



HUMAN
CONNECTIONS
MEDIA

MARKETPLACE

Un sector en auge

> **Trends Connections**
Enero 2022



Los Marketplace son plataformas que ponen en contacto a ambas partes: los que quieren vender con los que quieren comprar. Hay cientos de ejemplos, tanto de producto como de servicio, pero algunos de los más representativos podrían ser Amazon, eBay, Alibaba, Etsy o Airbnb. Los Marketplace son un intermediario, el equivalente digital a un centro comercial. Hacen que la interacción entre clientes y vendedores sea mucho más cómoda y sencilla, ya que sirven como «escaparate» en el que se presentan muchos productos y servicios.

El correcto funcionamiento de un Marketplace no depende sólo de los vendedores y compradores, sino que hay muchos otros agentes involucrados como el propio Marketplace, las empresas de logística y reparto, la pasarela de pago que permite automatizar el checkout, etc.

Para el comprador, un Marketplace sólo ofrece ventajas, mientras que para el vendedor ofrece ventajas y desventajas. Entre las ventajas del comprador está poder acceder a miles de productos en un solo lugar y a condiciones de compra seguras y bastante cómodas. Para el vendedor, las principales ventajas son poder acceder a un nuevo canal de venta con un alto nivel de tráfico y no tener

que preocuparse de tecnologías de pago o de UX. Entre las desventajas, las principales son tener que pagar una comisión por cada venta y no tener poder de decisión sobre las prácticas de negocio o de marketing del mismo.

Aunque cada vez se conocen más, no todo el mundo tiene claro que es un Marketplace. Según un estudio de Marketplace 2021 realizado por Tandem Up, el 47% de encuestados declara no saber, el 32% dice saberlo, pero lo define mal y apenas un 21% sí sabe lo que es. De todas maneras, estas cifras han mejorado respecto al mismo estudio del año anterior.

Para 7 de cada 10 compradores online, los marketplace se convierten en sus fuentes de información sobre productos o servicios que quieren comprar.



88%

Recuerda algún MARKETPLACE en primera posición*

*Fuente: Estudio Anual E-Commerce 2020 IAB





Los Marketplace se han vuelto una tendencia creciente y exitosa, que genera ingresos a través de cuatro caminos: comisiones por pedido, servicios de publicidad, servicios de logística y entrega y financiación de productos en cuotas para compradores.

Amazon es un fenómeno aparte. Para muchos compradores es el e-commerce de primera

opción por ser sinónimo de variedad de oferta, rapidez, económico, de calidad, seguro y que transmite confianza. Su suscripción a Amazon Prime ha sido un éxito. De los compradores online, 91% conoce Amazon, 80% compra en Amazon, 73% busca habitualmente en Amazon, 72% compra habitualmente en Amazon y 56% es usuario de Amazon Prime.

RADIOGRAFÍA DE UN SECTOR EN AUGE

Los Marketplace ganan protagonismo en la venta online y se han convertido en un potente canal de distribución.

Para 7 de cada 10 compradores online, los Marketplace se convierten en sus fuentes de información sobre productos o servicios que quieren comprar.

Los compradores de Marketplace suelen ser tanto hombres como mujeres de un promedio de edad de 39 años con mayor concentración en las zonas urbanas.

Se identifican tres perfiles de compradores:

1. El exhaustivo

Compra como mínimo dos veces por mes con un gasto mayor a 100 euros. Este perfil representa un 15% del universo de compradores

2. El frecuente

Compra entre 1 y 2 veces por mes con un gasto menor a 100 euros. Este perfil representa el 43% del universo de compradores

3. El esporádico

Compra cada dos meses o menos con un gasto máximo de 150 euros. Este perfil representa el 46% del universo de compradores.

El 52% de ellos declaran que con la pandemia aumentó la frecuencia de compra y el ticket promedio; un 38% declara comprar con igual frecuencia y apenas un 10% dice haber disminuido su frecuencia de compra.

El **hogar**, la **electrónica**, la **ropa** y **calzado**, los **libros**, **cine** y **música**, y la **informática** lideran las compras en Marketplace. La categoría hogar ha ganado posiciones, siendo la #1. Las cuatro primeras categorías son transversales a los tres tipos de compradores. Las mujeres, por su parte, compran más categorías de productos que los hombres y mientras ellas destacan en **moda y belleza**, ellos lo hacen en **deportes**. A medida que aumenta la edad, disminuye la cantidad de categorías compradas.

Las compras en Marketplace se realizan mayoritariamente a través de la **web (51%)** a través de una **app (15%)** o a través de **ambas (34%)**.

Los Marketplace son capaces de convertir **2 de cada 3** búsquedas de compra y Amazon en particular, tiene la capacidad de captar **9 de cada 10 visitantes** y fidelizar a **9 de cada 10** compradores primerizos en la plataforma.





MARKETPLACE EN MÉXICO

Además de **Mercado Libre**, **Amazon** y **AliBaba**, que son los Marketplace más visitados en México, existen otros malls virtuales con una demanda considerable. Éstos son algunos de los enlistados por el Libro Blanco de los Marketplace 2020, de la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO).

1. Canasta Rosa

Fundado por la mexicana Deborah Dana, es un mercado virtual que apoya a los productores locales, diseñadores y artesanos para que acerquen sus productos a consumidores digitales. Para ello, se especializa en la venta de creaciones únicas, alimentos perecederos, servicios y contenido. Ya realiza envíos a todo el país.

2. MercaRancho

Creado por el empresario mexicano César Cázares, es un marketplace especializado en productos y servicios agropecuarios.

3. Cornershop

es un Marketplace "de última milla" (Quick Commerce) cuyo principal diferenciador es la entrega de productos en una o dos horas al consumidor final.

4. Elektra

Si bien es un Marketplace joven, la AMVO lo destaca por la baja competencia en la plaza, la fidelidad del público de Banco Azteca y el hecho de que los clientes pueden pagar en mini cuotas.

5. Liverpool

El Marketplace departamental de Liverpool permite llegar a un público diferente y

posicionar la marca. Su propuesta no es el precio más bajo, sino ofrecer una grata experiencia de compra.

6. Rappi

De origen colombiano, es una plataforma que conecta a los comercios con consumidores finales en poco tiempo. Constantemente está en la búsqueda de alianzas con retailers locales.

7. Segundamano

Es un sitio web especializado en clasificados online, con más de 30 años en el mercado, que permite vender productos y bienes en las más diversas categorías (inmobiliaria, vehículos, electrónica, videojuegos y hasta ofertas de trabajo).

8. Uber Eats

A cambio de una comisión al restaurante, esta plataforma ofrece el traslado de alimentos preparados y bebidas envasadas, a través de sus socios repartidores.

9. Walmart

El Marketplace de Walmart está en el top 5 de los retailers con mayor volumen de venta en el último año, de acuerdo con el reporte de la AMVO.

10. Linio

Es un mercado virtual multicategoría, muy dirigido a público joven en las categorías de tecnología, hogar, belleza y moda.

11. Wayfair

Es un Marketplace de muebles y decoración. Debido a que opera con el modelo de





dropshipping, asume los costos de logística y envío al cliente final.

12. Etsy

Es un mercado virtual de compra-venta de productos elaborados de manera artesanal, objetos de colección y antigüedades.

13. Wish

Esta aplicación de Marketplace tiene afinidad por el mercado mexicano de vendedores independientes. Por ejemplo, en León, Guanajuato, cuentan con más de 50 marcas suscritas como vendedores y están en más de 135 países.

| CONCLUSIONES

1. Precio competitivo, calidad de productos y gastos de envío gratis son los tres atributos más importantes para un Marketplace ideal. Además, inspirar confianza es muy relevante como primera elección.

2. El número de compradores de Marketplace tiene una tendencia creciente. El 72% de la población de entre 18 y 74 años ha comprado en algún Marketplace. El 100% de los compradores online a comprado en algún Marketplace. Esto significa 24.3 millones de consumidores.

3. El gasto promedio y la frecuencia de compra ha aumentado vs el 2020. (de 50.2 a 64.2 euros y de 12.3 a 13 compras/año.

4. Amazon sigue siendo el Marketplace #1 en notoriedad y referencia. La penetración de Amazon Prime es cada vez mayor; creció 9% vs 2020.

5. La pandemia ha contribuido al auge de los Marketplace, pero 9 de cada 10 personas compraban en Marketplace ya antes de la pandemia. ✓





> AUTORES



Sergio Lara

ROI & Connections Architect

Estratega profesional de Insights & Analytics con más de 20 años de amplia experiencia en comunicaciones de marketing integrando planificación estratégica, investigación cualitativa y cuantitativa, planificación y compra de medios, aplicaciones de inteligencia de negocios, modelos de retorno de inversión y atribución digital y el comportamiento del consumidor, tanto en mercados globales, como regionales y locales.

Tiene un MBA del ITESM, un diplomado en investigación de mercados del ITAM y una especialización en Econometric Modelling de OHAL (Hoy GAIN- Theory), empresa dedicada a la consultoría en marketing effectiveness, además de ser profesor en la universidad Iberoamericana y el Tecnológico de Monterrey.



Mercedes Van Rompaey

Communications Planning Director

Estratega de Marketing y Comunicación con más de 25 años de experiencia en marcas de Healthcare y Consumo Masivo. Es Doctora en Medicina Veterinaria y Tecnología de alimentos. También es especialista en Salud Pública. Su obsesión es entender las conexiones entre los consumidores y las marcas.



Human Connections Media es una agencia de medios independiente, con oficinas en México, Argentina, Chile y EE.UU., experta en data y en la búsqueda permanente del entendimiento empático de la información para llegar a la mejor y más eficiente implementación, brindando así una solución integral a los problemas de negocios que tienen hoy las marcas, siempre teniendo en el centro a las personas y a las audiencias, que es con quien tenemos que conectar.

Especialidades

Communication Planning, Media Planning & Buying, Interactive, Research, Social Media, Digital, Mobile, Insights, Content, Activation, SEO, eCommerce, UX, Programmatic, Consulting, Data Modelling, Data Management y Search.

Para mayor información:

✉ hgomez@humanconnectionsmedia.com

🌐 www.humanconnectionsmedia.com

📷 [@humanconnectionsmedia](https://www.instagram.com/humanconnectionsmedia)

