



# El comercio electrónico creció un **76% EN 2019**

Por noveno año consecutivo, la Cámara Argentina de Comercio Electrónico presenta su Estudio Anual que realiza junto a Kantar Insights con el objetivo de analizar el comportamiento de empresas y consumidores argentinos en las compras online. Durante el último año, además de crecer muy por encima de la inflación, el comercio electrónico registró ventas por más de mil millones de pesos al día. • **CACE\***

El comercio electrónico en Argentina creció durante 2019 registró una facturación de \$403.278 millones de pesos. Esta cifra surge del Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina que realiza Kantar Insights para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico ([www.cace.org.ar](http://www.cace.org.ar)). En 2019 fueron vendidos 146 millones de productos, un 22% más que en el año anterior, a través de 89 millones de órdenes de compra (un 12% más que en 2018). El ticket promedio de compra fue de \$ 4.500. Ade-

más, se destaca la maduración del canal online registrando una suma de más de 828 mil nuevos compradores.

Los 5 rubros que más facturaron en eCommerce son:

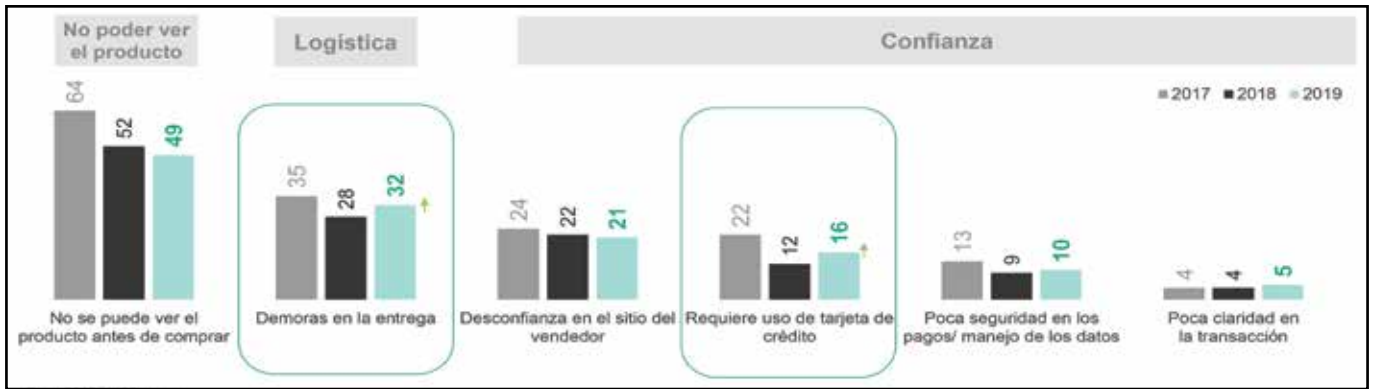
- Pasajes y turismo: \$ 87.069 millones (+44% vs 2018).
- TV, equipos de audio, consolas, TI y telefonía: \$ 46.200 millones (+70% vs 2018).
- Alimentos, bebidas y artículos de limpieza: \$ 41.591 millones (+111% vs 2018).

- Artículos para el hogar (muebles y decoración): \$ 38.921 millones (+91% vs 2018).

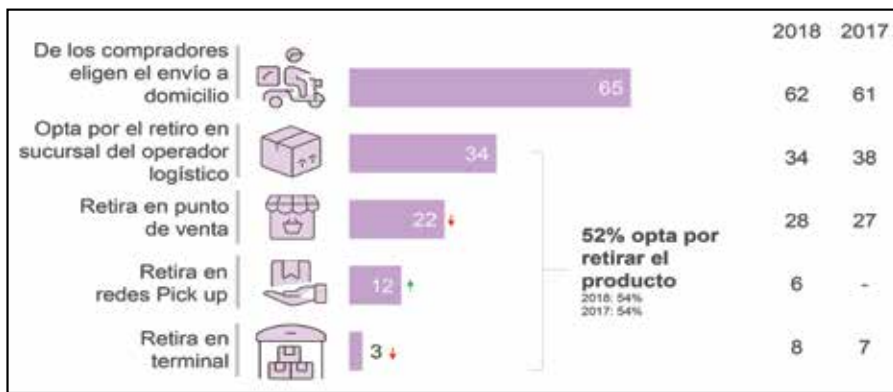
- Electrodomésticos (línea blanca y marrón): \$ 26.506 millones (+96% vs 2018)

Durante 2019 se evidenciaron crecimientos por encima de la media de algunas categorías que se están consolidando, aunque no alcanzan a formar parte de los rubros que más facturaron del último año. Estos son Cosmética y perfumería (+118% vs 2018), Accesorios para

\* Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina realizado por Kantar Insights para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico.



Opciones logísticas en %



Logística en eCommerce: el envío a domicilio es la opción más elegida

Como modalidades de entrega al comprador, las tiendas señalaron en primer lugar al retiro en tienda (50%), envío a domicilio (39%) y retiro en sucursal de operador logístico (9%), dentro de otras alternativas. Un dato destacable es que en los supermercados y farmacias aparecieron como un nuevo protagonista las apps de pedidos y delivery (Last Millers), que representaron el 28% del total de las órdenes de compra y el 8% de la facturación de esas categorías.

“El comercio electrónico en Argentina continúa creciendo. Desde hace 20 años en CACE tenemos como misión promover el uso y desarrollo de tecnologías aplicadas a la economía digital. Entendemos que el ecosistema hizo eco de nuestros esfuerzos, generando una industria cada vez más profesionalizada y consumidores cada vez más contentos. De hecho el 99% evalúa positivamente su experiencia de compra online y un 25% se mostró como extremadamente satisfecho. Es un enorme voto de confianza y una gran responsabilidad”, sintetiza Alberto Calvo, Presidente de CACE.

Por su parte, Victoria Lupo, Brand & Commerce Director Kantar Insights, señala: “Se observó una fuerte presencia de consultas online previo a la realización de compras offline, vislumbrando de esta manera la consolidación de la omnicanalidad y reforzando que el canal digital complementa a las compras en tiendas físicas”.

autos, motos y otros vehículos (+112% vs 2018), Indumentaria (no deportiva) y Deportes (+98% vs 2018), y Materiales y herramientas de construcción (+91% vs 2018).

“Estos resultados confirman que en Argentina las compras online de productos de consumo cotidiano se vuelven cada vez más habituales. El Estudio revela que la frecuencia de compra continúa en crecimiento, alcanzando la cifra de 2 de cada 3 consumidores que compran (al menos) una vez al mes, muy por encima de 2018. Se observa también que las apps de delivery comienzan a tener mayor protagonismo, como ha sucedido con el uso de marketplaces, respondiendo a un consumidor cada vez más exigente en tiempos de entrega”, sostuvo Gustavo Sambucetti, Director Institucional de CACE.

Medios de pago: lideran las tarjetas de crédito y el uso de +12 cuotas

La tarjeta de crédito sigue siendo el principal medio de pago elegido por los usuarios (78%), seguidos por los

pagos en efectivo (11%) y tarjeta de débito (6%). Completan el mix las billeteras electrónicas y las transferencias bancarias (5%).

Se destaca un fuerte crecimiento en la cantidad de cuotas elegidas, impulsadas por la reaparición de opciones de financiación. Utilizaron 12 cuotas el 22% de los compradores, mientras que el uso de 13 a 18 cuotas creció 8 puntos porcentuales, y el pago en 2 cuotas se retrajo en la misma proporción.

Mobile commerce: continúa en alza el uso de dispositivos móviles

El uso de los dispositivos móviles creció tanto para realizar búsquedas de productos (54% en 2019 vs 45% en 2018) como para concretar la compra (43% en 2019 vs 35% en 2018). Por su parte, la utilización de computadoras de escritorio disminuyó sensiblemente (56% en 2019 vs 65% en 2018). De la mano del mobile fueron las apps las que más ganaron terreno: El 22% de los usuarios concretaron al menos una compra por esa vía.

