



# ESTUDIO MID 2019



FASE OFERTA



ANÁLISIS RESULTADOS  
MID 2019

La facturación del primer semestre de 2019 es un **56% mayor** a la facturación del mismo periodo del año anterior



# 152.619

**MID 2019** | Millones de pesos

---

\$229.760

Anual 2018

---

\$97.892

MID 2018

Base 141 casos



**56,5 Millones** ▶  
Unidades vendidas

un **7%** más de los productos  
vendidos en Mid 2018

**2,1 Millones** ▶  
Tráfico

un **20%** más de sesiones  
que en Mid 2018

**41,9 Millones** ▶  
Órdenes

un **21%** más de ordenes de  
compra generadas en el Mid  
2018

# Mobile domina en visitas y compras



 **71%**  
Del tráfico  
MID 2019



Tráfico

67%  
Anual'18  
59% MID'18

Mobile



 **50%**  
De las compras  
MID 2019

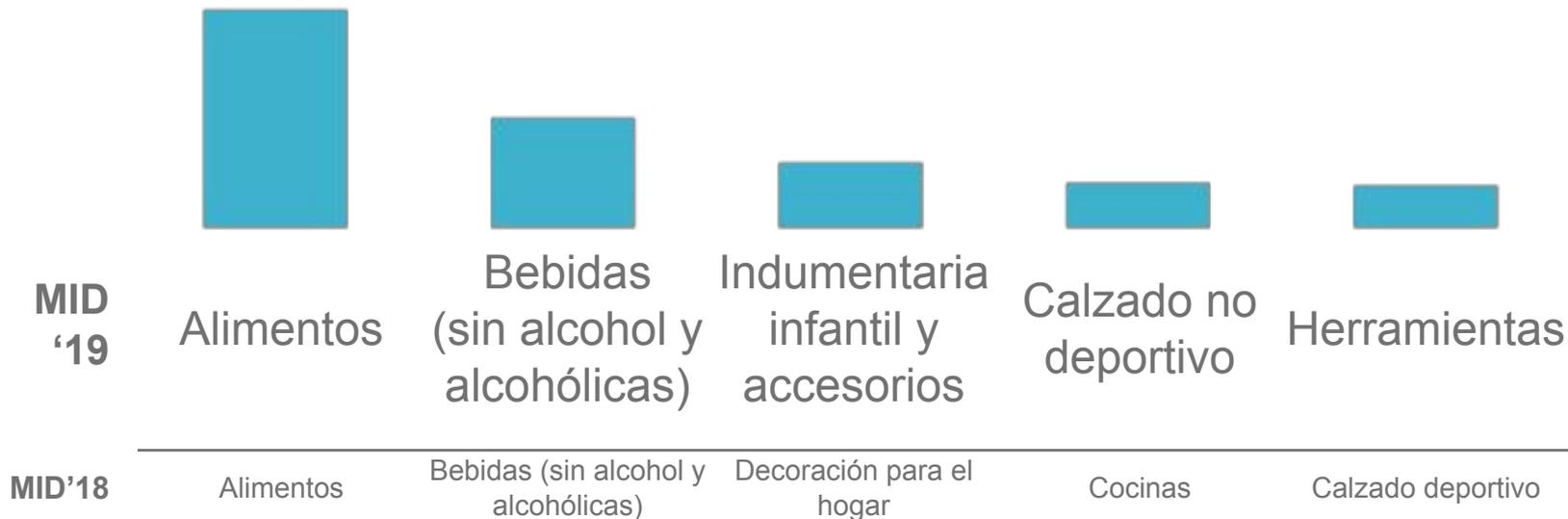


Compra

43%  
Anual'18  
36% MID'18

Considerando las empresas que tienen un gran volumen de órdenes y las soluciones Mobile más desarrolladas, el porcentaje de órdenes de compra a través de estos dispositivos es del **63%**

## TOP 5 de productos más vendidos por unidad



Base: Total entrevistados 107 casos

## MEDIOS DE PAGO más elegidos

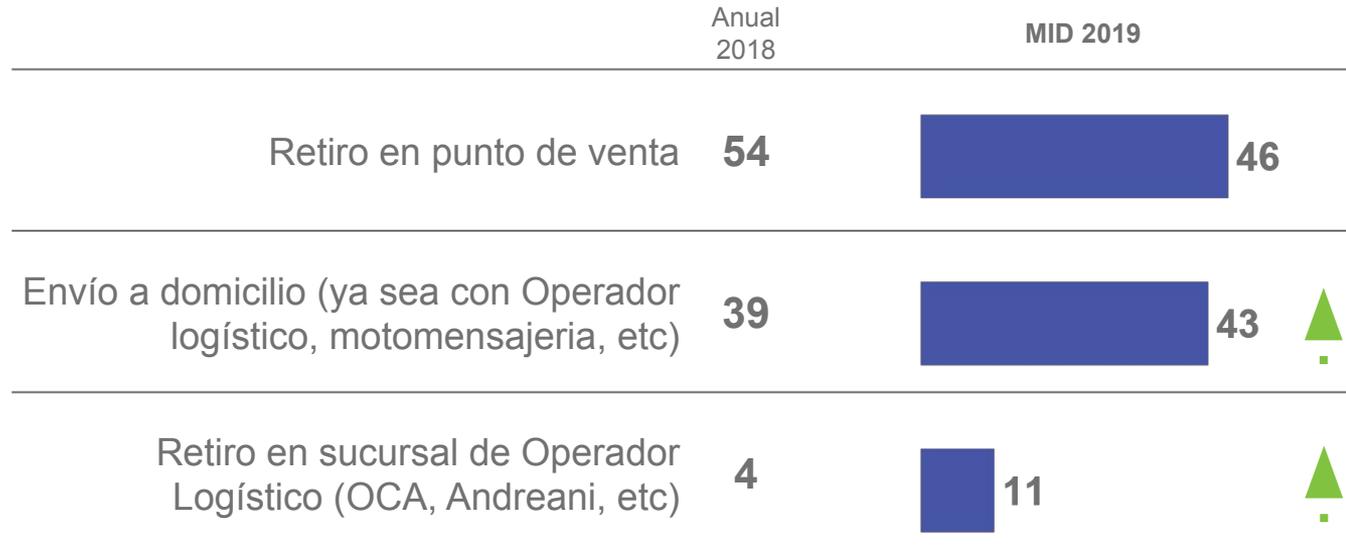


	MID 2018	Anual 2018	MID 2019
Tarjeta de crédito a través de una plataforma de pago	61	59	63
Tarjeta de crédito a través de un Gateway de pago	21	18	14
Pago en efectivo al retirar o recibir el producto o en Pago Fácil / Rapipago	10	11	10
Tarjeta de débito en el lugar de compra o a través de internet	5	7	9
Billetera Electrónica (PIM, etc)*	-	4	5
Tarjeta de crédito en el lugar de compra	2	1	0
Transferencia bancaria	1	1	0



Base 131 casos

## OPCIONES LOGÍSTICAS más elegidos



Base 131 casos

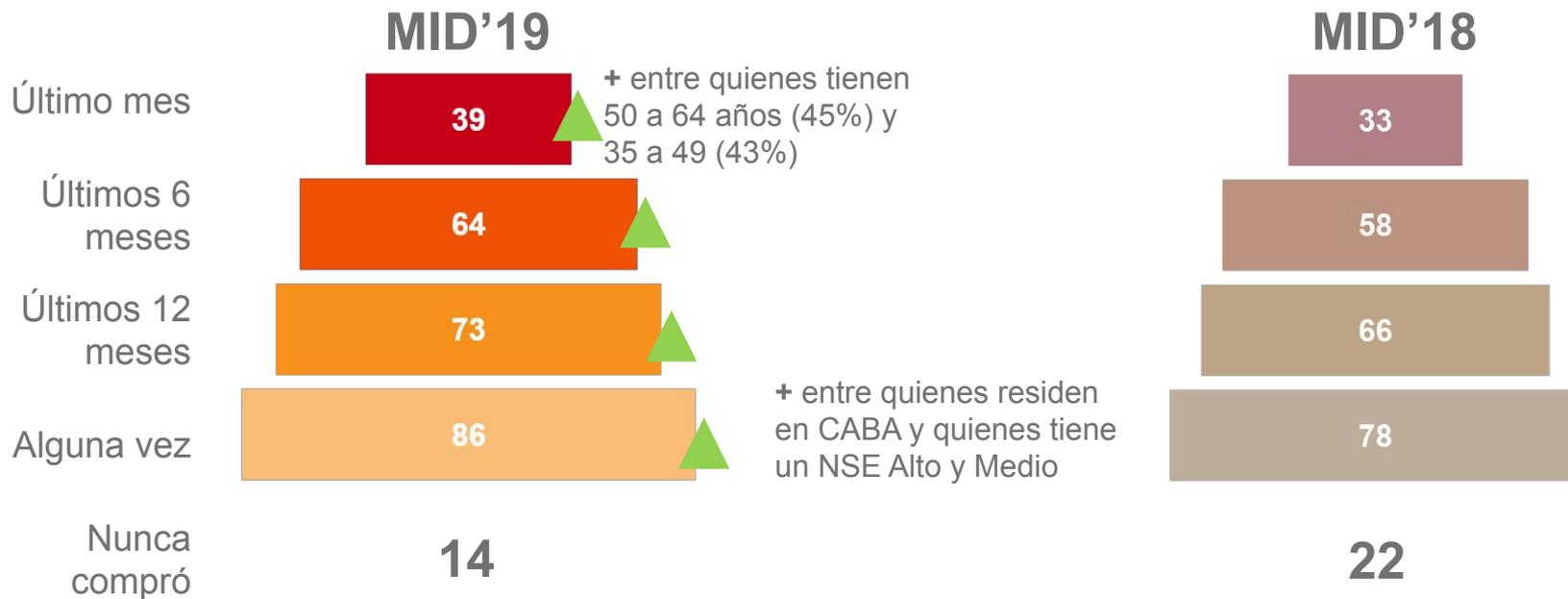


FASE DEMANDA

# 9 de cada 10 argentinos compraron online alguna vez y siete lo hicieron el último año



Datos en %



Base: 818 casos

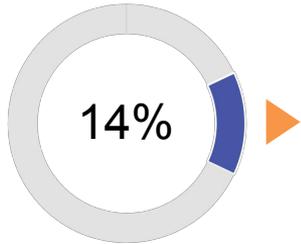
Base: 1145 casos

\*Adultos argentinos conectados

# BARRERAS en la compra online entre quienes nunca compraron por internet



Media de barreras	
MID'19	MID'18
1,1	2,2



Nunca compro online

Comprar online me genera desconfianza



MID'19 MID'18

35 58

No tengo tarjeta de crédito



31 34

Prefiero tener el producto de inmediato, sin esperar el envío



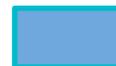
16 31

No me interesa comprar online



13 26

No manejo los dispositivos digitales tan bien como para comprar online

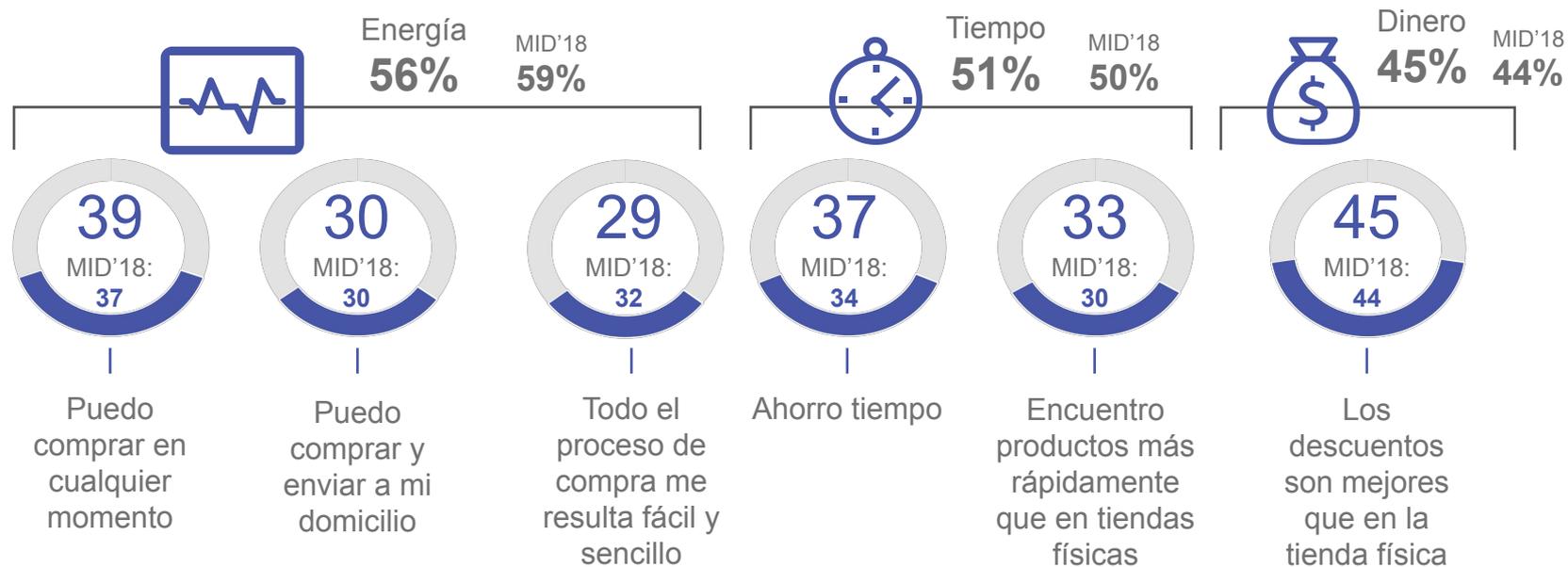


9 27

Base: 125 casos

Base: 110 casos

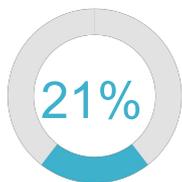
# Lo que más **valora** el comprador online



## En síntesis



Más de facturación vs MID 18



Más de tickets vs MID 18



Más tráfico y órdenes a través de Mobile



Una experiencia cada vez más regular



La cantidad de barreras se reduce a la mitad, y se vislumbra una mayor consideración de compra a futuro





¡MUCHAS GRACIAS!



**KANTAR**