

El comercio electrónico creció un 68% y superó los 1,5 billones de pesos en ventas en 2021

Por 11avo 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 el canal online durante 2021

15 de marzo de 2021.- El comercio electrónico en Argentina **creció durante 2021 un 68% respecto al año anterior** y registró una **facturación de \$1.520.000.000.000 de pesos** (un billón quinientos veinte mil millones). 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).

Durante la pandemia por Covid-19 se produjo un boom de compras online. Según el estudio, en 2021 continuó creciendo: fueron vendidas **381 millones de unidades**, un 52% más que en el año anterior, a través de **196 millones de órdenes de compra** (un 20% más que en 2021), y el ticket promedio de compra fue de \$7.757. Además, se sumaron **684.459 nuevos compradores**, registrando una suma total de **20.742.665 compradores online**.

Tendencias y frecuencia de compra

Con una mayor apertura y flexibilización, los compradores modificaron su frecuencia de compra:

- Los **ocasionales**, que compran cada 2-3 meses o menos, comenzaron a tener más participación: pasaron del 36% en 2020, al 42% en 2021.
- Los **cotidianos**, aquellos que compran entre 1 vez por semana y una vez por mes, pasaron a representar un 20% (vs 19% en 2020).
- Por último, los **regulares**, que realizan compras todas las semanas, se redujeron a un 38% del total los regulares (vs 46% en 2020).

Esta menor actividad online, se puede explicar con el retorno paulatino a las actividades presenciales: durante 2021, los compradores online argentinos salieron más a comer (18% vs 6% en 2020), fueron más al cine (10% vs 6% en 2020) y visitaron más tiendas físicas para comprar calzado e indumentaria (17% vs 11% en 2020).

Los 5 rubros que más facturaron en eCommerce son:

1. **Equipos de audio, imagen, consolas, TI y telefonía:** \$247.085 (creció un 61% vs año anterior)

2. **Alimentos, bebidas y artículos de limpieza:** \$226.088 (creció un 51% vs año anterior)
3. **Artículos para el hogar** (muebles, decoración): \$197.251 (creció un 66% vs año anterior)
4. **Pasajes y Turismo:** \$177.041 (creció un 293% vs año anterior)
5. **Electrodomésticos** (línea blanca y marrón): \$112.102 (creció un 66% vs año anterior)

Además, durante 2021 se evidenciaron otros **crecimientos por encima de la media de algunas categorías que se están consolidando**. Estos son: entradas a espectáculos y eventos (+501% vs 2020, el rubro de mayor incremento porcentual), indumentaria no deportiva (+102% vs 2020) y accesorios para autos, motos y otros vehículos (+100% vs 2020)

“Si bien el crecimiento del 2021 fue más moderado que el año anterior, observamos que más allá de la vuelta paulatina a la normalidad, los consumidores argentinos incorporaron el comercio electrónico como un hábito, el cual alternan con los locales físicos.

Por otro lado, para el 60% de las empresas encuestadas, el eCommerce ya representa más del 10% de sus ventas, razón que las ha llevado a invertir en infraestructura y a incorporar personal para el desarrollo del negocio” sostuvo **Gustavo Sambucetti**, Director Institucional de CACE.

Medios de pago: lideran las tarjetas de crédito

La tarjeta de crédito sigue siendo el principal medio de pago elegido por los usuarios (76%), seguidos por los pagos en efectivo (11%) y tarjeta de débito (7%). Completan el mix las billeteras electrónicas y las transferencias bancarias (5%).

Logística en eCommerce: el envío a domicilio vuelve a ser la opción preferida

Al igual que años anteriores, el envío a domicilio se mantiene como la principal opción a la hora de entregar los productos, con el 55%, (vs 56% en 2020). Luego lo sigue el retiro en punto de venta (37% vs 35% en 2020) y el retiro en sucursal se mantiene igual, elegido por el 5% según lo que declararon las empresas consultadas. Por último, se encuentran los envíos a domicilio con mensajería rápida con el 2% y el 1% de los compradores coordinan directamente con el vendedor.

Un dato a destacar en cuanto a la logística, es que durante 2021, el 35% de las empresas abrieron o disponibilizaron un depósito exclusivo para el canal digital. Está, entre otras políticas que impulsaron, dan como resultado que los usuarios perciban una mejora en los tiempos de entrega, especialmente en AMBA, dónde el 23% de las compras se entrega en el día y más del 50% dentro de las 48hs.

“El comercio electrónico en Argentina continúa creciendo y eso nos enorgullece. En CACE, desde hace más de 20 años 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: el 99% de los encuestados está satisfecho con su experiencia de compra online, sintetiza **Alberto Calvo, Presidente de CACE**.

Ficha técnica: fase DEMANDA

- 1.100 encuestas online
- Encuestados entre 18 y 65 años, NSE amplio
- De todo el país

- Que hayan comprado online en el último semestre

Ficha técnica: fase OFERTA

- Encuestas a más de 286 empresas socias de la CACE
- De distintos rubros
- De todo el país

- Que realicen ventas a través de Internet

Acerca de Kantar Insights: Kantar es la empresa líder mundial en consultoría y conocimiento basados en insights. Tenemos una comprensión holística, única y completa de cómo las personas piensan, sienten y actúan, global y logísticamente en más de 90 mercados. Al combinar la profunda experiencia de nuestra gente, nuestras bases de datos y benchmarks, nuestro análisis y tecnologías innovadores, ayudamos a nuestros clientes a comprender a las personas e inspirar el conocimiento. www.kantar.com
kantarargentina@tnsglobal.com @KantarLatam

Acerca de 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 1400 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