

Furor por la compra online: los alimentos y bebidas lideraron el crecimiento en los últimos años por mayores ofertas y cambios de hábito

La consultora Nielsen estimó que los ingresos por ventas de consumo masivo por e-commerce crecieron 70% el último año. Productos de almacén, bebidas y cosmética, los más elegidos por los consumidores.

Si los eventos comerciales de descuentos online de 2019, como Cyber Monday y el Hot Sale, tuvieron como principal característica la amplia participación del rubro alimentos y bebidas en las ventas totales, eso no fue casualidad. La inclinación de los consumidores a elegir cada vez más comprar por Internet los productos de consumo masivo ya es una tendencia consolidada, que mostró crecimiento en los últimos años y que el año pasado volvió a marcar un mayor posicionamiento.

Si bien todavía no hay números concretos, se estima que en el último ejercicio las ventas electrónicas treparon entre 20% y 30%, en línea con las cifras de 2018, coincidieron desde la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) y desde la división Insights de la consultora Kantar.

“Vemos como tendencia que viene creciendo alimentos y todo lo que tiene que ver con cosmética, perfumería y farmacia. Hay varios jugadores creciendo fuerte; Farmacity es un claro ejemplo. Estamos cerrando el estudio anual, que conoceremos recién en marzo, pero podemos esperar que el aumento de 2019 se aproxime a los niveles del año anterior”, afirmó a Infobae el director de la CACE, Gustavo Sambucetti. En términos de facturación, los números de 2018 de alimentos, bebidas y artículos de limpieza mostraron un incremento del 63%, con una inflación del 47 por ciento.

Pese a que todavía no hay números globales, algunas cadenas de supermercados precisaron cómo fue su desempeño de venta online durante el último año y lo que indica es que los productos de almacén y las bebidas alcohólicas fueron de los más demandados. “En Walmart tuvimos un aumento de más del 68% de los pedidos a través de la WEB, y si tomamos todo nuestro ecosistema, que incluye la tienda en Mercado Libre y los acuerdos con los last milers (app de envíos como Rappi, Glovo o Pedidos Ya), la suba

fue del 90%. Del ticket promedio, el 80% de la venta es de consumo masivo, mientras que el 20% restante se concentra en electrodomésticos y juguetería, principalmente", dijeron fuentes de la cadena.

"Durante el último año, notamos un incremento en las compras en nuestro canal online, sobre todo en la categoría alimentos, donde los lácteos, las bebidas (gaseosas y cervezas), las galletitas y las infusiones se destacan como los productos más elegidos por nuestros clientes y clientas", afirmaron desde Carrefour.

En tanto, Supermercados Día informó que los productos más vendidos mediante Día Online en 2019 fueron cerveza, galletitas, cereales y leche. Según precisó la firma en un comunicado, de un análisis realizado sobre cuáles fueron las categorías y productos más comprados por los argentinos a través de su e-commerce sobresalió la venta de bebidas 24%; productos de almacén 21%; frescos 19%; desayuno 17%; y, por último, limpieza 10%. La marca propia, a su vez, representó cerca del 40% de la venta online mensual, precisó la compañía.

Las categorías y productos más comprados por los argentinos a través de su e-commerce sobresalió la venta de bebidas 24%; productos de almacén 21%; frescos 19%; desayuno 17%; y, por último, limpieza 10 por ciento

Puntualmente, las cervezas fueron las más elegidas. Compartieron podio con las galletitas y cereales, en segundo lugar, y en tercero, la leche. En línea con esta tendencia, entre los productos marca Día más vendidos se encuentran la Leche Descremada Larga Vida y la Cerveza Pils St. Wendeler por 500 mililitros. Según informó la cadena, los consumidores del sitio son en su mayoría mujeres (63%) y más del 55% tienen entre 25 y 45 años.

Números agregados

Desde la consultora Nielsen, que en los próximos días dará a conocer el informe del año de e-commerce, el gerente comercial Facundo Aragón precisó: "el consumo online en 2019 creció 70% en términos de facturación, con precios que treparon 59% en las cadenas, lo que indica que hubo un aumento en las unidades vendidas. Por el contrario, las ventas en las tiendas físicas crecieron 45%, que, por el contrario, implica una caída en cantidades.

“Dentro de ese mundo del e-commerce, crece fuerte cosmética y tocador por efecto precio y luego frescos, almacén y bebidas. Los que tienen más peso son las cervezas y las gaseosas, y almacén en segundo lugar”, aclaró Aragón.

El directivo de Nielsen remarcó que las gaseosas y las cervezas se compran más online que en tiendas físicas, así como también sucede con los pañales, o los jabones para lavar la ropa. En el resto, el peso de la venta online sigue siendo bajo. Señaló además que en la venta online prevalecen los formatos de tamaño grande porque son más difíciles de transportar.

Consultada la directora de Commerce de Kantar Insights, Victoria Lupo, afirmó "hoy el comercio electrónico es el gran impulsor del crecimiento del consumo masivo, ya que "siendo una categoría flat, en el e-commerce creció respecto de otros años".

Las ventas online en 2019 representaron a nivel global el 42% del crecimiento del consumo masivo y se espera que esa proporción se duplique en cinco años, pero en América latina apenas llega a 0,1%, aunque se proyecta que suba a un 5% en un lustro. Y agregó: “vemos que el crecimiento en la Argentina viene de la mano de las last Milers, ya que parte de lo que pide a través de aplicación como Rappi o Pedidos Ya son productos de consumo masivo, como bebidas, con y sin alcohol, entre otros ítems. Además, vimos que en los eventos como el Cyber Monday o el Hot Sale, una de las categorías que más productos vendió fue consumo masivo”, aseguró la directiva.

A nivel global, las ventas online en 2019 representaron el 42% del crecimiento del consumo masivo y se espera que esa proporción se duplique en cinco años, según la consultora. En Latinoamérica, a su vez, todavía pesa poco (0,1%), pero también proyectan que la venta online represente 5 o 6% de las ventas de consumo masivo en un lustro. El peso en la Argentina es de 0,6% y también todo indicaría que seguirá en crecimiento, aseguró Lupo, al destacar que la compra de bebidas alcohólicas por Internet en el país supera a la media global.

Fuente: <https://www.infobae.com/economia/2020/02/02/furor-por-la-compra-online-los-alimentos-y-bebidas-lideraron-el-crecimiento-en-el-ultimo-ano-por-mayores-ofertas-y-cambios-de-habito/>