



El Comercio Electrónico en Argentina facturó \$ 102.700 millones durante 2016

Etiquetas: cace, comercio electrónico, métricas, online, ventas

Como todos los años, la CÁMARA ARGENTINA DE COMERCIO ELECTRÓNICO presenta su Estudio Anual que realiza con KANTAR TNS. La industria online sigue creciendo y Argentina se consolida como uno de los países más desarrollados en términos de eCommerce.

Material:

[-Descargue la Presentación del Estudio de CACE](#)

Buenos Aires, **15 de febrero de 2016.**- El comercio electrónico en Argentina creció durante el año 2016 un **51%** respecto al año anterior. Esta cifra surge del Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina (#MétricasCACE), que realiza **KANTAR TNS** para la **Cámara Argentina de Comercio Electrónico** (www.cace.org.ar).

Según los resultados del estudio, estos **102 mil millones de pesos** de facturación corresponden a 47 millones de órdenes de compra, un 24% más que en 2015. Durante 2016 el ticket promedio de compra fue de \$ 2.185. Estos números representan 75 millones de productos, casi el doble que en el año anterior y los rubros que impulsaron el crecimiento en unidades fueron Alimentos, bebidas y limpieza, y Cosmética y perfumería.

En este sentido los rubros que más crecieron en facturación fueron:

- Artículos para el hogar (muebles, construcción, decoración) +124%
- Cosmética y perfumería +104%
- Accesorios para autos, motos y otros vehículos +98%

Los medios de pago más utilizados durante 2016 fueron las tarjetas de **crédito, con un 88%** de las compras. El pago en **efectivo contó con el 11%** y la transferencia un 1%. Un factor de compra que continuó siendo prioritario en el 2016 fue el financiamiento ya que el 76% de los consumidores declaró que prefiere las cuotas. Esto es reconocido por las empresas ya que el 88% de las mismas ofrecieron compras en cuotas.



Cómo compramos los argentinos

El estudio asimismo arroja que el eCommerce en Argentina continúa consolidándose en el país, ya que el 90% de los argentinos conectados* ya compró online alguna vez, lo que representan a 17.8 millones de personas.

Las mujeres lideran en cuanto a género ya que representan el 67% del total de compradores y si analizamos las edades de los e-shoppers, los Millenials son mayoría, con el 57% de las compras.

Analizando categorías preferidas por género, se puede observar que los hombres se caracterizan por elegir tecnología, accesorios para autos, software y deportes. Las mujeres, por su lado, se orientan más a la compra de turismo y entradas a espectáculos. Los Millenials también cuentan con ciertos rubros que los representan y estos son: cosmética, indumentaria, equipos de audio y telefonía.

“Argentina es uno de los países más desarrollados de América Latina en términos de eCommerce. Podemos decir que el año pasado pudimos cumplir un objetivo: casi toda la población adulta que tiene acceso a internet realizó al menos una compra online. Esto también tiene mucho que ver con la federalización que está logrando el comercio electrónico en el país. Según los resultados del estudio la distribución de ventas se vio diversificada, con un marcado crecimiento de la Región Centro y NOA. De todos modos, AMBA sigue siendo la zona con mayor concentración de ventas. Otra cuestión importante a mencionar es que los consumidores argentinos se están animando y realizan compras en nuevos rubros. En 2016 vimos que crecieron categorías nuevas, no tan tradicionales, como son decoración, cosmética y accesorios para autos. Y en este punto, lo que no podemos dejar de mencionar es que esto es un claro índice de la madurez en la industria, ya que además del crecimiento continuo de las industrias más consolidadas del eCommerce podemos ver como también se va diversificando y creciendo el panorama a nuevos sectores. Así que estamos más que contentos de continuar profesionalizando el comercio electrónico argentino y de ver cómo la industria crece año a año” afirmó Gustavo Sambucetti, Presidente de CACE.

El m-commerce ganó terreno

Hoy por hoy Argentina ya cuenta con el 85% de las empresas ofreciendo la opción m-commerce. De hecho, en promedio el 21% de la facturación de aquellas empresas que implementaron esta herramienta provino de dispositivos mobile.

En cuanto a las búsquedas, por primera vez se revirtieron las proporciones, ya que en 2016 el 60% de las sesiones llegaron desde móviles.

El evento de presentación del Estudio de Comercio Electrónico 2016 cuenta con el auspicio de Grupo Logístico Andreani (<http://www.andreani.com/>).

**El 80% de la población argentina es usuaria de internet. Fuente WorldStat. Los adultos usuarios de internet son 19.7 millones de personas.*



Ficha técnica: Muestra OFERTA

Universo: empresas participantes que comercializan productos y servicios online.

Tamaño Muestral: 160 casos.

Muestra: Empresas socias de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.

Técnica de recolección: Entrevistas online.

Fecha de Campo: Diciembre 2016.

Ficha técnica: FASE DEMANDA

Zona Geográfica: CABA, GBA e Interior.

Universo: Población argentina de 18 a 65 años, que haya realizado al menos una compra online en los últimos 6 meses.

Tamaño Muestral: 800 entrevistas.

Técnica de recolección: Entrevistas cuantitativas online.

Fecha de campo: Diciembre 2016

La Edición 2016 del Estudio anual de Comercio Electrónico fue realizada por KANTAR TNS.

Acerca de KANTAR TNS

Kantar TNS es una de las agencias de investigación de mercado más grandes del mundo con expertos en más de 80 países. Brindamos insights accionables para ayudar a las empresas a tomar decisiones de impacto e impulsar su crecimiento.

Con experiencia en innovación, marcas y comunicación, activación de shopper y satisfacción de clientes, ayudamos a nuestros clientes a identificar, optimizar y activar los momentos que importan para impulsar el crecimiento de sus empresas.

Somos parte de Kantar, una de las empresas líderes mundiales en datos, insights y consultoría.

Para más información visite www.tnsglobal.com

Por favor visita <http://www.tnsglobal.com/office/tns-argentina>

Facebook: <https://www.facebook.com/TNSArgentina>

Twitter: <https://twitter.com/TNSArgentina>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/tns-argentina>



Sobre CACE

La Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) es una Asociación Civil sin fines de lucro constituida en el año 1999 con el propósito de divulgar y promover el uso y desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas al trabajo y los negocios, las comunicaciones, el comercio y los negocios electrónicos.

Cuenta con más de 1000 socios de diferentes sectores de la industria, comercio y servicios que hacen realidad los negocios y comercio electrónico en la Argentina y la región, siendo la principal institución nacional en promover esta nueva modalidad de trabajo y negocios.

Entre sus principales iniciativas, la CACE realiza un estudio anual de comercio electrónico, el Ecommerce Day, y los eventos de conveniencia CyberMonday y Hot Sale en Argentina.

Más información: www.cace.org.ar

