



I ESTUDIO MARKETPLACES MÉXICO 2023

Tandem y los Marketplaces

En 2022 México facturó (est.) aprox de **528.000 millones** de pesos en ventas online de productos **(+23% yoy)*** .

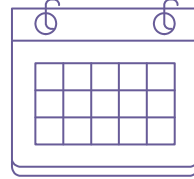
Los Marketplaces ganan protagonismo en la venta online. Hoy son ya un **canal de distribución ineludible**, pero....

¿Cuál es el alcance real de los marketplaces? ¿Qué recurrencia de compra tienen? ¿Quienes son los principales players? ... Éstas y más preguntas tendrán respuesta durante la presentación del estudio realizado por Elogia Research.

¿Cómo se ha llevado a cabo este estudio?



Mexicanos compradores online de 18 a 65 años

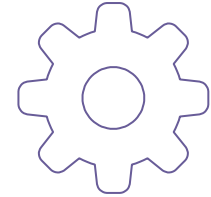


Del 3 al 16 de noviembre, 2022



623 entrevistas

El error muestral de los datos global es $\pm 4,0\%$, con un nivel de confianza del 95,5% y $p=q=0.5$.



C.A.W.I.

(Entrevista auto administrada por ordenador online)



1. Fuentes de información en la compra online

7 de cada 10

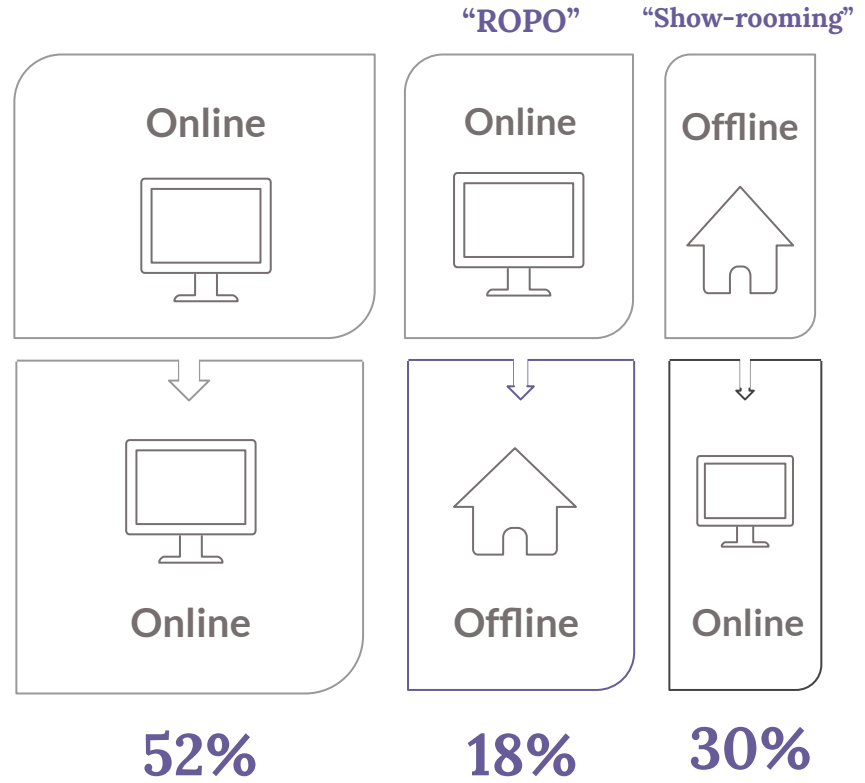
compradores online buscan información online (antes de hacer una compra). 1 de cada 2 busca y formaliza la compra a través de este canal



Buscan

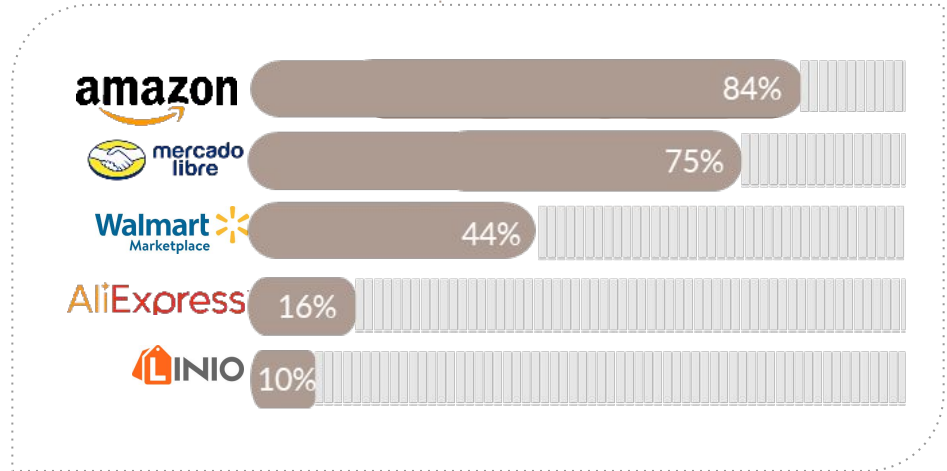
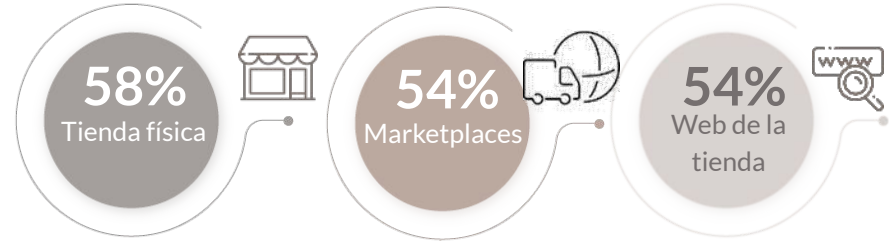


Compran



*Fuente: Estudio Buen Fin y Navidades Mx 2022
¿Con qué situación te sientes más identificado?

Para **1 de cada 2** compradores online, los Marketplaces se convierten en sus fuentes de información sobre productos que quieren comprar, especialmente Amazon y Mercado Libre.



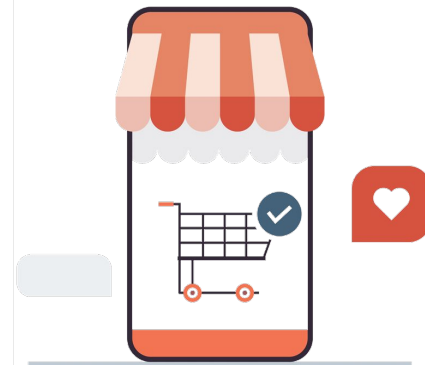
*Fuente: Estudio Buen Fin y Navidades Mx 2022

¿En qué tipo de tiendas tienes pensado comprar? ¿En qué Marketplaces tienes pensado comprar?

Top of mind



*Han mencionado algún eCommerce de forma espontánea que actúa de Marketplace



Al preguntar por webs donde comprar,
**los Marketplaces aparecen en el
Top of Mind de los compradores online
mexicanos**

The background is a misty, foggy forest of evergreen trees. A white line graphic, resembling a stylized leaf or a calligraphic flourish, is positioned in the upper right quadrant, partially overlapping the text.

2. Dimensionamiento del canal



entonces...

¿Qué es un Marketplace?

Es un tipo de eCommerce que permite a **varios vendedores relacionarse con compradores** para hacer una transacción comercial.

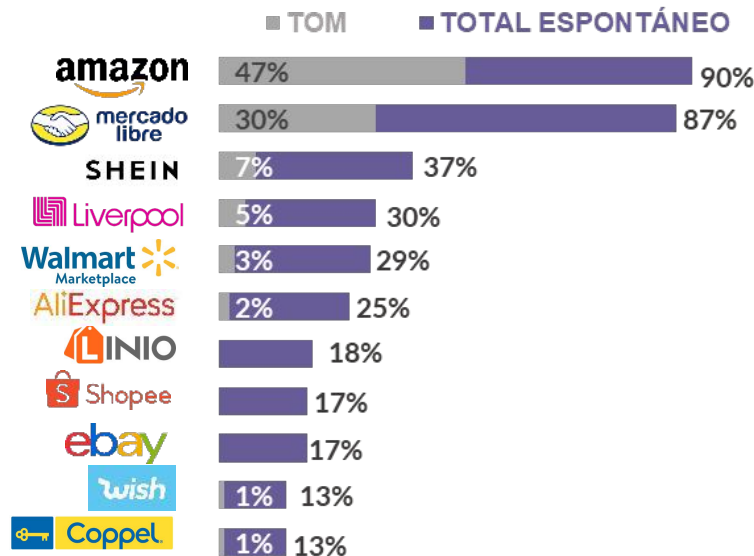
En estas plataformas, los **compradores y vendedores permanecen en el entorno técnico y comercial del Marketplace hasta que la transacción se finaliza.**

Notoriedad espontánea total

Amazon ocupa la primera posición en la mente del comprador cuando hablamos de marketplace. Muy cerca le sigue Mercado Libre. Después vienen Shein y Liverpool, aunque muy por detrás.



Citan en espontáneo
4 marketplaces

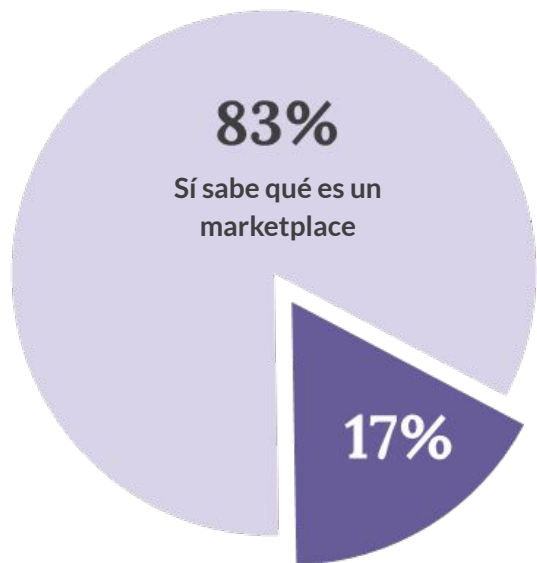


- ¿Qué tienda online/e-commerce te viene a la mente en primer lugar?
- Y, ¿qué otras tiendas online/e-commerce conoces o has oído hablar, aunque no hayas comprado nunca en ellas?

Compradores marketplaces: 623

¿Y los compradores online creen saber que es un Marketplace?

El 83% de los compradores online **dicen saber qué es un Marketplace**, frente a un 17% que desconoce el concepto.



No sabe lo que es

10% “Lugar de compra-venta online”

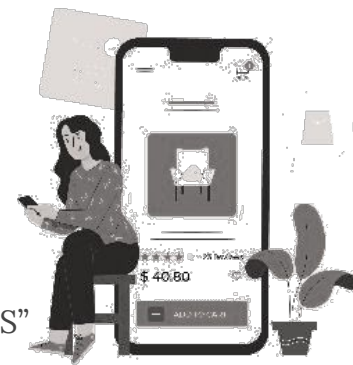
9% “Tienda online”

9% “Lugar de venta online”

9% “Mercado digital”

8% “Lugar de venta (no especifica online)”

8% “Lugares de compra-venta dentro de RRSS”



*Se muestran porcentajes superiores a 8%

- ¿Sabes qué es un Marketplace?
- Y, ¿qué entiendes por Marketplaces? Por favor, define con tus palabras el concepto Marketplace.

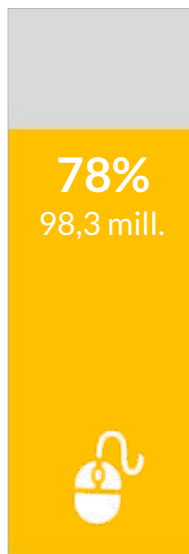
Penetración marketplaces en México

72 millones de mexicanos de 18 a 65 años han comprado alguna vez en un Marketplace

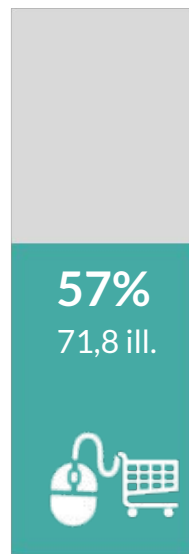
De 18 a 65 años...



Población Mexicana
Fuente: INEGI Mx
2020



Internautas
Fuente: STATISTA
2022



Compradores Online
Fuente: Estudio Moda en MX
Elogia 2022



Compradores Marketplace

57%

de la población de 18 a 65 años ha comprado alguna vez en Marketplaces

100%

de los compradores online

La *experiencia* de compra en *Marketplace* *está en el día a día* del comprador online mexicano (el 100% de los compradores online ha comprado en algún site que opera como marketplace)

El **100%**
de los compradores online
son compradores
en Marketplaces



CONOCE
algún Marketplace

100%

HA VISITADO
algún Marketplace

100%

HA COMPRADO
en algún Marketplace

100%

SU E-COMMERCE
PRINCIPAL DE COMPRA
es algún Marketplace

99%

- Y del listado que te mostramos, ¿qué tiendas online/e-commerce conoces?
- ¿Y cuáles has visitado alguna vez, independientemente de si has comprado o no?
- ¿Y en cuáles has comprado alguna vez? ¿Y cuáles son tus tiendas online principales donde sueles comprar?

Compradores marketplaces: 623

Marketplaces analizados

amazon

mercado
libre

Liverpool

Coppel

Walmart
Marketplace

INIO

Claró-shop

El Palacio de Hierro

segundamano

ebay

elektra

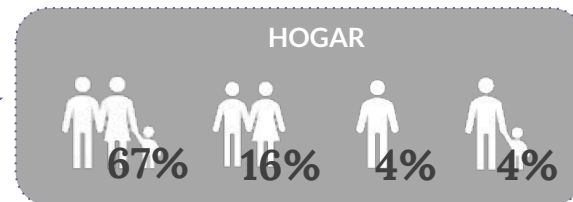
wish

AliExpress

SEARS

Radiografía del comprador en Marketplace

El comprador de marketplaces es tanto hombre como mujer, de 37 años en promedio y con hijos en el hogar.



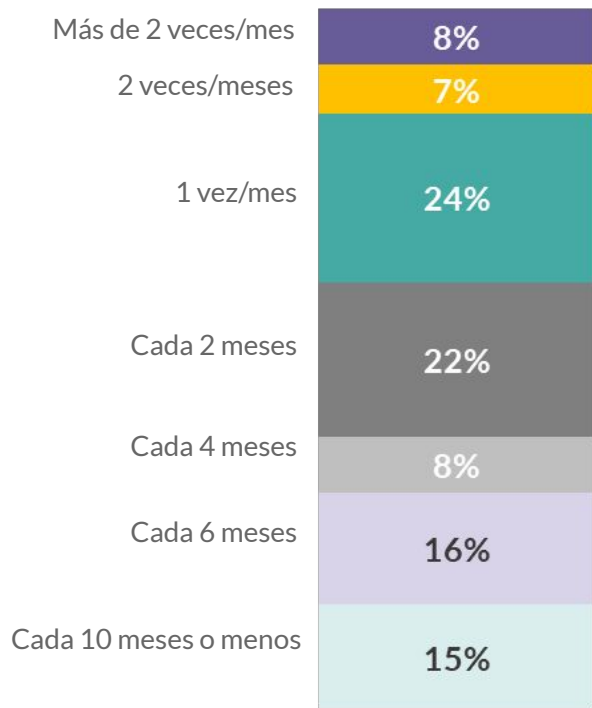


3. Hábitos de compra

Hábitos de compra: frecuencia y gasto

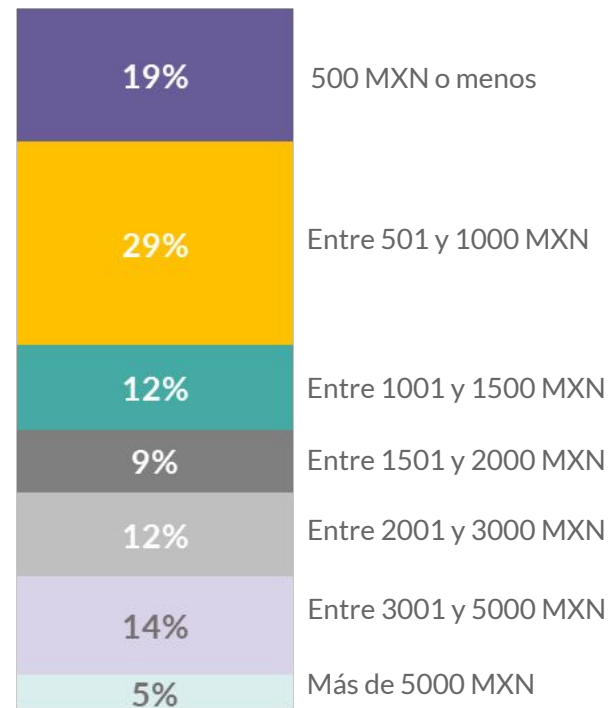
Frecuencia de compra

10,7 veces/año



Gasto promedio

1774 MXN

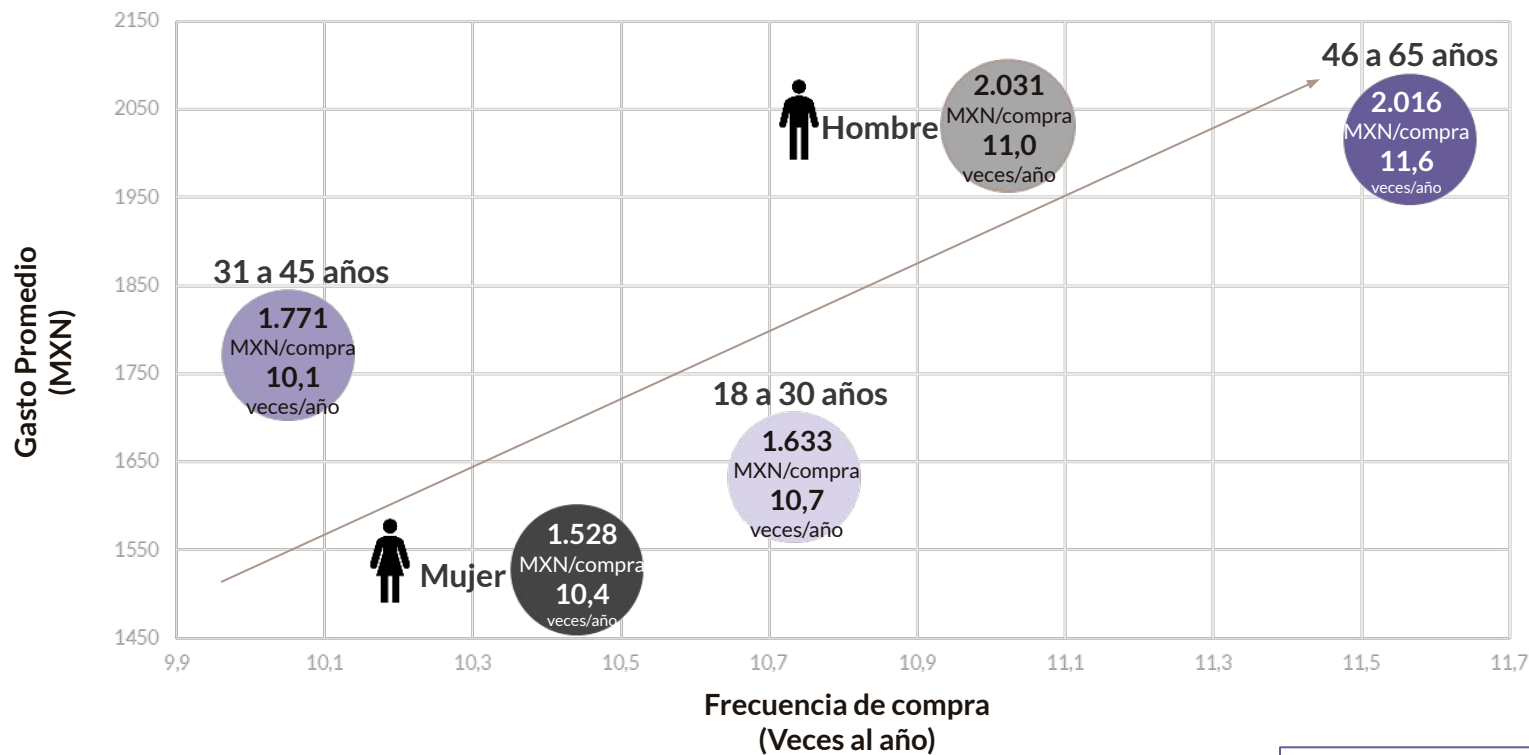


- ¿Y con qué frecuencia sueles comprar en...?
- Y aproximadamente, ¿cuánto te gastaste la última vez que compraste en...?

Compradores marketplaces: 623

Hábitos de compra: frecuencia y gasto por targets

Los hombres y los compradores de 46 a 65 años lideran el ticket promedio y la frecuencia de compra en marketplaces.



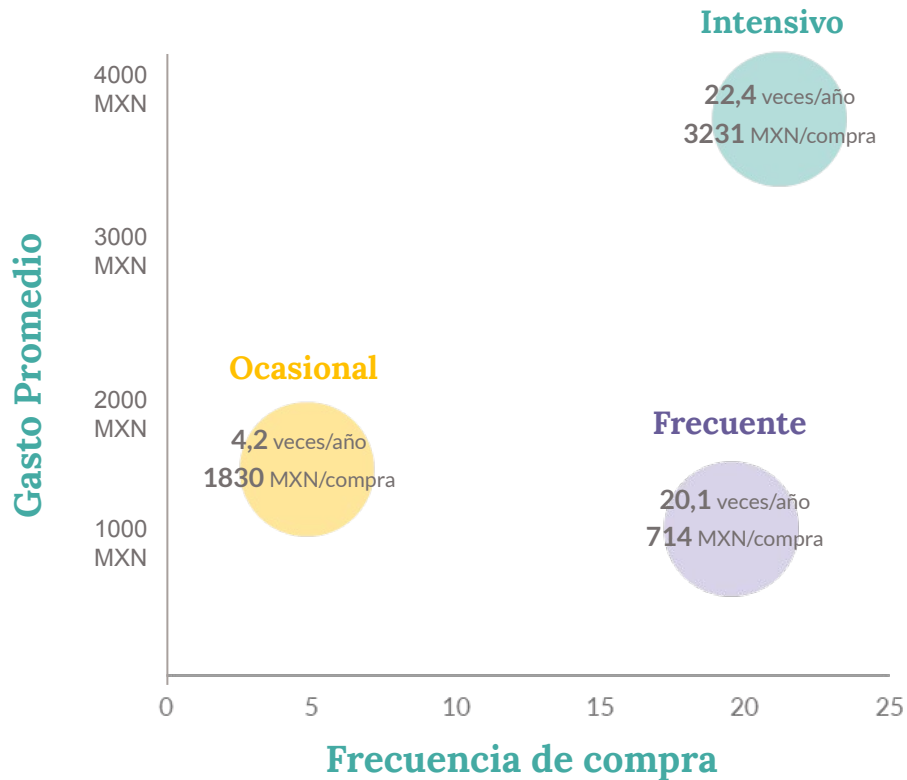
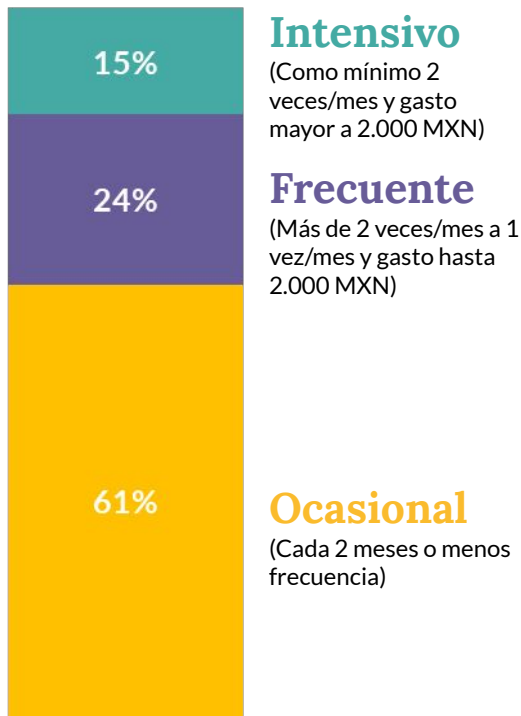
- ¿Y con qué frecuencia sueles comprar en...?
- Y aproximadamente, ¿cuánto te gastaste la última vez que compraste en...?

Compradores marketplaces: 623

Hábitos de compra: **perfiles** de compradores

La **frecuencia** de compra determina diferentes perfiles de compradores.

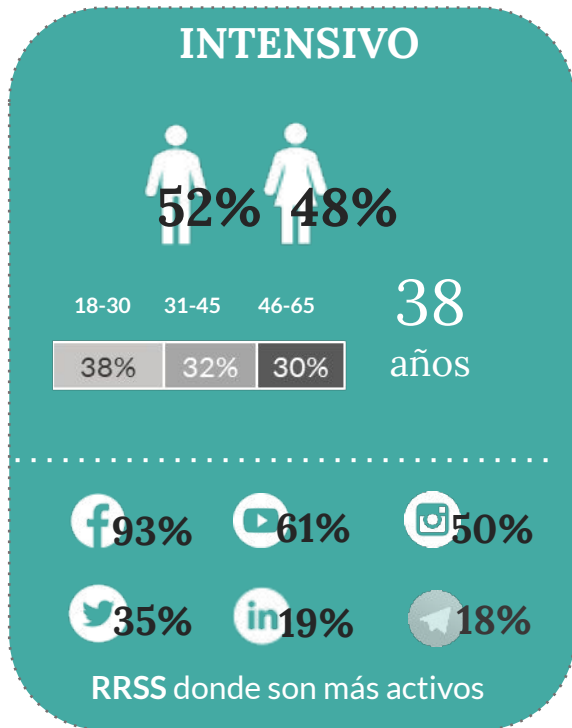
Podemos identificar **3** tipologías de comprador de Marketplace en función de su intensidad de compra a nivel de *frecuencia* y *ticket promedio*.



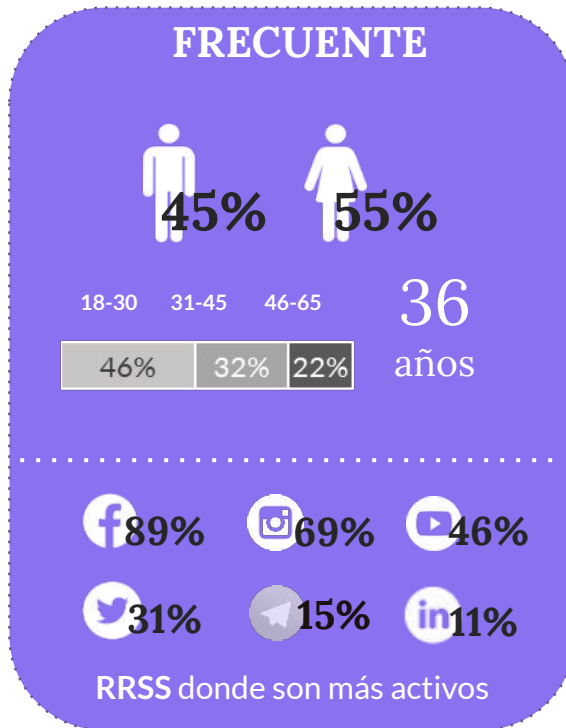
- ¿Y con qué frecuencia sueles comprar en...?
- Y aproximadamente, ¿cuánto te gastaste la última vez que compraste en...?

Compradores marketplaces: 623

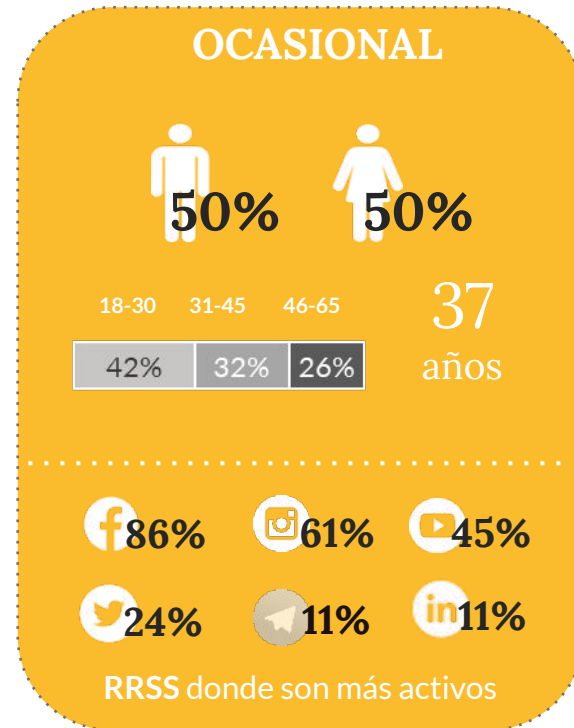
Hábitos de compra: ¿Quiénes son los distintos **perfiles**?



Ligera mayor proporción masculina, de 38 años en promedio. Usan redes sociales de forma intensiva (más número de RRSS).



Mayor proporción femenina, de 36 años en promedio (el grupo más joven) y usan más redes sociales que el perfil Ocasional.

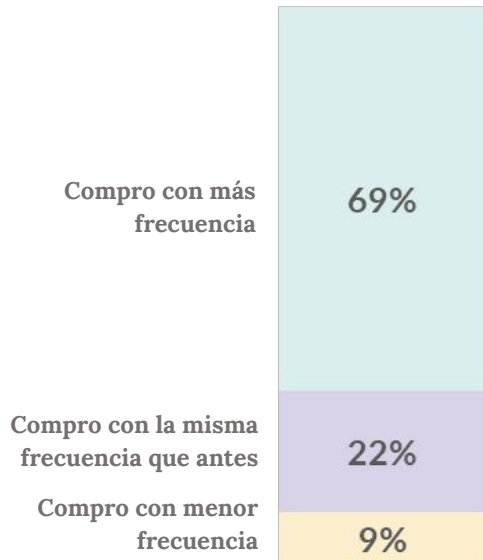


Tanto hombres como mujeres, de 37 años en promedio.

Hábitos de compra - Frecuencia de compra

Con la llegada de la pandemia, un **69%** de los entrevistados declara haber intensificado su frecuencia de compra (un **9%** declara lo contrario). El perfil **Ocasional** es el que más ha reducido su frecuencia de compra.

¿La frecuencia de compra online ha variado con la llegada de la pandemia?



SEXO		EDAD			PERFILES		
♂	♀	18-30	31-45	46-65	Intensivo	Frecuente	Ocasional
65%	74%	73%	72%	61%	77%	74%	66%
26%	18%	18%	20%	30%	19%	21%	22%
10%	9%	9%	9%	9%	4%	5%	12%

□ Diferencia significativa al 95% vs. resto de grupos
⋯ Diferencia significativa al 95% vs. algún grupo

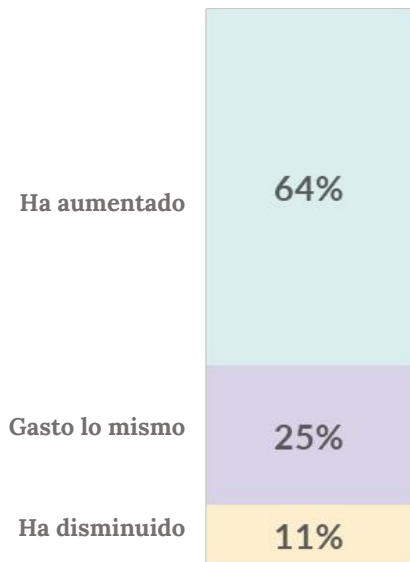
Compradores marketplaces: 623

• ¿Consideras que la frecuencia con la que compras online ha variado tras la pandemia?

Hábitos de compra - Gasto

Asimismo, un **64%** de los encuestados **afirma haber aumentado su gasto** en compra online, frente al **11%** que **lo ha disminuido**. Coincide que los que han intensificado la frecuencia de compra también incrementan el ticket promedio (en declarativo): los perfiles **Intensivo** y **Frecuente**.

¿Ha variado el gasto?



SEXO		EDAD			PERFILES		
♂	♀	18-30	31-45	46-65	Intensivo	Frecuente	Ocasional
66%	63%	66%	63%	63%	79%	68%	59%
23%	27%	22%	28%	27%	15%	23%	28%
11%	10%	12%	10%	10%	6%	9%	13%

□ Diferencia significativa al 95% vs. resto de grupos
⋯ Diferencia significativa al 95% vs. algún grupo

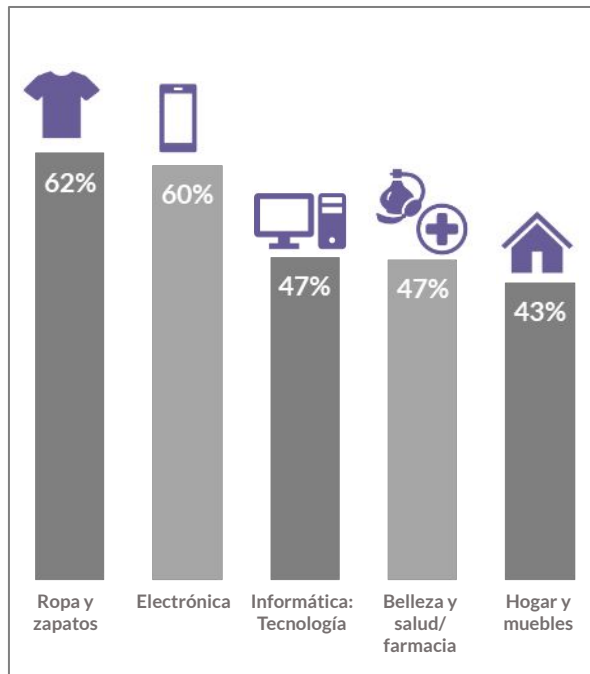
Compradores marketplaces: 623

The background features a silhouette of a hill with several tall, thin trees on top. The sky is a warm, golden-yellow color, suggesting a sunset or sunrise, and is filled with numerous small birds in flight. A large, white, hand-drawn speech bubble outline is positioned behind the text, pointing towards the top right.

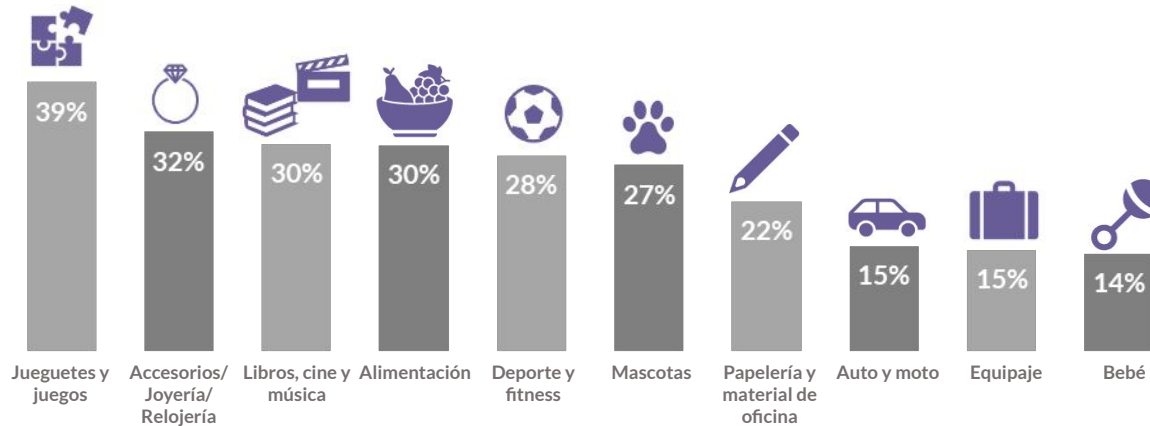
4. Categorías de productos compradas en Marketplaces

Categorías de producto que compran en Marketplaces

La ropa y calzado, la electrónica, la informática, la belleza y salud/farmacia y el hogar y muebles son las categorías más compradas.



Compran en Marketplaces
5,2 categorías de productos

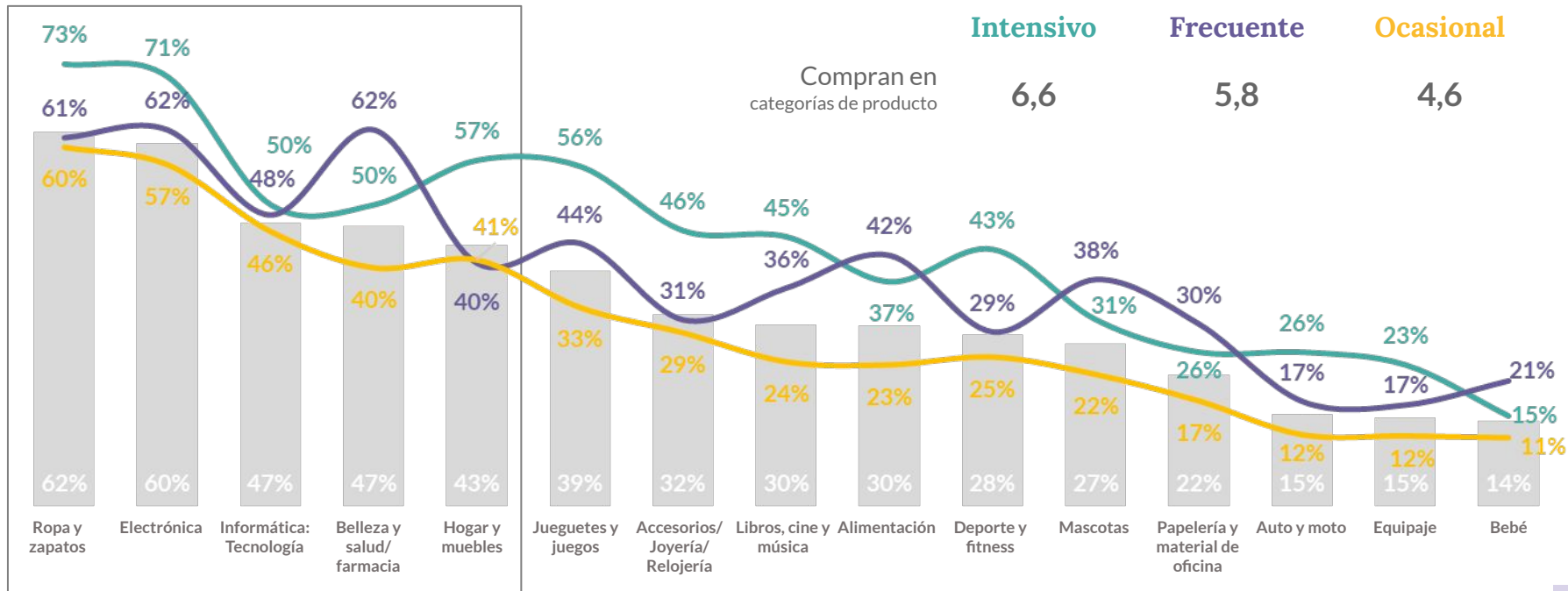


Compradores marketplaces: 623

Categorías de producto: Por perfiles

Las 5 categorías principales son transversales entre los distintos perfiles.

Los **Intensivos** destacan adicionalmente en **juegos y juguetes, accesorios/joyería/relojería, libros, cine y música y deporte y fitness**; mientras que los **Frecuentes** lo hacen en **belleza y salud/farmacia, alimentación, mascotas, papelería y material de oficina y bebé**.

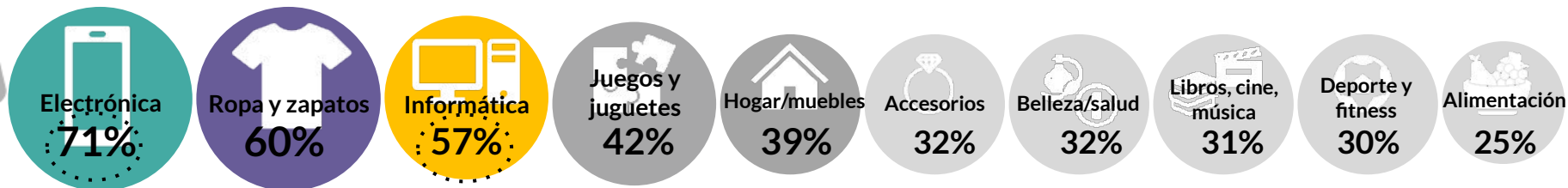


Categorías de producto: Por género

Hombres y mujeres compran casi el mismo número de categorías de productos, aunque ellos compran más **Electrónica e Informática**, mientras que ellas compran más **Belleza, Alimentación y Mascotas**.

Hombres

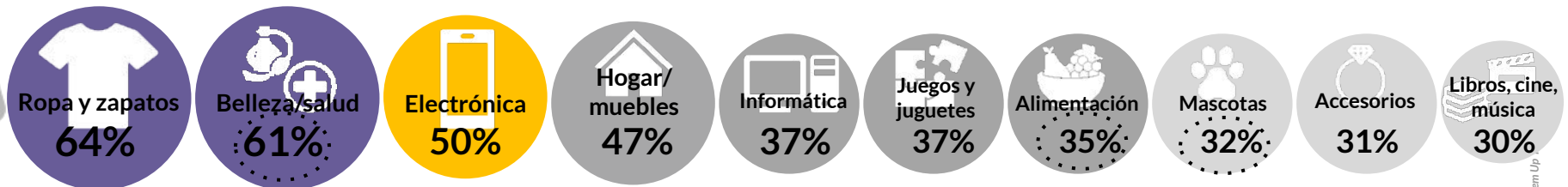
Base: 305



Compran **5,1** categorías de productos

Mujeres

Base: 318



Compran **5,2** categorías de productos

• ¿Y qué tipo de productos sueles comprar en...?

Dif. significativas

Compradores marketplaces: 623

Categorías de producto: Por tramos de edad

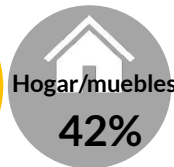
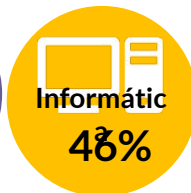
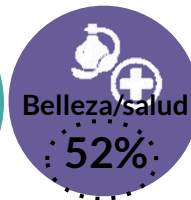
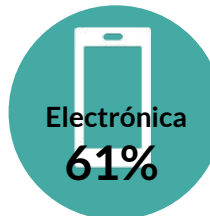
A medida que aumenta la edad, disminuye el número de categorías compradas.
La electrónica y la ropa y zapatos son las categorías más compradas en todos los tramos de edad.



De 18 a 30 años

Base: 265

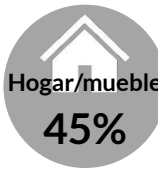
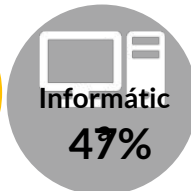
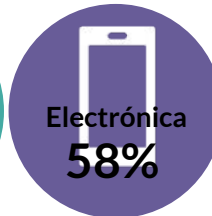
Compran **5,4** categorías de productos



De 31 a 45 años

Base: 200

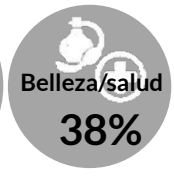
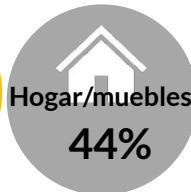
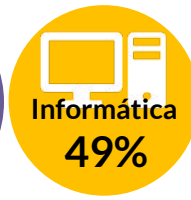
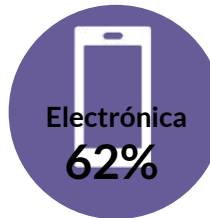
Compran **5,2** categorías de productos



De 46 a 65 años

Base: 158

Compran **4,9** categorías de productos



Dif. significativas

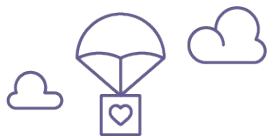
Compradores marketplaces: 623

• ¿Y qué tipo de productos sueles comprar en...?

A misty forest background with a hand-drawn speech bubble graphic. The speech bubble is a simple line drawing with a tail pointing towards the top right, framing the text.

5. Notoriedad y penetración de los Marketplaces

Notoriedad sugerida de los Marketplaces



Recuerdan un promedio de **10** marketplaces



• Y del listado que te mostramos, ¿qué tiendas online/e-commerce conoces?

Penetración Marketplaces



Compran de media en
4,3 marketplaces

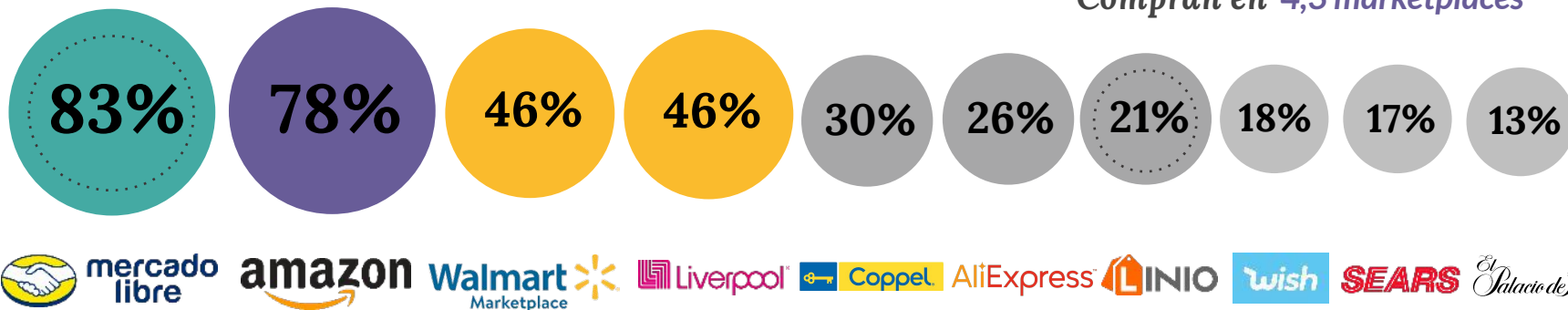
- ★ Mercado Libre y Amazon lideran el ranking como los marketplaces con mayor penetración (en declarativo), por encima del 70%.
- ★ Les siguen Walmart y Liverpool (50%); y Coppel (36%) por encima del promedio.

Penetración de los Marketplaces: Por género

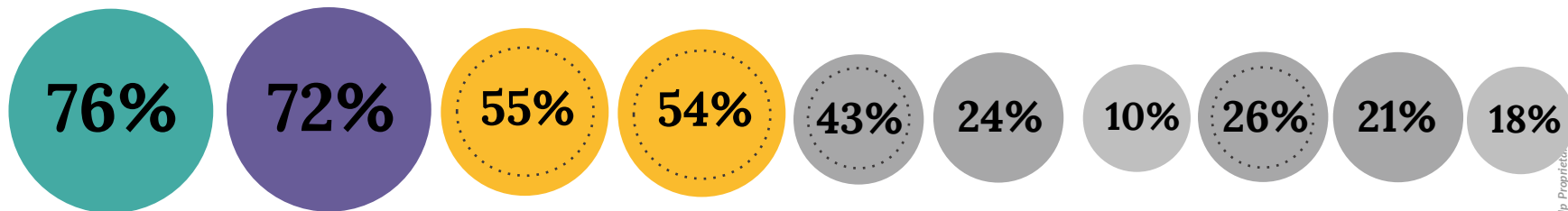
Tanto hombres como mujeres diversifican de manera similar sus compras en marketplaces: compran de media en **4,3 marketplaces**. Los **hombres** compran significativamente más en **Mercado Libre y Linio**, mientras que las **mujeres** son más asiduas a comprar en **Walmart, Liverpool, Coppel y Wish**.

Hombres
Base: 305

Compran en **4,3 marketplaces**



Mujeres
Base: 318



Dif. significativas

Compradores marketplaces: 623

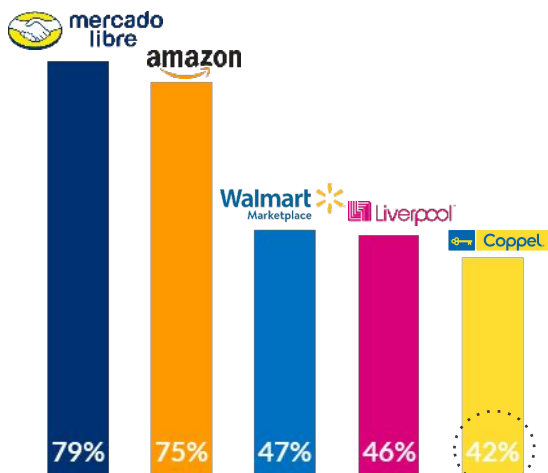
• ¿Y en cuáles has comprado alguna vez?

Penetración Marketplaces por tramos de edad

Son los compradores entre 31 y 45 años los que diversifican más sus compras en marketplaces.

Mercado Libre y **Amazon** son los marketplaces principales en los tres tramos de edad. Entre los más jóvenes destaca especialmente **Coppel**, mientras que los compradores de **mediana edad** compran significativamente más que el resto en **Liverpool**.

Compran en
4,2 marketplaces



De 18 a 30 años

Base: 265

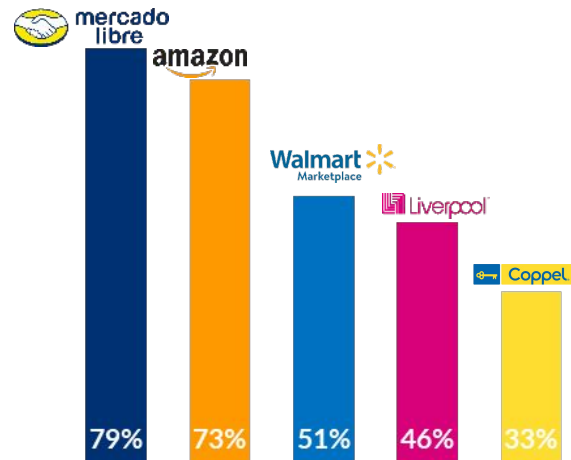
Compran en
4,5 marketplaces



De 31 a 45 años

Base: 200

Compran en
4,1 marketplaces

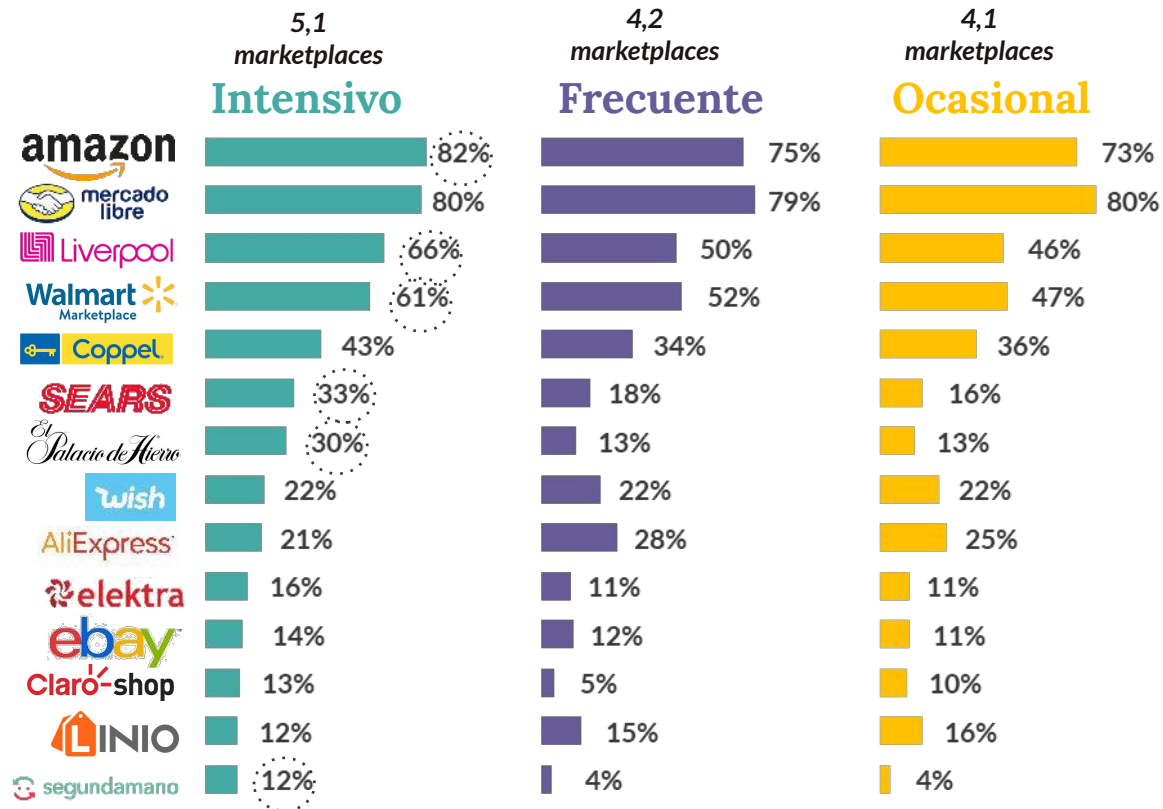


De 45 a 65 años

Base: 158

Penetración de los Marketplaces por perfiles

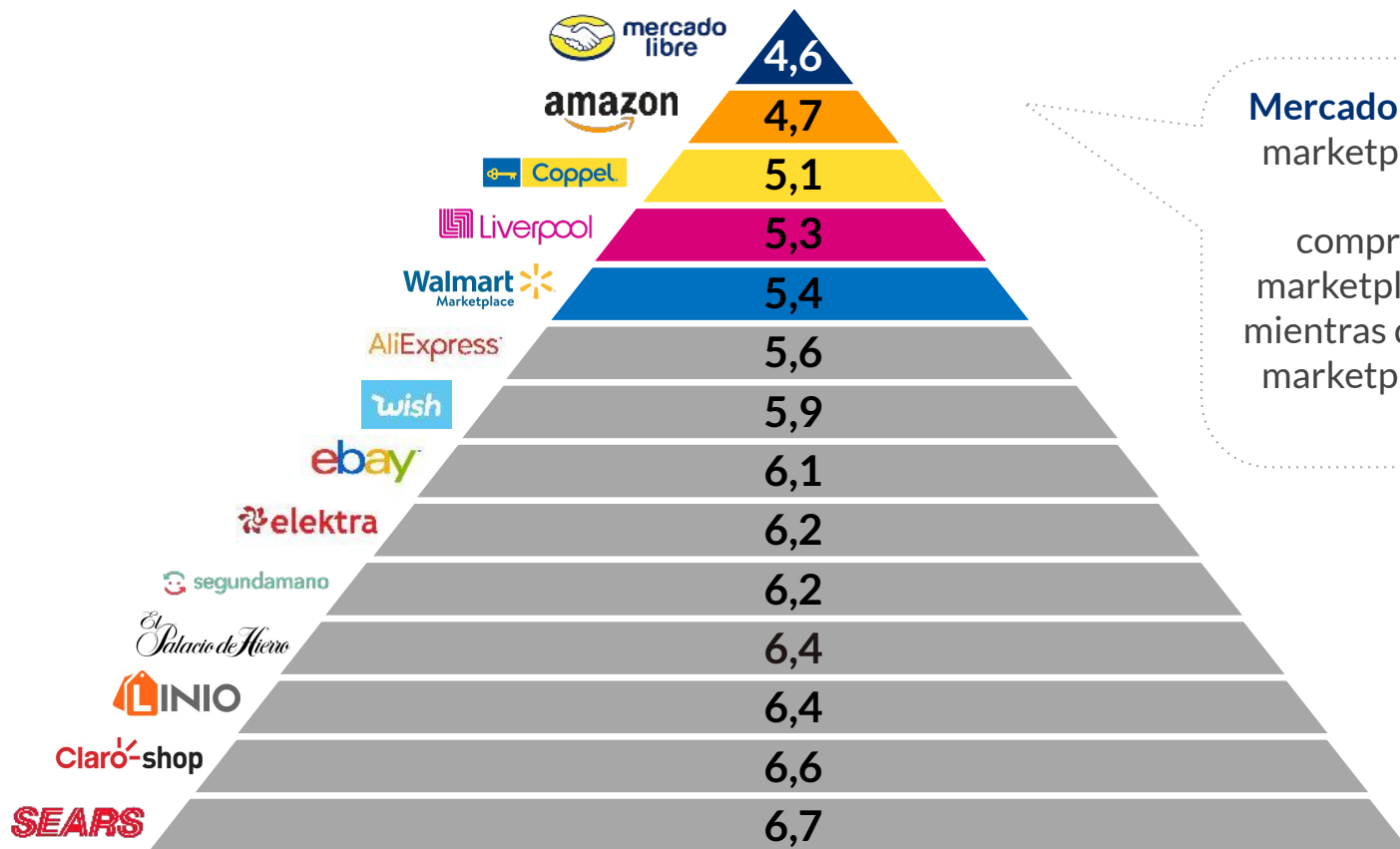
- ★ El **Intensivo** es el perfil con mayor diversificación en marketplaces.
- ★ **Amazon** y **Mercado Libre** son los grandes referentes en todos los perfiles. **Amazon** es más intensivo y **Mercado Libre** es más frecuente y ocasional. Liverpool y Walmart siguen a los dos grandes.
- ★ La penetración de la mayoría de marketplaces es mayor en el perfil **Intensivo**.



○ Dif. significativas

Compradores marketplaces: 623

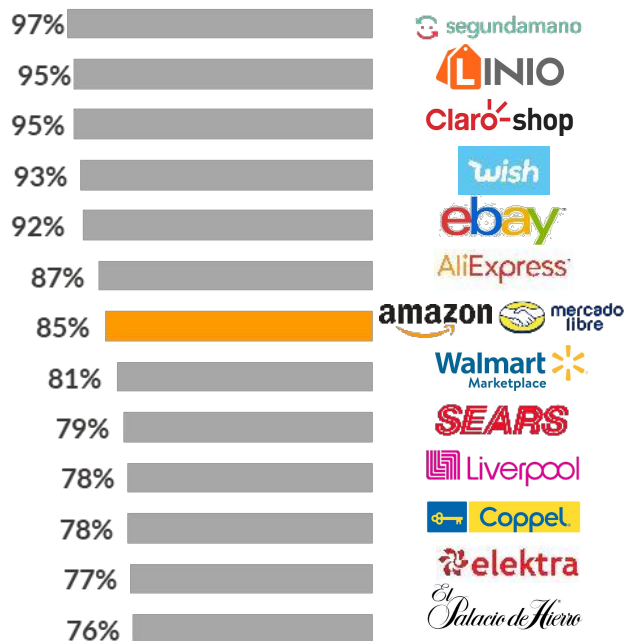
Combinación de Marketplaces I



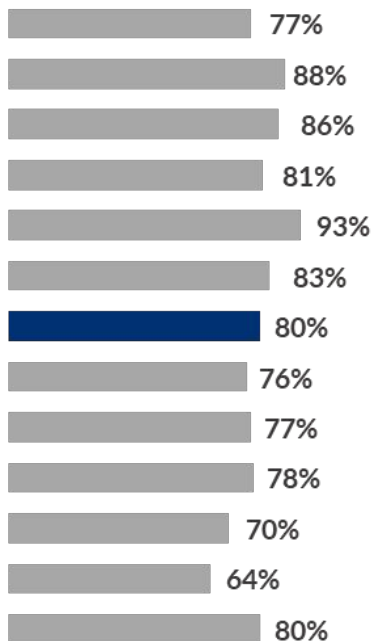
Mercado libre y **Amazon** son los marketplaces con **clientes más fieles**:
compran en otros 4,6 y 4,7 marketplaces respectivamente, mientras que los clientes de otros marketplaces, lo combinan con más sites.

Combinación de Marketplaces II

También compran en **Mercado Libre**
los compradores de...



También compran en **Amazon**
los compradores de...

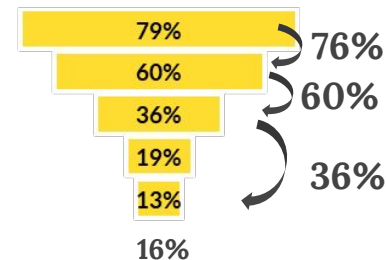
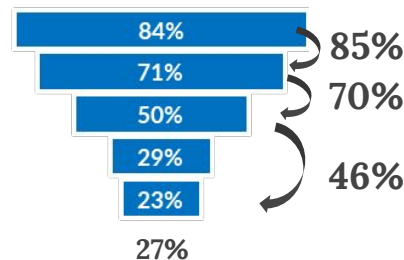
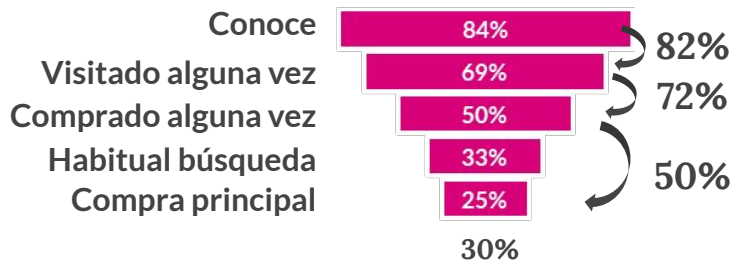
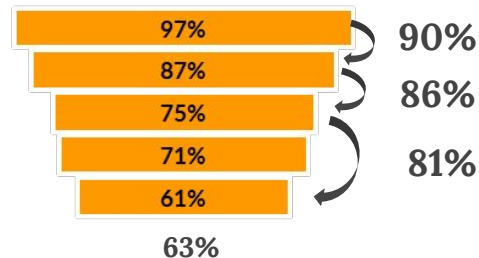
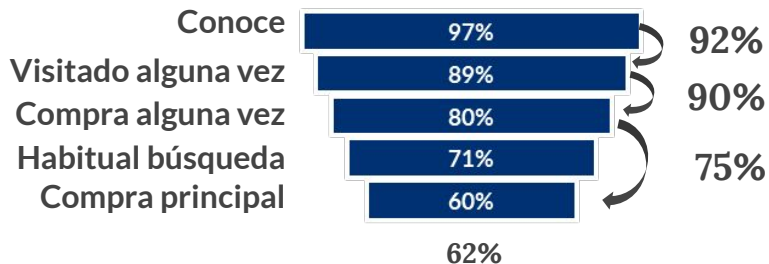


De hecho, el 85% de los clientes del resto de Marketplaces compra también en **Amazon**, y el 80% lo hace en **Mercado Libre**.

• ¿Y en cuáles has comprado alguna vez?

Funnel de Marketplaces

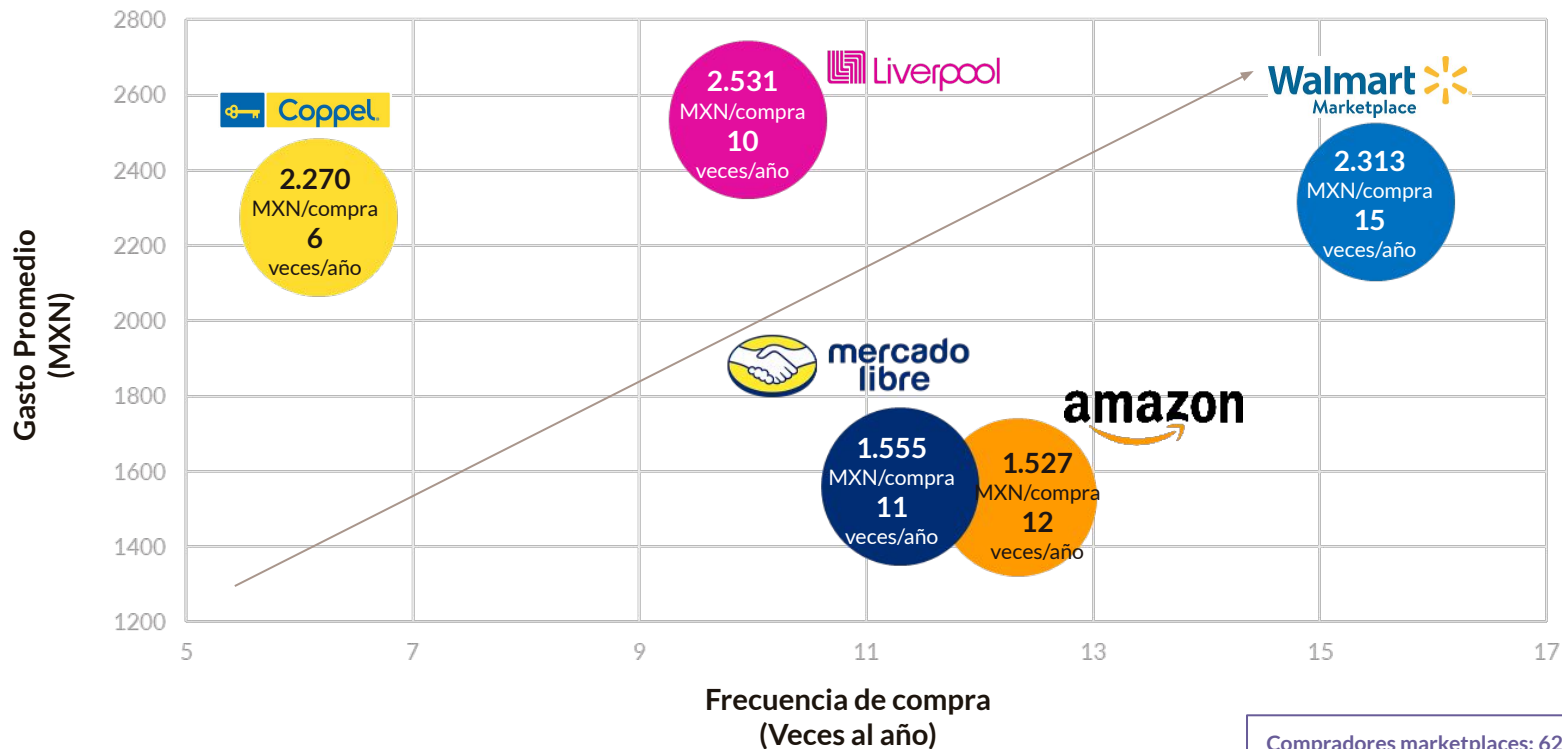
Mercado Libre y Amazon tienen la capacidad de captar al 97% de los compradores que los conocen y a más del 85% de sus visitantes. Amazon fideliza ligeramente mejor a sus compradores (ratio del 81% vs 75% Mercado Libre).



Compradores marketplaces: 623

Distribución Marketplaces según frecuencia y gasto

Liverpool, Walmart y Coppel lideran el ticket promedio y Walmart la frecuencia media de compra.



Compradores marketplaces: 623

Distribución Marketplaces según categorías compradas

Amazon, Mercado Libre y Liverpool son los marketplaces que abarcan un mayor número de categorías de productos y forman parte del mismo grupo competitivo.



Ideal de los Marketplaces: LO ECONÓMICO

Gastos de envío gratis/económicos, ofertas y promociones, precio económico y calidad y variedad de los productos.

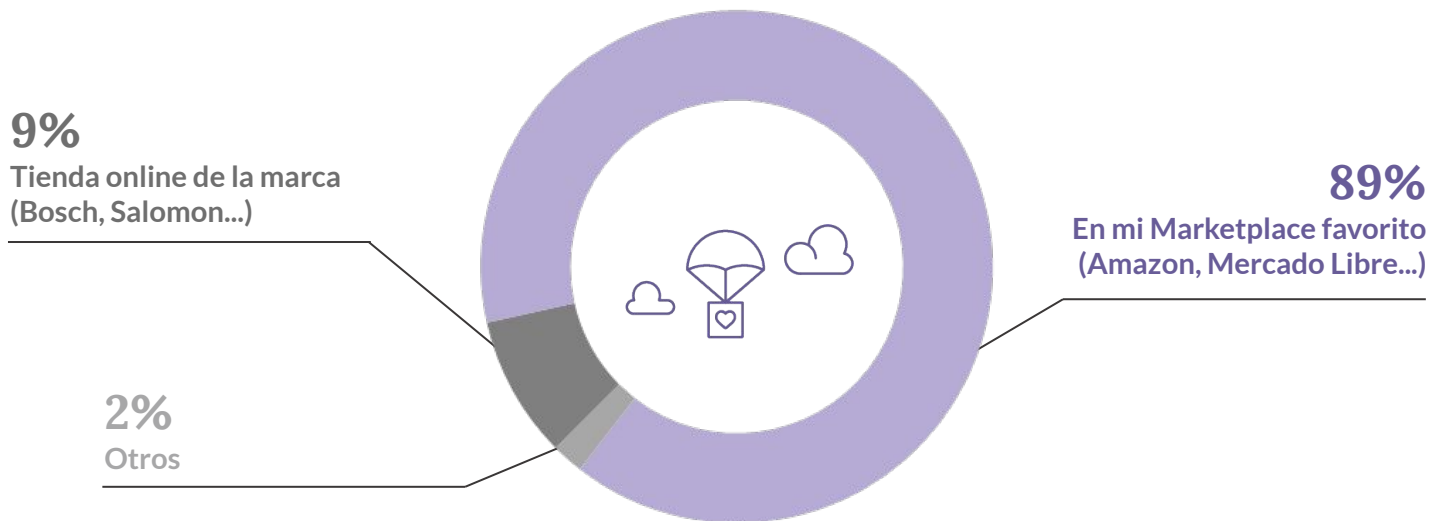


La **calidad** de los productos y que el marketplace **inspire confianza** son aspectos relevantes en primera elección

Preferencia de compra

Ante un producto con las mismas características (precio, plazo de envío, devolución...), casi 9 de cada 10 prefieren comprarlo en su marketplace favorito.

Preferencia de compra ante un mismo producto



• Ante un mismo producto, con el mismo precio, el mismo plazo de envío y las mismas opciones de devolución, ¿dónde preferirías comprarlo?

Compradores Amazon: 465







6. ¿Cómo acceden a los Marketplaces?

Acceso a los Marketplaces: Volumen de descargas app

Mercado libre es el marketplace con mayor número de descargas en 2022, seguido de Coppel y Amazon.

	Total Downloads ?
 Mercado Libre: Compra...	19.5M
 Amazon compras	6.22M
 Coppel: compras en línea	7.89M
 Liverpool pocket	5.22M
 Walmart - Walmart Expr...	5.99M

Mercado libre es el marketplacrer con mayor número de descargas en 2022, seguido de Coppel y Amazon.

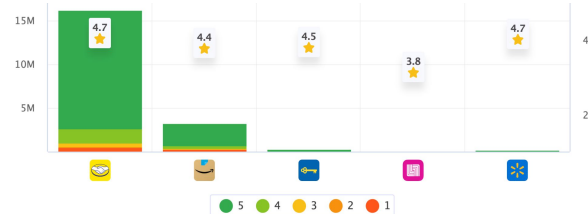
	Total Downloads ?
 Mercado Libre: Compra...	19.5M
 Amazon compras	6.22M
 Coppel: compras en línea	7.89M
 Liverpool pocket	5.22M
 Walmart - Walmart Expr...	5.99M

Acceso a los Marketplaces: Valoración de las apps

Mercado libre y Walmart son los marketplaces con mejores valoraciones en sus apps. Liverpool es quien tiene peores valoraciones.



Y esto se consigue a través un alto volumen de comentarios (>15M comentarios):





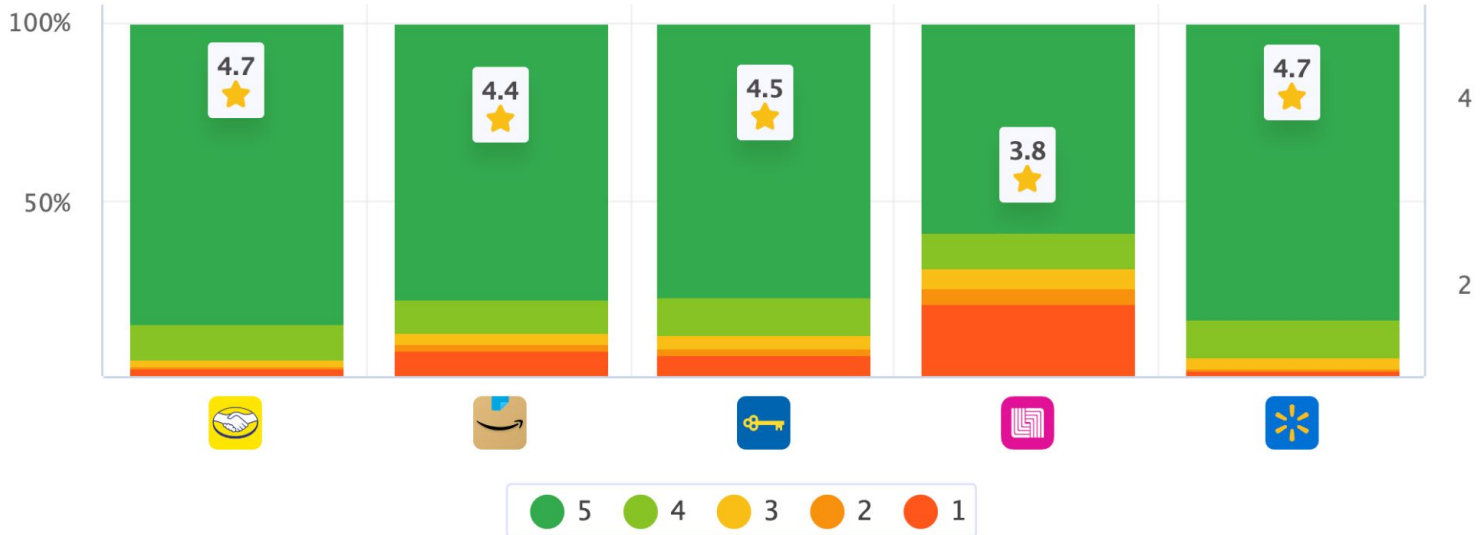
XXXXXXXXXXXX.

Competitor view

apptweak

Ratings (percent)

Ratings (total)





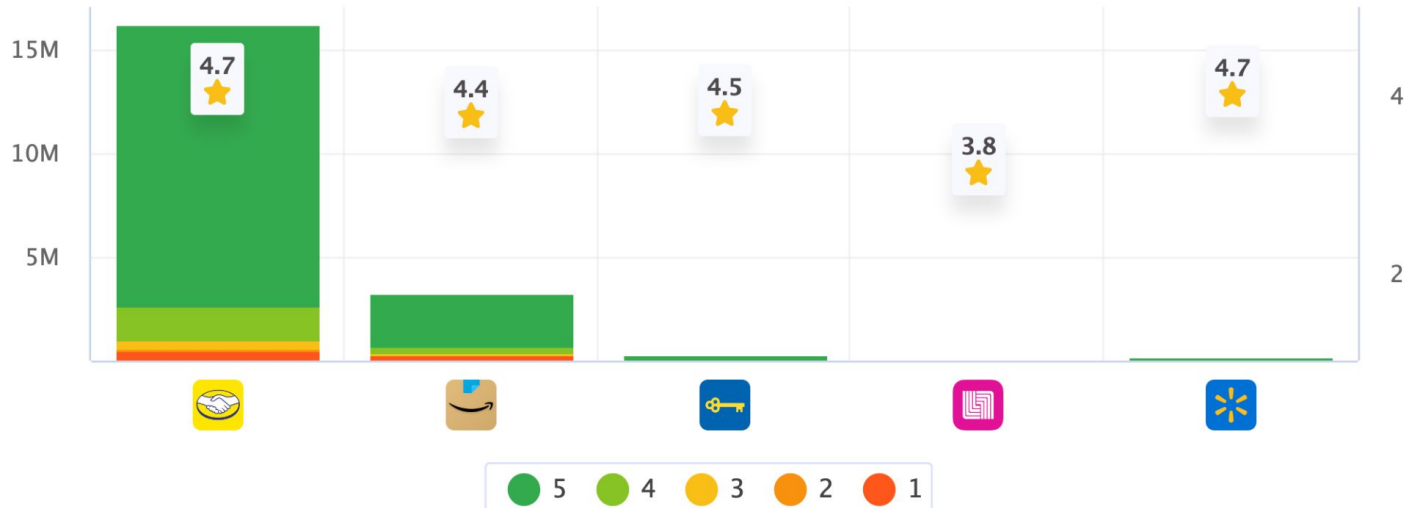
XXXXXXXXXXXX.

Competitor view

apptweak

Ratings (percent)

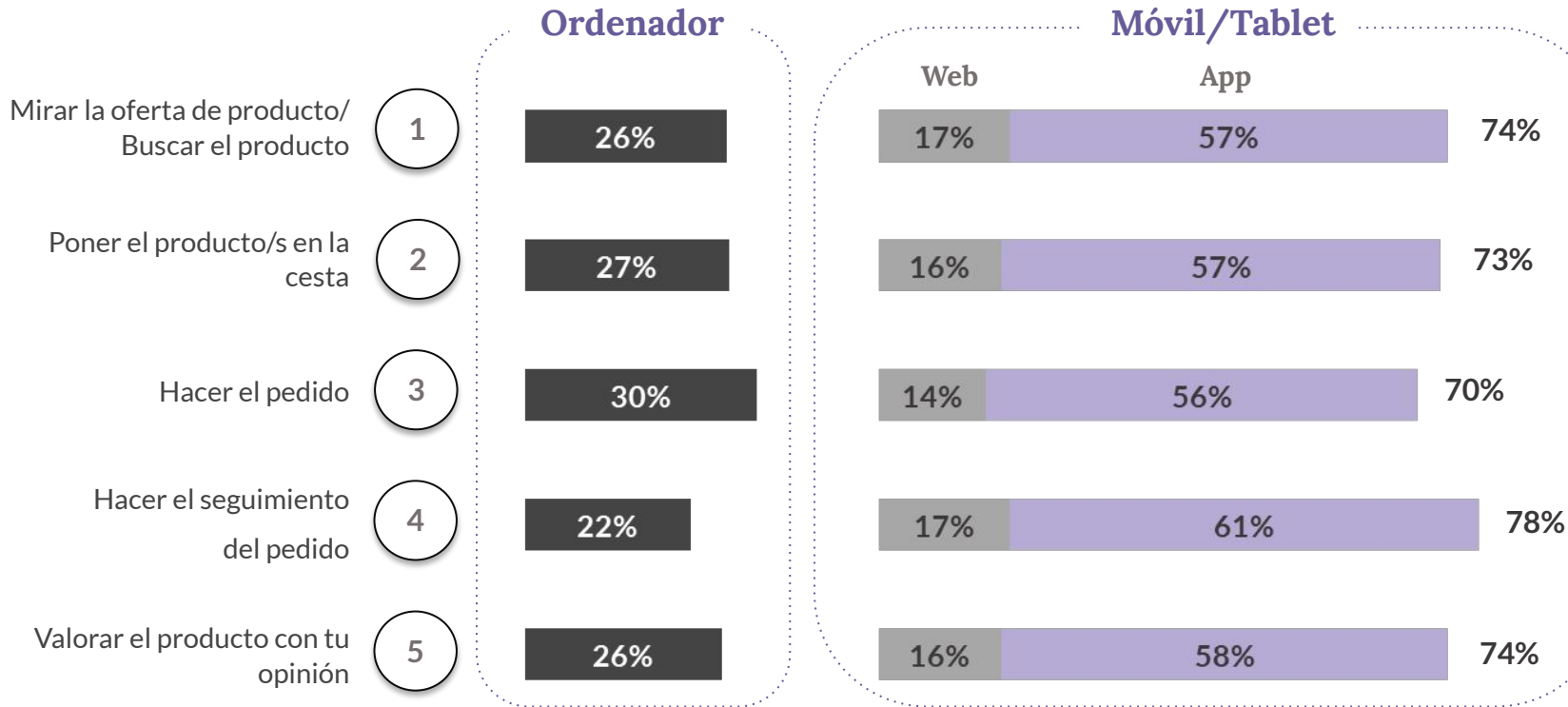
Ratings (total)



Acceso a los Marketplaces: dispositivos usados para Amazon

El móvil/tablet es el dispositivo principal para realizar todo el proceso de compra en Amazon.

El ordenador se asocia ligeramente más a la tarea de formalizar el pedido.



Compradores Amazon: 465

• Y pensando en tu última compra en Amazon, ¿mediante qué dispositivo realizaste las siguientes tareas?



7. El efecto Amazon



Definición de Amazon



Amazon es sinónimo de **rapidez**, **confianza**, **variedad**, **calidad**, **seguridad** y económico.

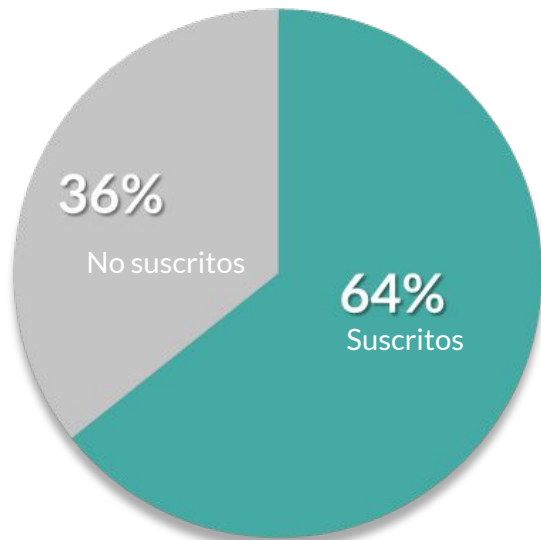


• Si tuvieras que definir a Amazon en tres palabras, ¿cuáles utilizarías?

Suscripción: Amazon y Amazon Prime

Suscripciones Amazon Prime

El 64% de los usuarios está suscrito a **Amazon Prime**



¿Recomendarías **prime** ?

El 76% está encantado con **Amazon Prime**.

Amazon Prime logra una recomendación media de 9,2, por lo que existe un alto grado de satisfacción del modelo de suscripción.

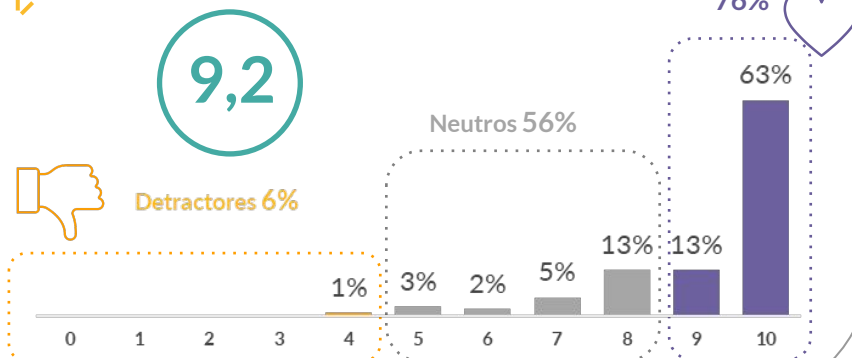
Base suscriptores Amazon Prime: 299

Recomendación media

9,2

Detractores 6%

Entusiastas 76%



- ¿Eres usuario/a de la suscripción de Amazon Prime?
- Según la siguiente escala donde 0 es "No recomendaría para nada" y 10 "Seguro que lo recomendaría", ¿hasta qué punto recomendarías Amazon Prime?

Compradores Amazon: 465

Alternativas a Amazon

Aunque muchos de los compradores de Amazon hacen una búsqueda de sus productos deseados en diferentes páginas web, para el 36% **Amazon es la principal opción que tienen en consideración a la hora de comprar online.**

¿Comparan los productos en otros sitios?

En otras páginas web/e-commerce



Solo en Amazon



En tienda física



Alternativas de compra a Amazon



54%



46%

Compradores Amazon: 465

- Antes de comprar el producto en Amazon, ¿llegaste a mirar el producto comprado en otro sitio?
- Y si no hubieras comprado el producto en Amazon, ¿dónde lo habrías comprado?

¿Dan los usuarios su opinión tras una compra en Amazon?

8 de cada 10 compradores han comentado o dado su opinión alguna vez sobre sus compras en Amazon.
El 27% comenta todos o casi todos los productos y el 56% de vez en cuando.

56%

Sí, comento de vez en cuando



17%

No

27%
Sí, comento en todos o casi todos los productos que compro

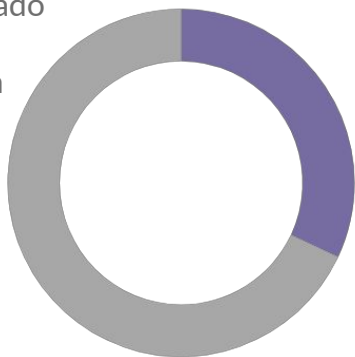


Devoluciones en Amazon

Hacer una devolución en Amazon es fácil para 7 de cada 10 clientes.

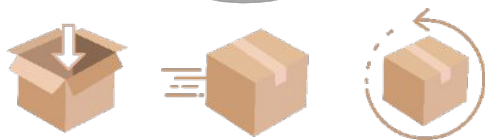
¿Alguna vez has devuelto un producto comprado por Amazon?

68%
No han realizado ninguna devolución



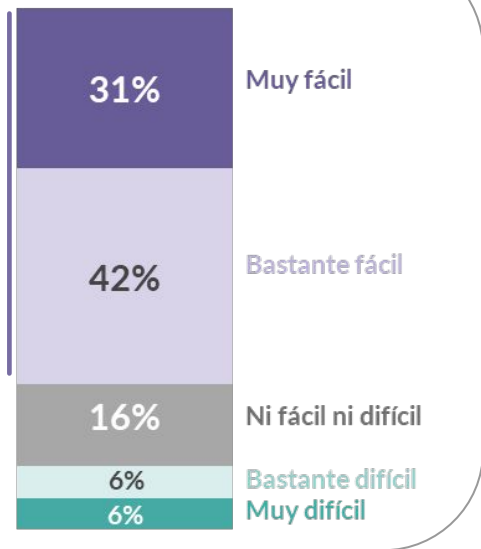
32%
Sí han realizado alguna devolución

Base devolución: 147



¿Fue fácil devolverlo?

73%
(%T2B)



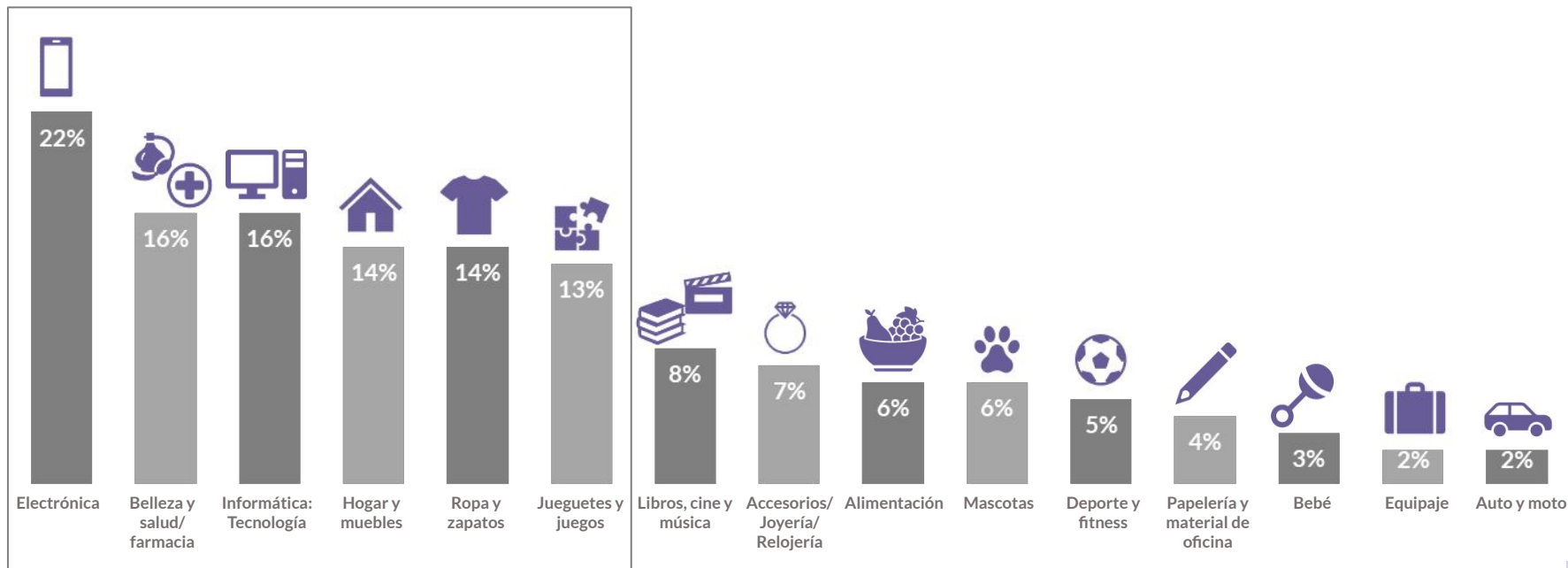
Compradores Amazon: 465

- ¿Alguna vez has devuelto un producto comprado en Amazon?
- ¿Hasta qué punto te ha sido fácil devolverlo?

Productos comprados en Amazon

¿Qué tipo de productos compran?

Entre los productos más comprados en Amazon destaca principalmente la Electrónica, seguida de las categorías Belleza y salud, Informática, Hogar y muebles, Ropa y zapatos y Juguetes.

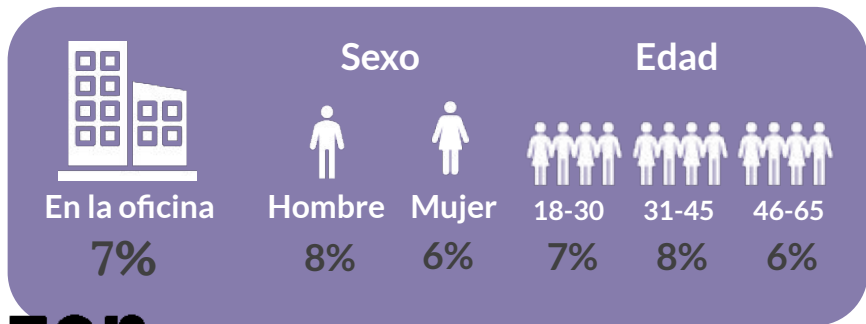
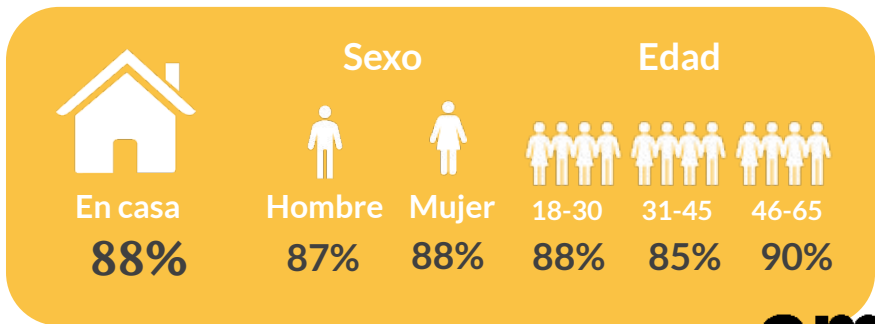


• ¿Qué tipo/s de producto/s compraste?

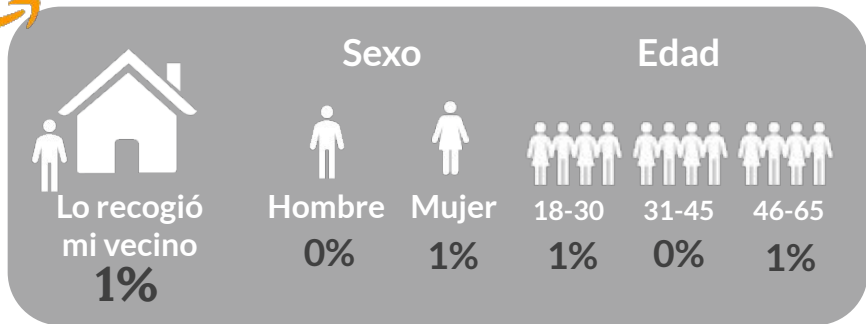
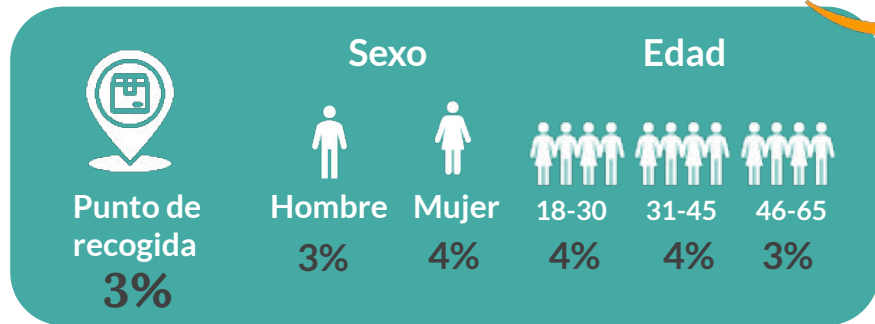
Compradores Amazon: 465

Recogida de pedidos

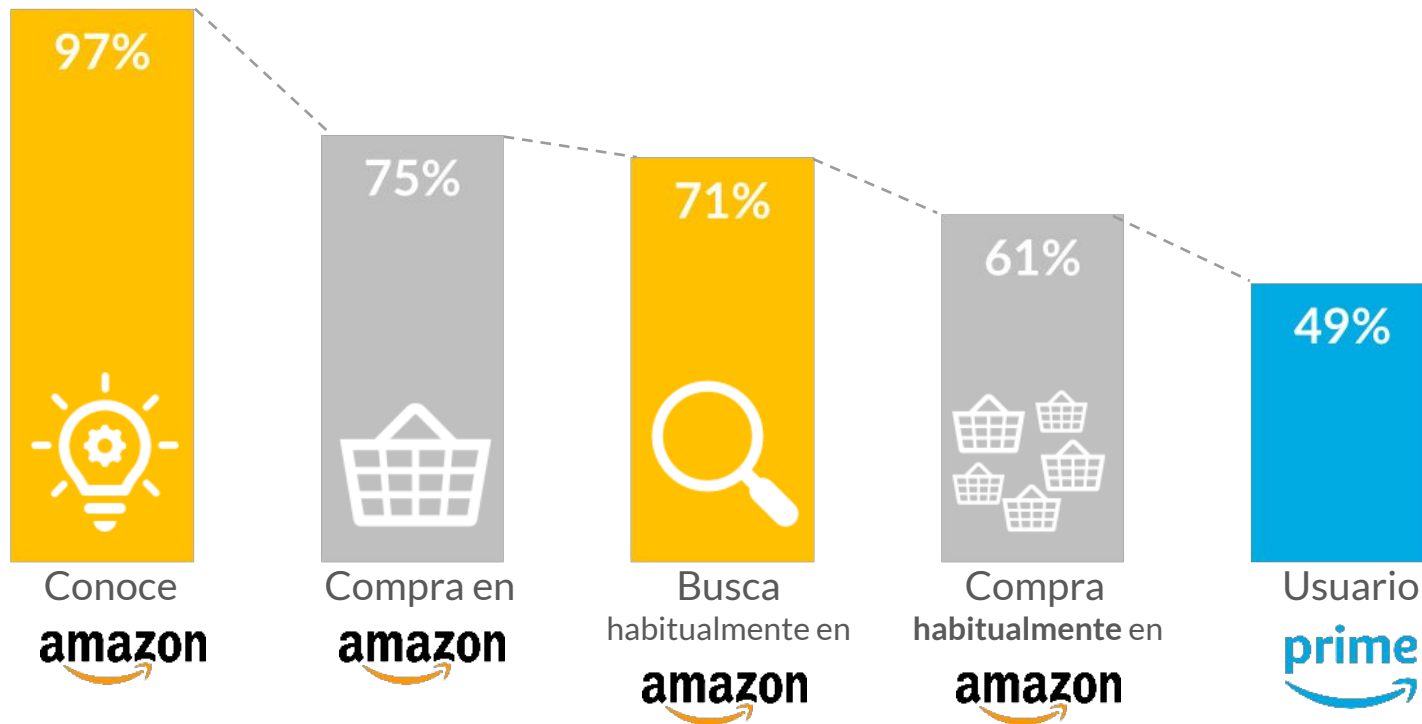
9 de cada 10 compradores de Amazon recogieron su compra en casa.



amazon



Del total de los **compradores** online...



Compradores marketplaces: 623



8. Conclusiones

≈ Conclusiones

#1 La experiencia de compra en Marketplace está en el día a día del comprador online mexicano

- ✓ El 57% de la población mexicana de 18 a 65 años ha comprado alguna vez en un Marketplace; lo que se traduce en el 100% de los compradores online (esto equivale a 71,8 millones de mexicanos).
- ✓ El comprador en marketplaces es tanto hombre como mujer, de 37 años en promedio y con hijos en el hogar.

#2 El gasto promedio se sitúa en 1.774 MXN por compra y compran de media 10,7 veces al año

- ✓ Los hombres y los compradores de 46 a 65 años lideran el ticket promedio y la frecuencia de compra en marketplaces
- ✓ En función de su intensidad de compra, pueden identificarse 3 tipologías de comprador de Marketplace: **intensivos** (15%), **frecuentes** (24%) y **ocasionales** (61%).

#3 Las categorías Ropa y zapatos y Electrónica lideran las compras en Marketplace

- ✓ Les siguen las categorías de Informática, Belleza y salud/farmacia y Hogar y muebles.
- ✓ Compran de media en 5,2 categorías de producto.

≈ Conclusiones

#4 Amazon y Mercado libre son marketplaces de referencia tanto en notoriedad como en compra

- ✓ Les siguen Walmart, Liverpool y Coopel, que además lideran el ticket promedio.
- ✓ Walmart es el Marketplace con la frecuencia media de compra más elevada.

#5 Amazon es sinónimo de rapidez, confianza, variedad, calidad, seguridad y económico.

- ✓ Del total de compradores online, el 97% conoce Amazon; el 75% ha comprado alguna vez; el 71% busca habitualmente antes de hacer la compra; el 61% compra de manera habitual; y el 49% está suscrito a Amazon Prime.

#6 El móvil/tablet es el dispositivo principal para realizar todo el proceso de compra en Amazon.

- ✓ El ordenador se asocia ligeramente más a la tarea de formalizar el pedido.

≈ Conclusiones

#7 El aspecto económico es el más importante en el Marketplace Ideal

- ✓ Gastos de envío gratis o económicos, ofertas y promociones y precio económico son los atributos más importantes.
- ✓ La calidad de los productos y que el Marketplace inspire confianza son también aspectos relevantes en primera elección.

#8 Su Marketplace favorito como principal opción de compra

- ✓ Ante un producto con las mismas características, 9 de cada 10 compradores online prefieren comprarlo en su Marketplace favorito frente a la tienda online de la propia marca.

#9 La intensidad de compra en Marketplaces ha aumentado tras la pandemia.

- ✓ Un 69% de los entrevistados declara haber intensificado su frecuencia de compra en marketplaces, especialmente las mujeres, (frente a un 9% que declara lo contrario) y un 64% ha incrementado su gasto medio, especialmente el perfil **intensivo**, (frente a un 11% que lo ha disminuido) tras la pandemia.



Gracias!

Contáctanos en hola@tandemup.net



TandemUP



@Tandem_Up



Tandem Up