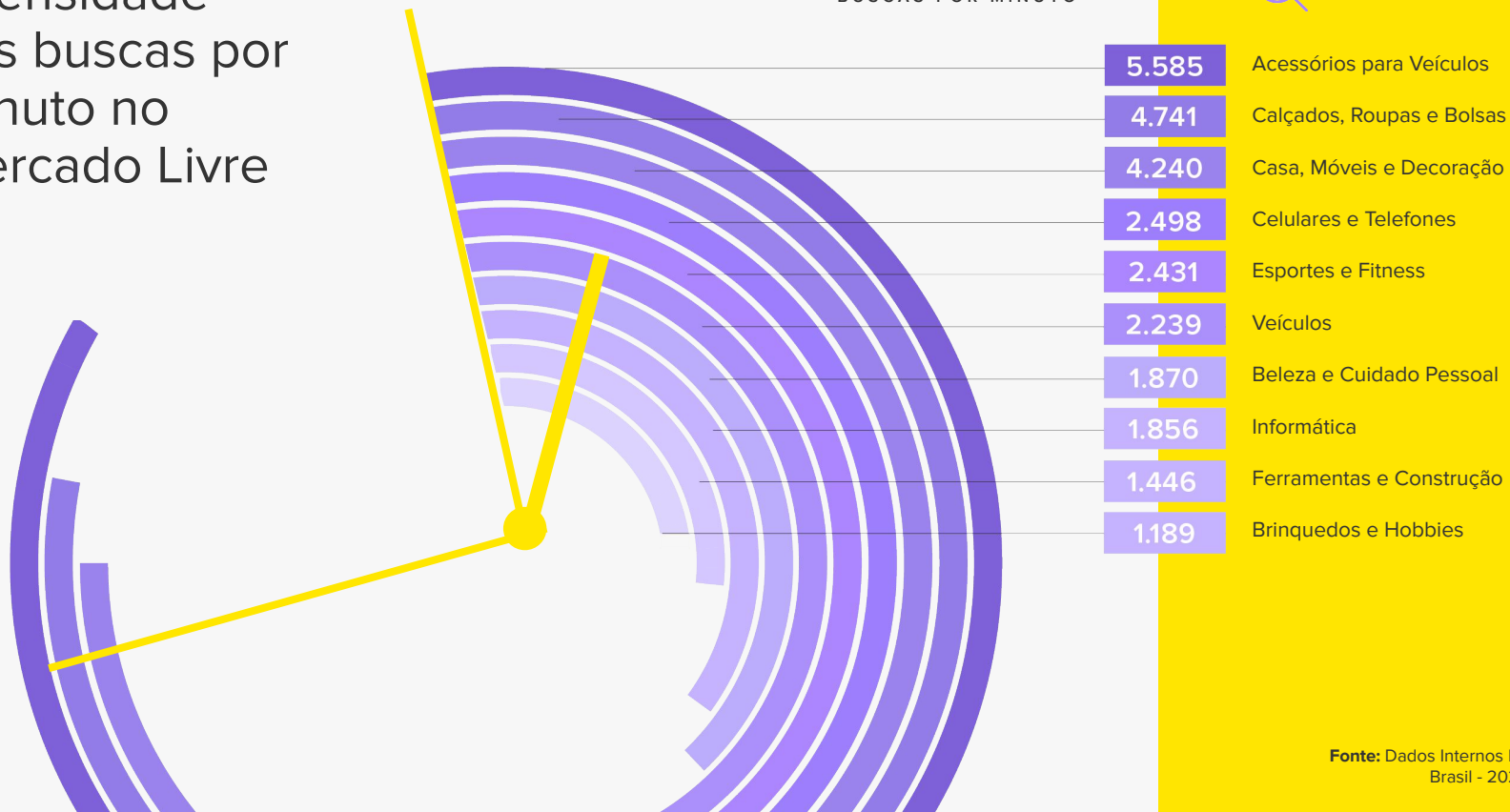
8/10 sessões são via **dispositivos móveis** (incluindo app)



Fonte: Dados Internos Mercado Livre - Brasil.

Intensidade nas buscas por minuto no Mercado Livre

QUANTIDADE DE BUSCAS POR MINUTO



TENDÊNCIAS DO E-COMMERCE

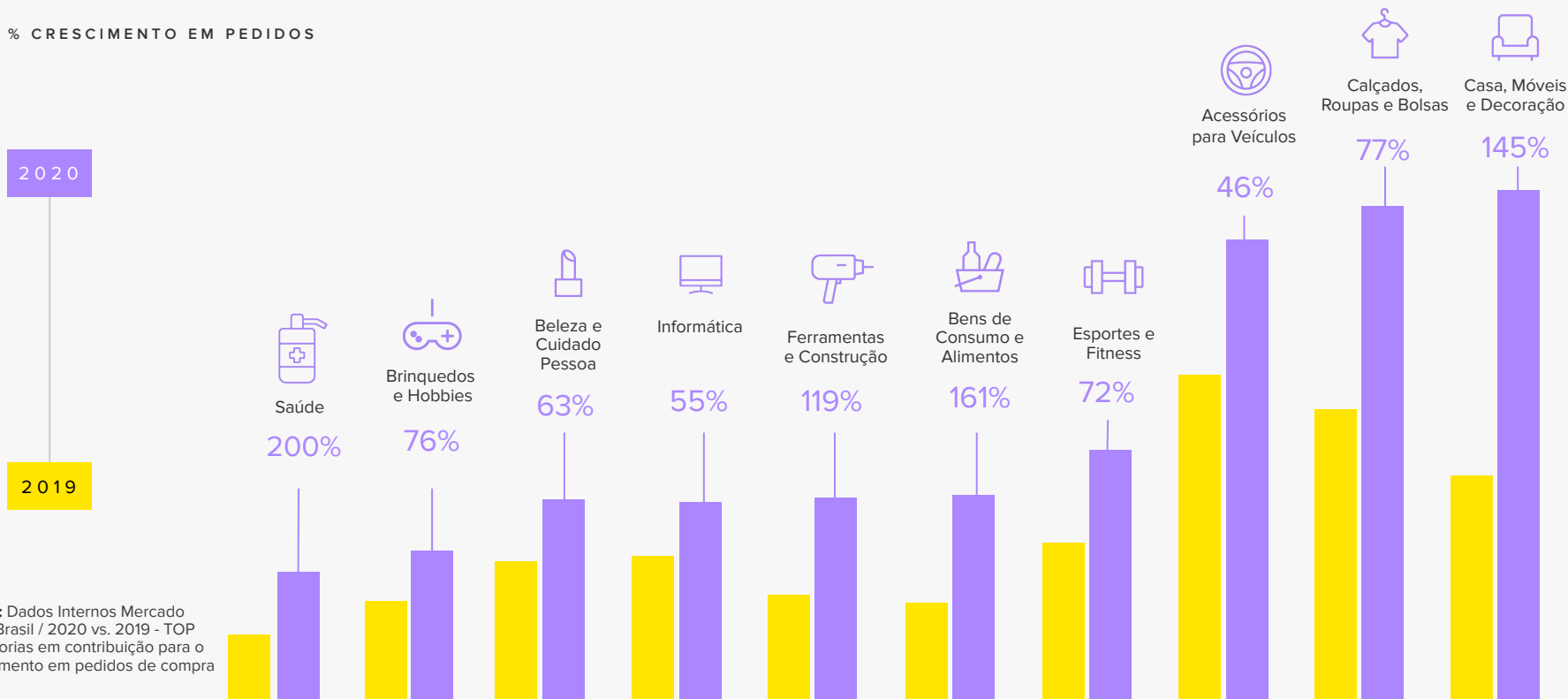
Aprendizados em um ano mais digital

2. Mudanças nos hábitos de compra on-line



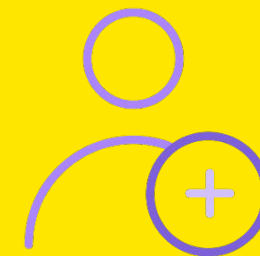
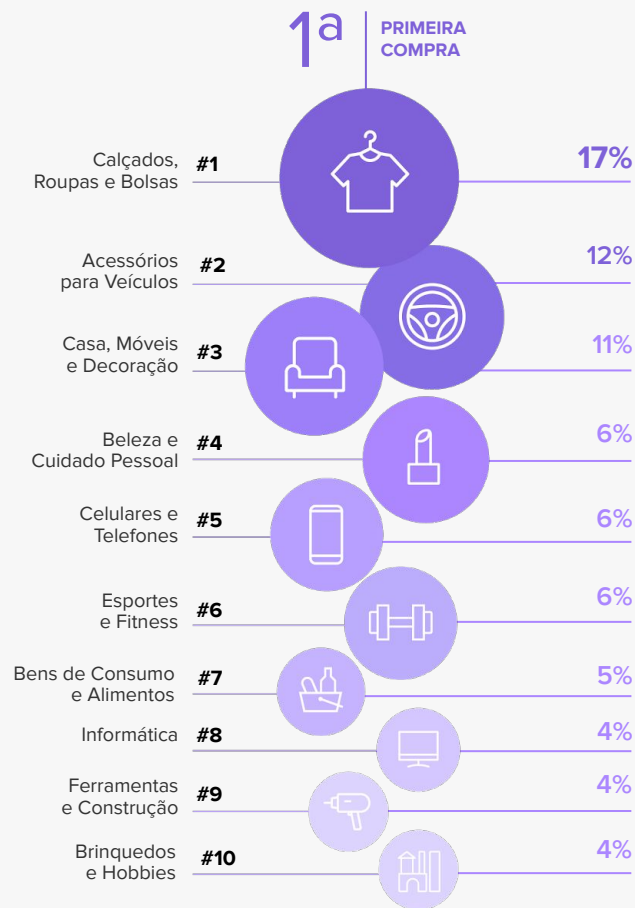
E-commerce cresce expressivamente em todas as categorias

% CRESCIMENTO EM PEDIDOS



Fonte: Dados Internos Mercado Livre Brasil / 2020 vs. 2019 - TOP Categorias em contribuição para o crescimento em pedidos de compra

Novos compradores ingressam por motivos diversos



Mais novos compradores

+ 4 1% V.S. 2 019

6/10 dos novos compradores retornaram as compras

ADOÇÃO DO CANAL É REALIDADE PARA GRANDE MAIORIA

TIP PRO

Oportunidade de conquistar novos consumidores para sua marca

Ranking de categorias
% Participação - Novos compradores

1ª

PRIMEIRA COMPRA

Calçados, Roupas e Bolsas #1



Acessórios para Veículos #2



Casa, Móveis e Decoração #3



Beleza e Cuidado Pessoal #4



Celulares e Telefones #5



Esportes e Fitness #6



Bens de Consumo e Alimentos #7



Informática #8



Ferramentas e Construção #9



Brinquedos e Hobbies #10



2+

A PARTIR DE RECOMPRA



#5 Bebês



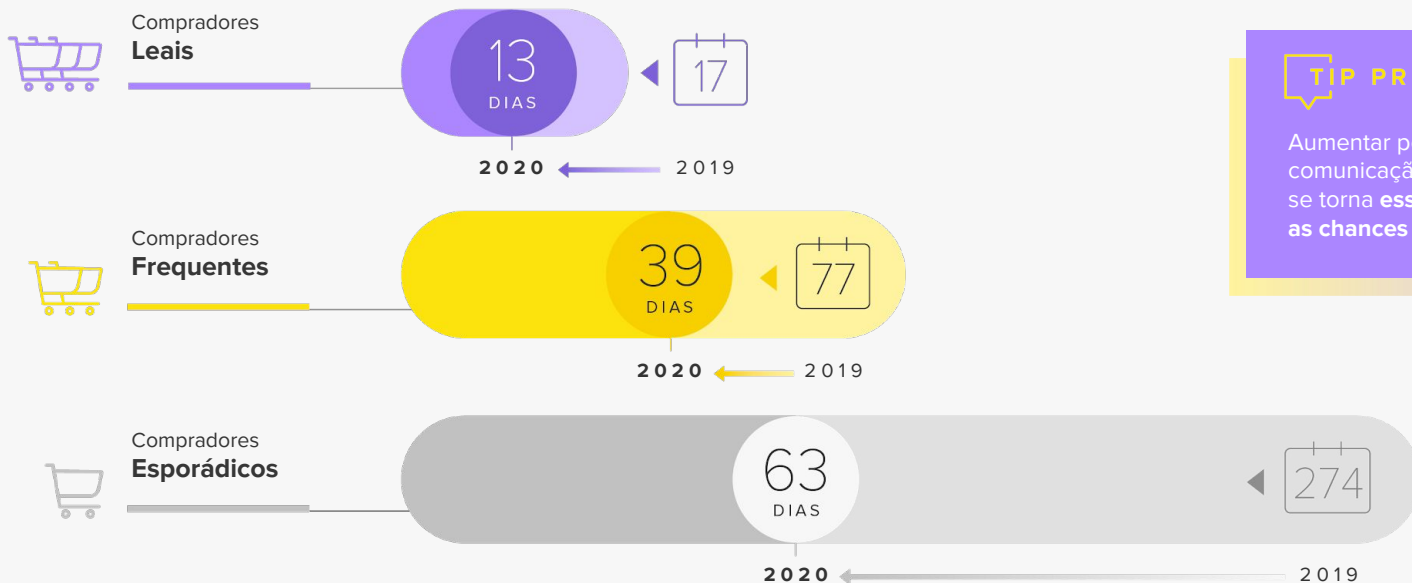
#9 Música, Filmes e Seriados



#10 Games

Todos compradores **intensificam sua frequência** de compra on-line

CICLOS DE COMPRA MENORES COMPROVAM ADOÇÃO DO E-COMMERCE



TIP PRO

Aumentar pontos de contato e comunicação com os consumidores se torna **essencial para melhorar as chances de conversão**

Fonte: Dados Internos - Mercado Livre - Brasil - 2019 e 2020 Segmentação de Compradores por frequência de compra.

Definição: Compradores Esporádicos realizam compras pontuais / Compradores Frequentes realizam regularmente suas compras / Compradores Leais realizam mais compras que a média.

Maior disposição para experimentar novas categorias

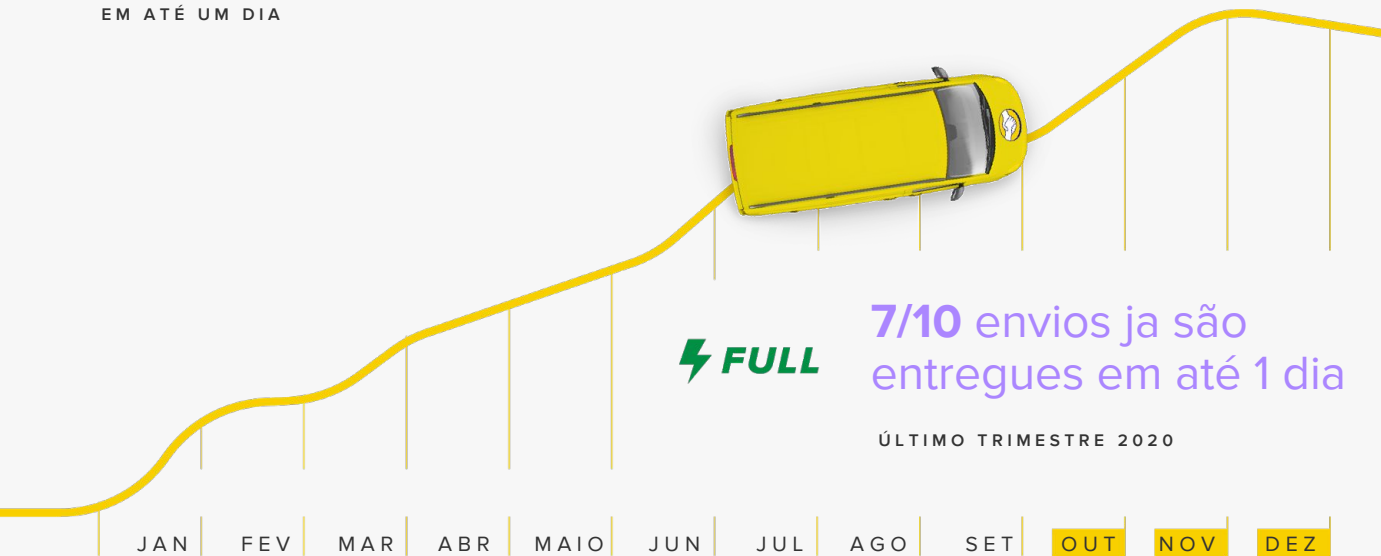


Em média, agregaram **mais 3 categorias** na cesta de compra on-line



Entregas mais rápidas já são uma prioridade

EVOLUÇÃO ENTREGAS EM ATÉ UM DIA

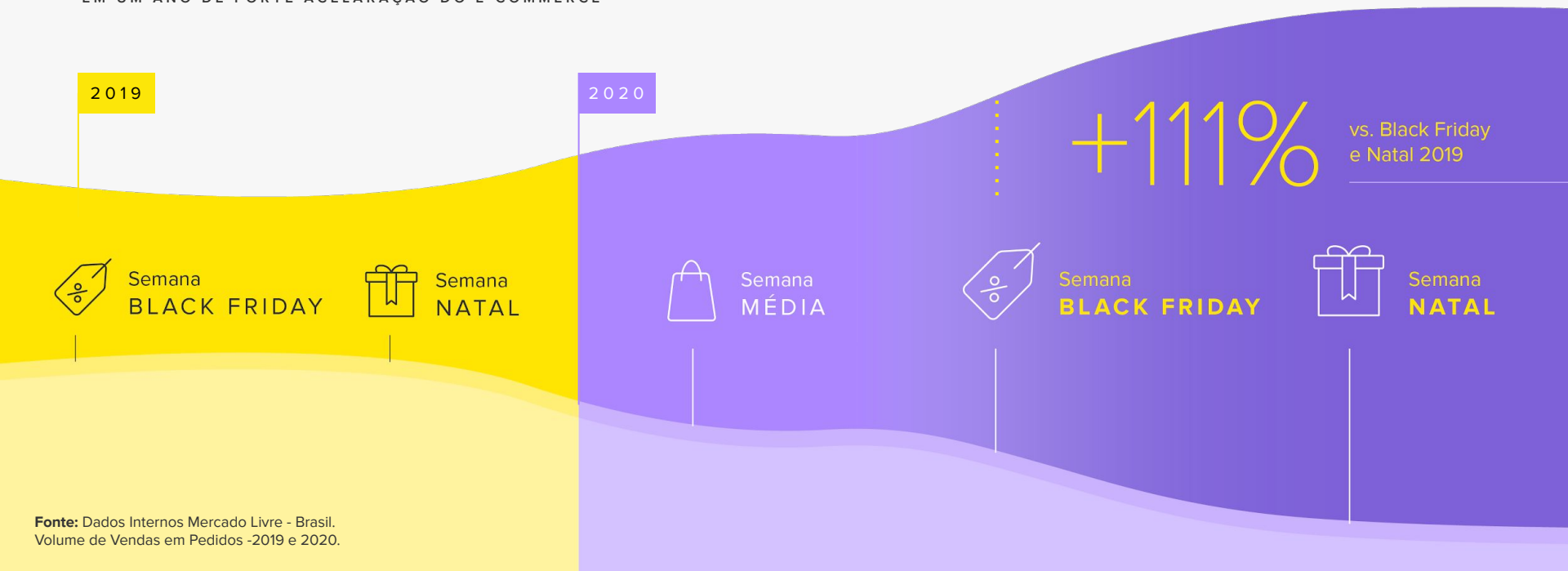


TIP PRO

Experiência do consumidor é chave em um ano de maior adoção do e-commerce

Temporada de Compras 2020: mais um recorde em vendas

VENDAS EM DATAS ESPECIAIS MAIS QUE DOBRARAM
EM UM ANO DE FORTE ACELERAÇÃO DO E-COMMERCE



+111%

vs. Black Friday
e Natal 2019

TENDÊNCIAS DO E-COMMERCE

Aprendizados em um ano mais digital

3. Quais foram as escolhas dos consumidores?



Tendências do consumo no e-commerce em 2020

Entretenimento



Busca por Conforto



Trabalho e Estudos em Casa



Lar Doce Lar



Compras de Supermercado

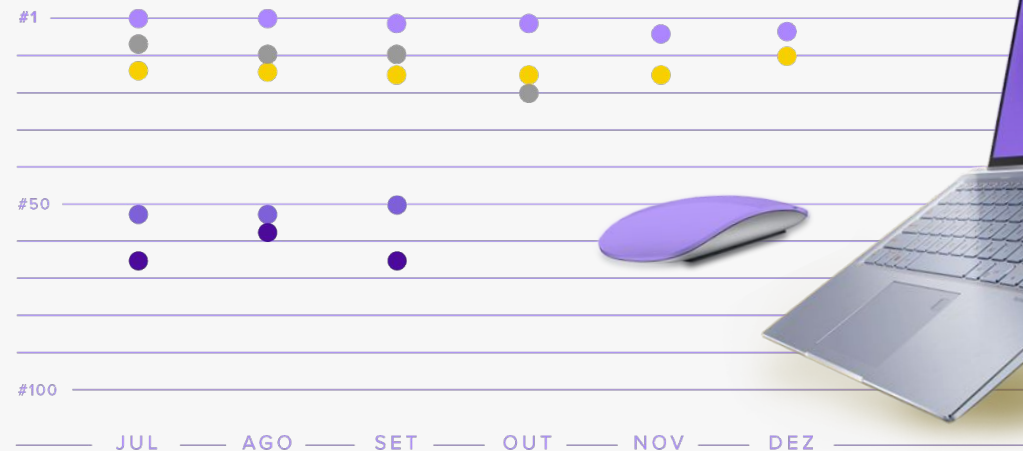


Bem Estar



Consumidores se adaptam ao novo estilo de trabalho e estudo em casa

TOP TERMOS EM BUSCAS



#1

Notebook

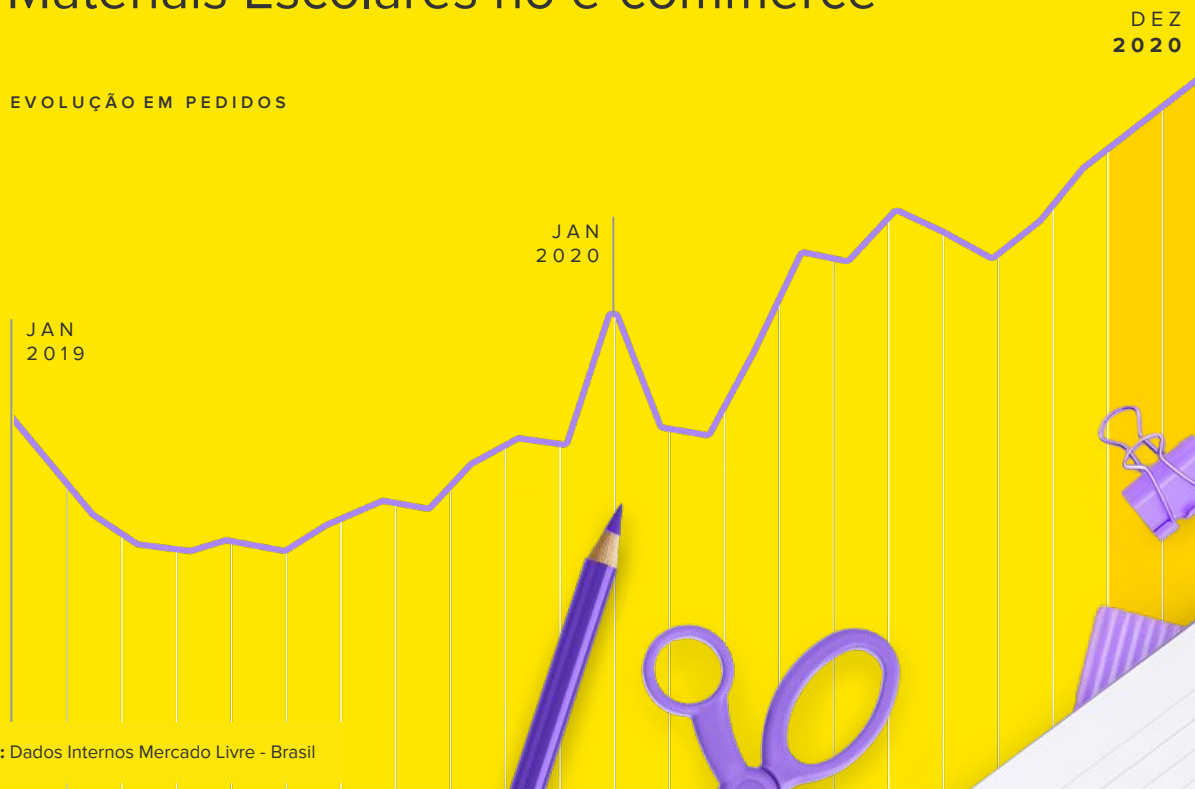
liderou o ranking em buscas por alguns meses



Notebook e acessórios: crescimento em pedidos de **224%** (vs. 2019)

Estudo em casa impulsiona Materiais Escolares no e-commerce

EVOLUÇÃO EM PEDIDOS



Materiais Escolares

Destaque em crescimento

↑ **+308%**
em pedidos de compra
(vs. 2019)

3 Quais foram as escolhas dos consumidores?

Entretenimento



Entretenimento para todos os gostos, idades e momentos

TOP 3 | CATEGORIAS EM CRESCIMENTO DE PEDIDOS BRINQUEDOS E HOBBIES (VS.2019)



Brinquedos e Hobbies crescem em pedidos em um ano de maior permanência em família e em casa

+176%



BONECOS E BONECAS

+139%



VEÍCULOS DE BRINQUEDO

+75%



JOGOS DE TABULEIRO, QUEBRA-CABEÇAS E CARTAS

3

Quais foram as escolhas dos consumidores?

Lar Doce Lar



Com mais tempo em casa, cresce o desejo por criar um ambiente mais confortável

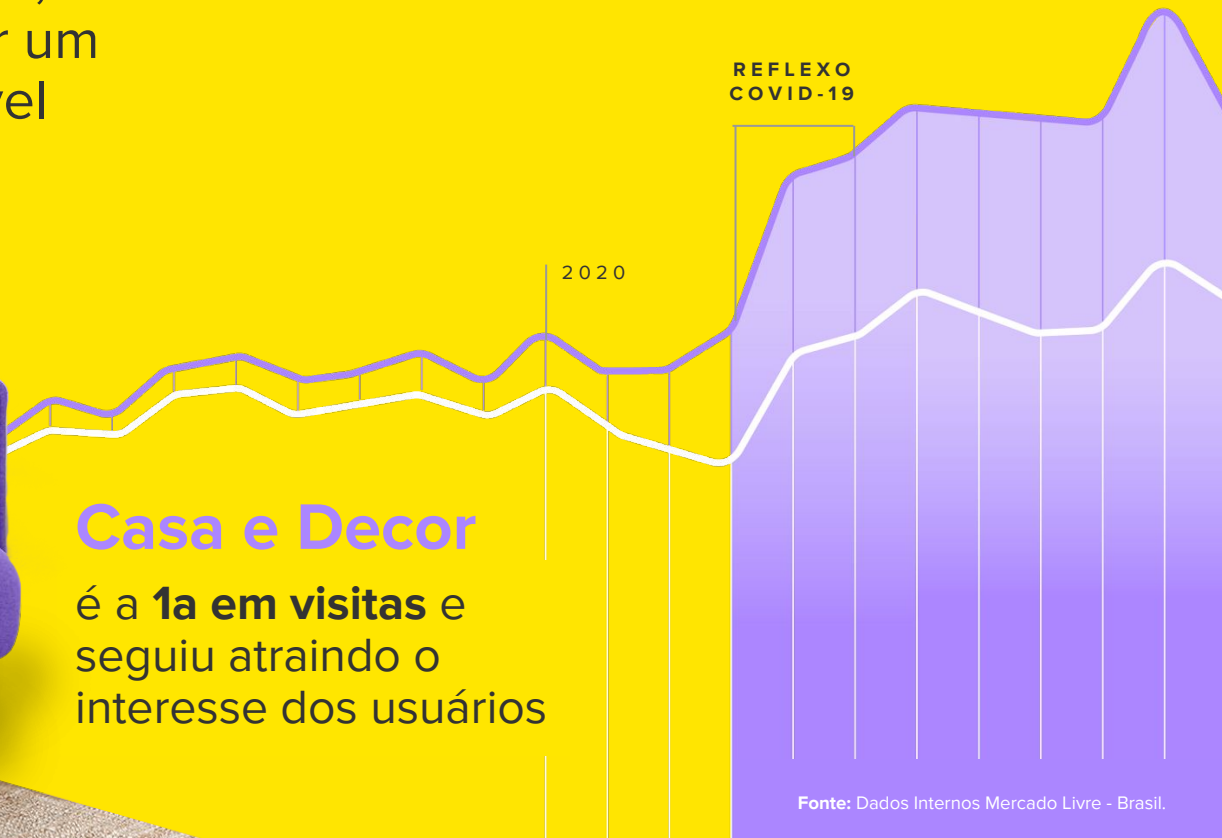
EVOLUÇÃO USUÁRIOS

● Casa, Móveis e Decoração ● Média Top Categorias



Casa e Decor

é a **1ª em visitas** e seguiu atraindo o interesse dos usuários



Fonte: Dados Internos Mercado Livre - Brasil.

Buscas indicaram o interesse em decorar e fazer por si mesmo

TOP BUSCAS | CASA, MÓVEIS E DECORAÇÃO

#1

guarda-roupa



- #2 penteadeira
- #3 fita led
- #4 quadros decorativos
- #5 painel tv
- #6 escrivaninha
- #7 cortina blackout
- #8 espelho
- #9 sapateira
- #10 tapetes sala

TOP BUSCAS | FERRAMENTAS

#1

parafusadeira



- #2 furadeira
- #3 kit ferramentas
- #4 furadeira parafusadeira
- #5 serra circular
- #6 lixadeira
- #7 parafusadeira bosch
- #8 serra tico tico
- #9 lixadeira orbital
- #10 máquina de solda

3

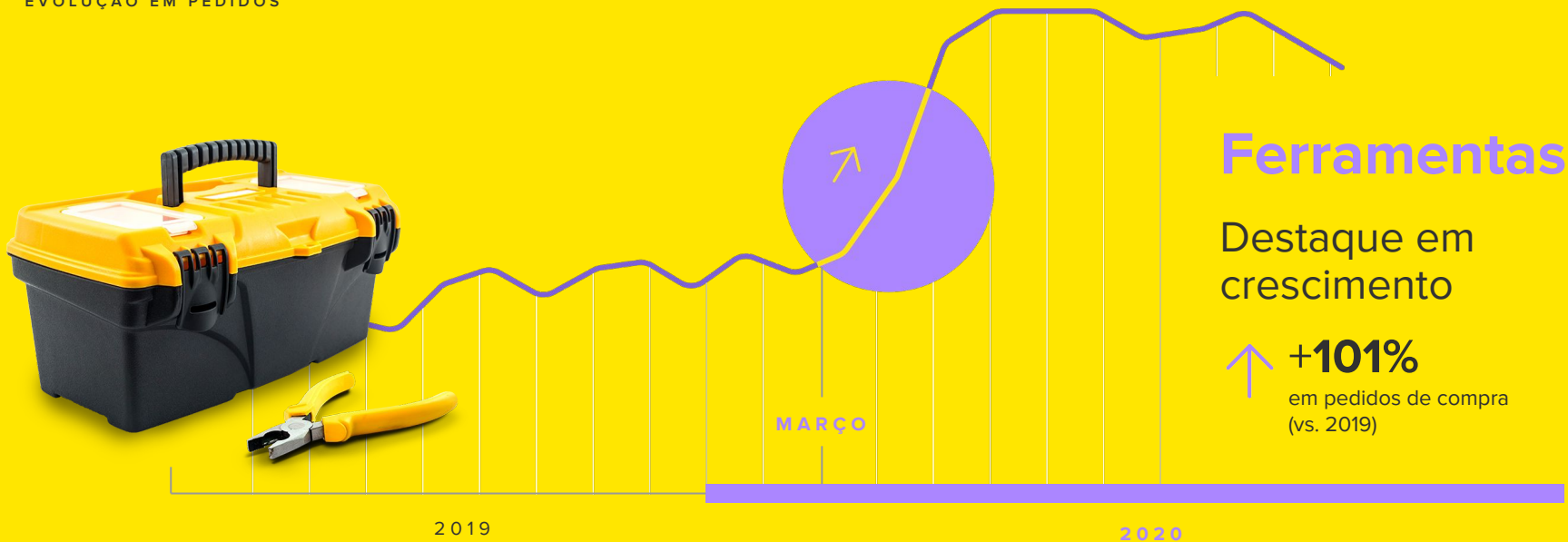
Quais foram as escolhas dos consumidores?

Lar Doce Lar



Pequenos reparos em casa alavancam a categoria de Ferramentas

EVOLUÇÃO EM PEDIDOS



Revestir, equipar e decorar fizeram parte da nova rotina

TOP | CATEGORIAS EM CRESCIMENTO DE PEDIDOS
CASA, MÓVEIS E DECORAÇÃO (VS. 2019)

+223%



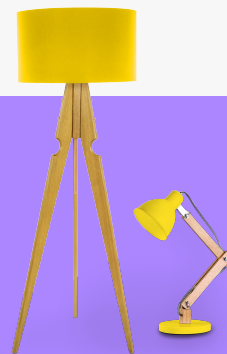
ENFEITES, TÊXTEIS
E DECORAÇÃO

+139%



UTILIDADES DOMÉSTICAS

+84%



ILUMINAÇÃO RESIDENCIAL

+127%



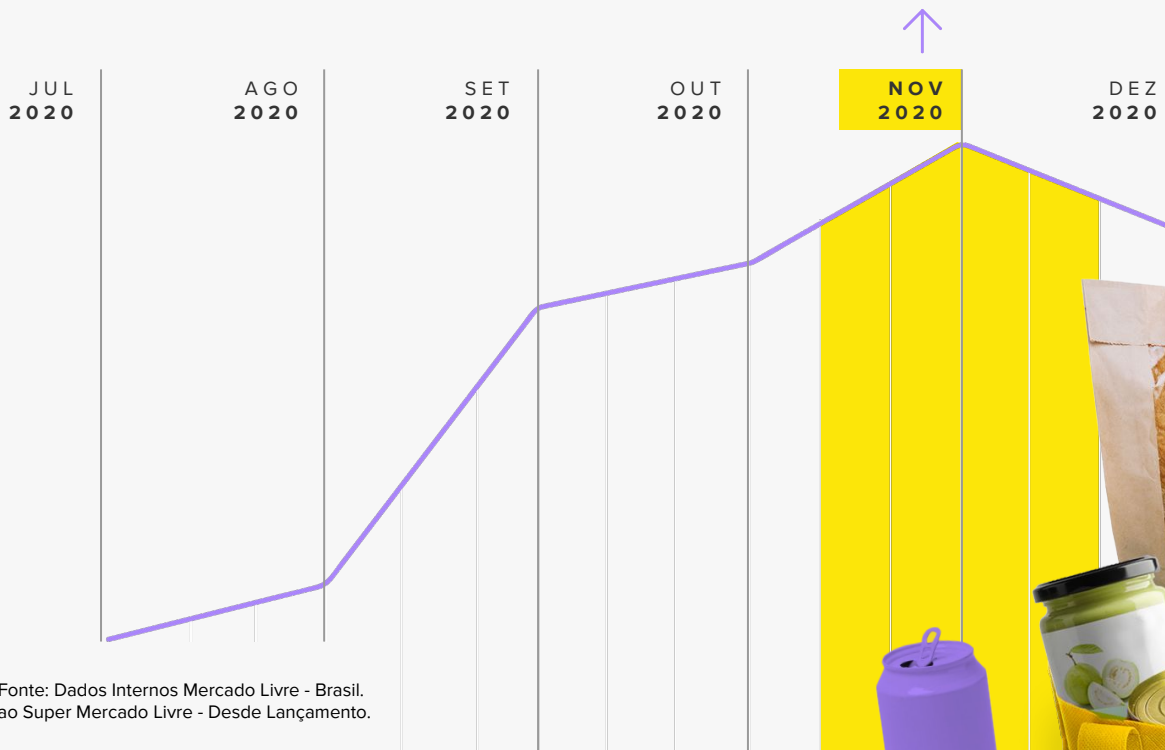
JARDINS E EXTERIORES

3 Quais foram as escolhas dos consumidores?

Compras de Supermercado



Maior procura por compras de supermercado on-line



Pico de visitas ao
Super Mercado Livre
Nov'20



Fonte: Fonte: Dados Internos Mercado Livre - Brasil.
Visitas ao Super Mercado Livre - Desde Lançamento.

3 Quais foram as escolhas dos consumidores?

Busca por Conforto



Trabalho e estudos em casa refletem em um look mais confortável

CATEGORIA

Blusas e Casacos

5X **Crescimento vs Moda**

3a **Maior fonte de novos compradores para Moda**

7a **Maior categoria de Moda**



MAIO

JUNHO

JULHO

3

Quais foram as escolhas dos consumidores?

Bem Estar



Auto-cuidado uma prioridade em destaque no e-commerce

TOP 3 | CATEGORIAS EM CRESCIMENTO DE PEDIDOS - BELEZA E CUIDADO PESSOAL (VS. 2019)

+86%



CUIDADOS COM CABELO

Recorrência

Ganho de frequência compra entre todos os compradores

+115%



CUIDADOS COM A PELE

Desenvolvimento

Avanço na adesão dos compradores frequentes e esporádicos

TERMOS MAIS BUSCADOS

#KitMaquiagem #Maquiagem

#MaletaMaquiagem

+78%



MAQUIAGEM

Atração

Maior destaque entre novos compradores

Esportes e Fitness acompanham a tendência do bem estar

Bicicleta

entre os **TOP 10 termos** mais buscados em todo o site



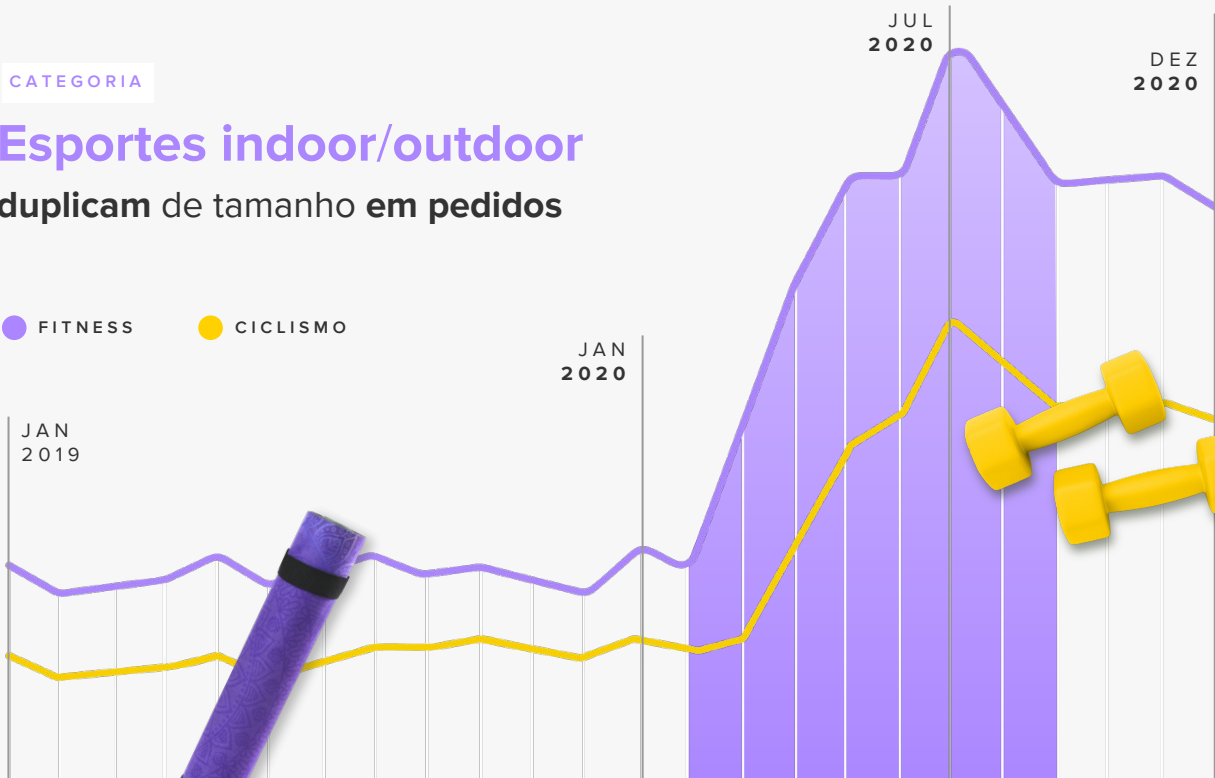
Fonte: Dados Internos do Mercado Livre - Brasil.
Bicicleta - Base: TOP Termos em Buscas Total Site - 2020.

CATEGORIA

Esportes indoor/outdoor

uplicam de tamanho **em pedidos**

● FITNESS ● CICLISMO



O que esperar de **2021**?

A cada **10** compradores digitais

8 manterão ou aumentarão as compras on-line



E-commerce seguirá como
um **destino** às compras

Mais compradores aderiram ao e-commerce



Mais novos compradores (+41% vs. 2019)



6/10 dos novos voltaram a comprar



8/10 afirmam que manterão ou aumentarão as compras on-line em 2021

Mudanças de hábitos de compra



Maior frequência de compra



Mais categorias adquiridas



Entregas mais rápidas

Todas as categorias cresceram de maneira exponencial no canal on-line



LAR DOCE LAR



ENTRETENIMENTO



COMPRAS DE SUPERMERCADO



BUSCA POR CONFORTO



TRABALHO E ESTUDOS EM CASA



BEM ESTAR

AUTORES

Fernanda Nakazaki Gomes Corrêa
Advertising Insights Manager Brasil

María Emilia Balestrino
Advertising Insights Manager Argentina

Nicolás Alberto
Advertising Insights & Analytics
Sr. Manager

PATROCINADORES

Juan Lavista
Advertising Marketing & Insights Director

Fernando Rubio
Advertising VP

PORTA-VOZ

Fernando Yunes
Sr. Commerce VP Brasil

Para mais informações sobre **Mercado Ads**,
contactar a:

Felipe Julião
Advertising Sr. Manager Brasil

Camila Alvarez
Advertising Manager Brasil

Daniela Keller
Advertising Agency Sr. Manager Brasil

Declaração de privacidade do Mercado Livre: Na realização de suas atividades, o Mercado Livre trata os dados pessoais dos usuários de acordo com a Política de Privacidade e com as opções do próprio usuário. Todos os dados aqui representados são agregados e não identificam os titulares de dados pessoais.



**mercado
livre**

Juntos. De mãos dadas, ou não.