Modaes

Entorno

Argentina, la promesa del ecommerce: la Red llega al 90% de la población

La cuna del titán Mercado Libre es uno de los yacimientos del comercio electrónico de Latinoamérica. Para 2022, las ventas en la Red superarán los 7.000 dólares.

Modaes
5 dic 2018 - 00:00

Argentina, la promesa del ecommerce: la Red llega al 90% de la población

A pesar de tener una economía frágil, Argentina es, junto a Brasil y México, de los pocos países en Latinoamérica en el que más se ha desarrollado el ecommerce. El país ha arrojado incluso a Mercado Libre, uno de los mayores operadores de la región que, en algunos de los territorios, llega incluso a superar al titán estadounidense Amazon.

El comercio electrónico en el mercado argentino se catapultó un 51% en 2016 con respecto al año anterior, según el Estudio anual de comercio electrónico en Argentina, que realiza Kantar TNS para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico. En 2016, las ventas online en el país se situaron en 102.700 millones de pesos argentinos (2.787,46 millones de dólares a cambio actual). **Se estima que en 2022, los ingresos en la Red alcancen 265.000 millones de pesos (7.192,5 millones de dólares)**, según Statista.

En volumen, se realizaron un total de 47 millones de transacciones online, un 25% más que en 2015. Así, en 2016, el ticket medio de compra en la Red fue de 2.185 pesos (61,3 euros). Los medios de pago más utilizado durante 2016 fueron las tarjetas de crédito, que se usaron en casi el 90% de las transacciones.

Las categorías de producto que más crecieron en el comercio online fueron los

Modaes

artículos para el hogar, cuyas ventas se dispararon un 124%; la cosmética y la perfumería, con un crecimiento del 104%, y los accesorios para carros, motos y otros vehículos, con un aumento del 98%. No obstante, **la categoría más vendida en comercio electrónico para los argentinos fueron las reservas turísticas, que representa el 28% del total** de los ingresos en la Red. Los celulares, equipos de audio y de video ocupan la segunda posición seguidos por la ropa deportiva, los artículos para el hogar, la alimentación y los artículos de limpieza.

Argentina cuenta con el 90% de la población con conexión a Internet y los argentinos que durante 2016 compraron alguna vez a través de la Red suman ya 17,8 millones de personas. Las mujeres lideran en el país el consumo online, ya que representan el 63% de los compradores. Por grupos de edad, el 57% de las personas que compran online en el país son *millennial*.

Pese al avance del ecommerce, su peso en el conjunto del retail del país es aún mínimo. En 2016, representaba el 2,3% del total, según Statista. No obstante, se prevé que llegue a ser el 3,2% en 2019. Entre los principales retos a los que se enfrenta la expansión del ecommerce se encuentran un sistema logístico obsoleto y caro. En algunos casos, resultan más caros los costes de envío que el producto en sí: comprar un libro por Internet puede costar 300 pesos (unos ocho dólares) y los costes de envío llegar a los 350 pesos (cerca de diez dólares).

Mercado Libre, el estandarte

Con una cifra de negocio de 1.385 millones de dólares en 2017, Mercado Libre es el principal operador de Argentina y del conjunto de Latinoamérica. En su mercado local, otras de las mayores plataformas de venta online son eBay, Amazon y retailers de electrodomésticos como Garbarino y Frávega.

Cotizada en el Nasaq, Mercado Libre facturó en 2017 sólo en Argentina 359,3 millones de dólares tras crecer un 37%. El grupo se encuentra en plena expansión internacional. La empresa, fundada en 1999, opera en una veintena de países en Latinoamérica. Su principal mercado es el mexicano.