

eCommerce

Informe anual 2020

19 de marzo de 2021

Sofía Martínez



eCommerce – Informe anual 2020

Fuentes del informe

Los datos recabados en el siguiente informe fueron obtenidos desde los paneles de “Solicitudes de Compra Directa” es nuestra web (panel nacional e internacional), y también desde nuestro canal de venta en *Mercado Libre*. Toda la información brindada por nuestros usuarios es volcada a planillas desde donde, a partir de la compilación y combinación de datos, llegamos a elaborar este informe que nos proporciona una valiosa herramienta para medirnos y superarnos continuamente.

Datos generales del informe



Ventas concretadas sobre intenciones de compra



Gráfico 1 Ventas sobre Intenciones de Compras

Variación anual



Intenciones de compra

Año 2019: doscientos dieciocho (218) intenciones de compra

Año 2020: quinientas diecisiete (517) intenciones de compra

Variación porcentual: **+138%**

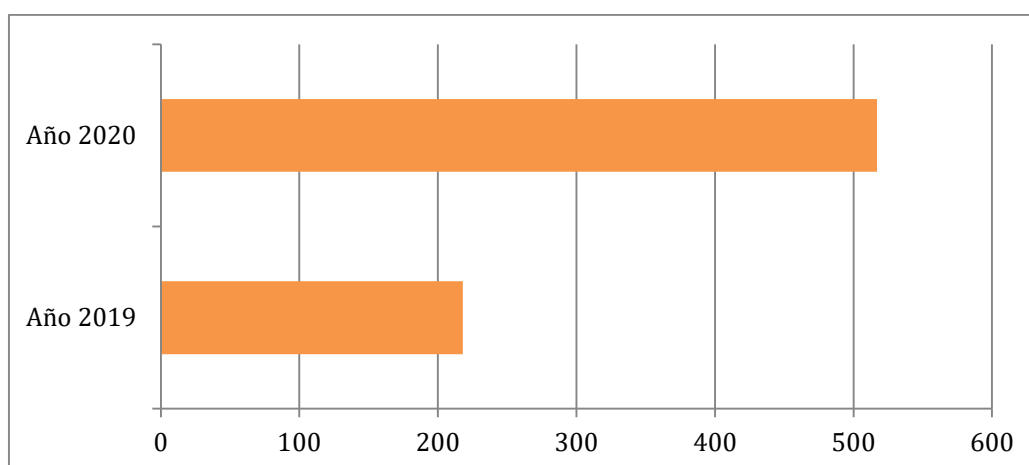


Tabla 1 Variación Intenciones de Compras

Ejemplares vendidos

Año 2019: Doscientos cuarenta y siete (247) ejemplares vendidos

Año 2020: Cuatrocientos cincuenta y dos (452) ejemplares vendidos

Variación porcentual: **+83%**

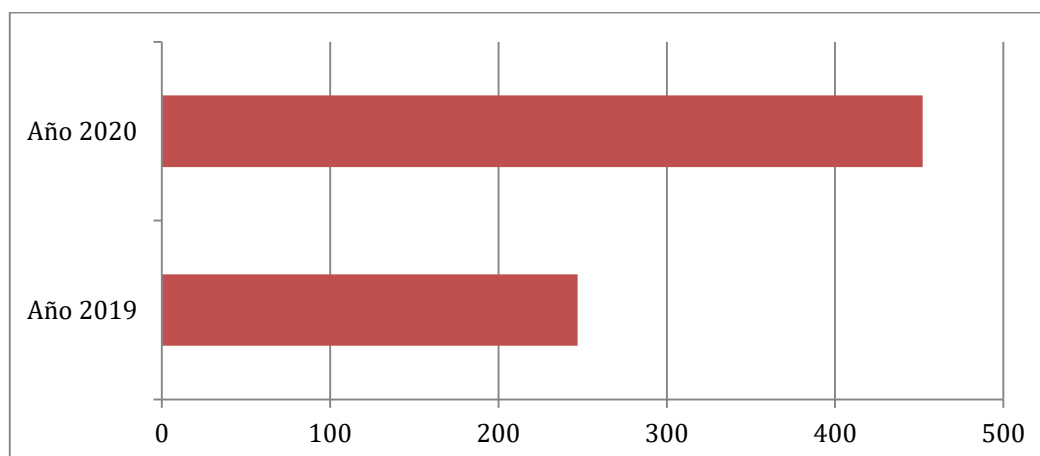


Tabla 2 Variación ventas de ejemplares

Análisis por zona geográfica

Zonas geográficas nacionales con mayor cantidad de Intenciones de compra

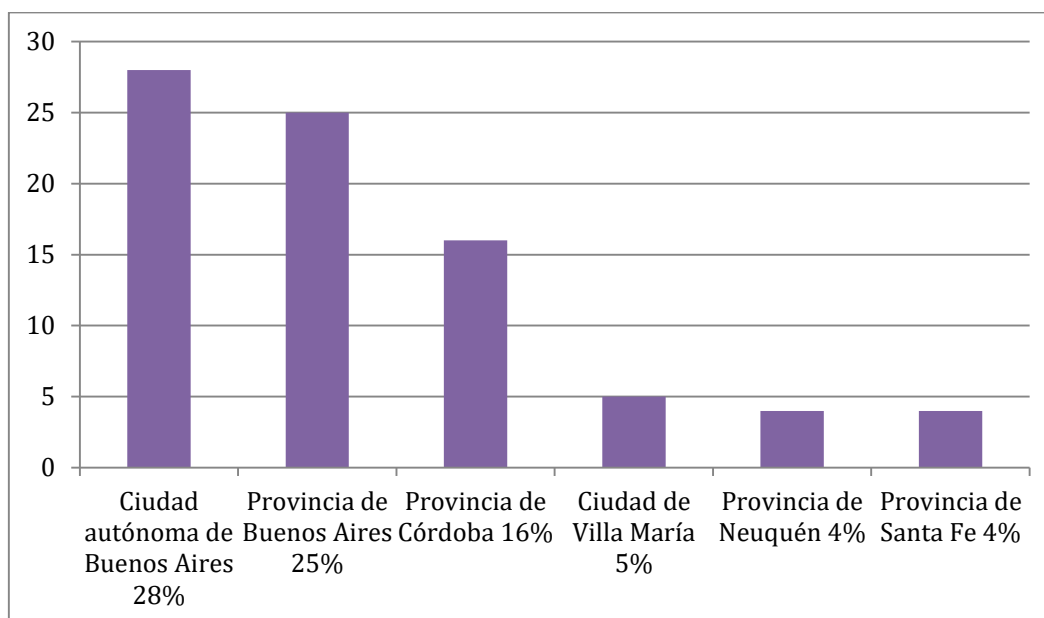


Tabla 3 Distribución de intenciones de compra nacional

Zonas geográficas internacionales con mayor cantidad de Intenciones de compra

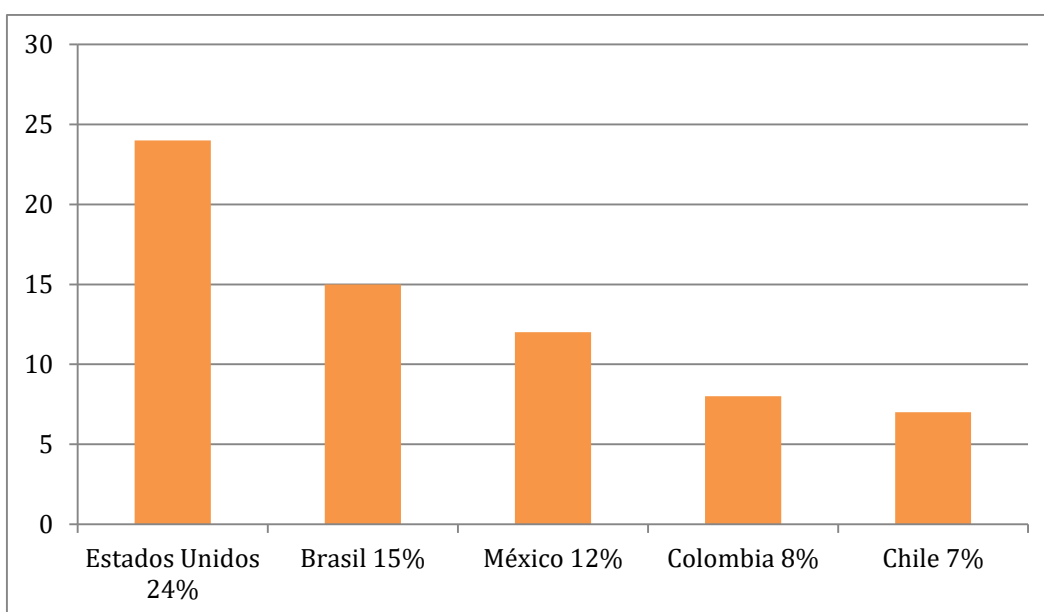


Tabla 4 Distribución de intenciones de compra internacionales

Zonas geográficas nacionales con mayor cantidad de ejemplares vendidos

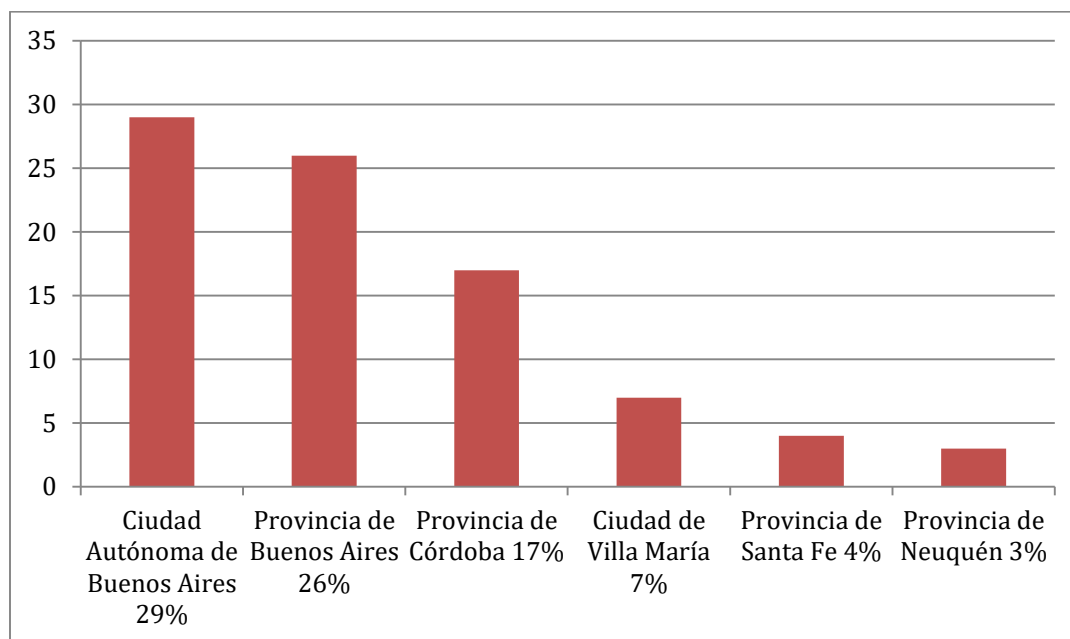


Tabla 5 Cantidad de ejemplares vendidos por zonas de Argentina

Zonas geográficas internacionales con mayor cantidad de ejemplares vendidos

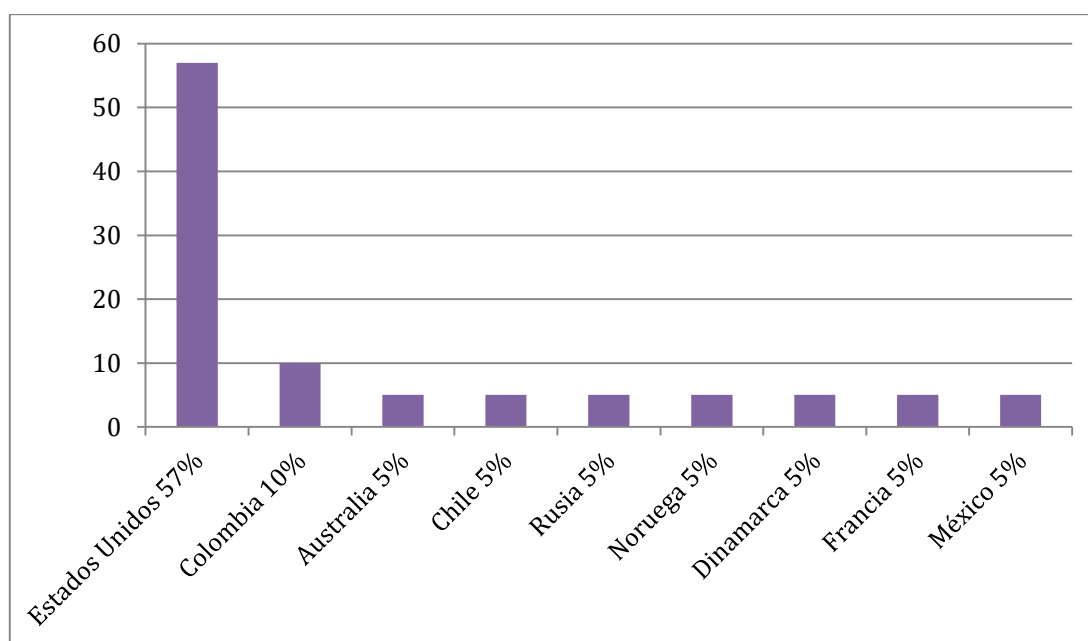


Tabla 6 Cantidad de ejemplares vendidos por zonas del exterior a la Argentina

Títulos más vendidos

Títulos más vendidos en Argentina



Historia feminista de la literatura argentina. En la intemperie

Laura Arnés,
Lucía De Leone,
María José
Punte (2020)



La disputa por Medio Oriente
Ezequiel Kopel
(2016)

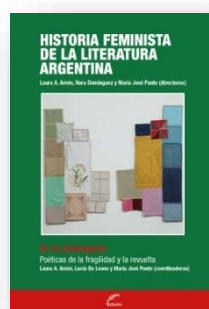


El llamado
Flor Kaneshiro
(2020)

Títulos más vendidos en países del extranjero



El llamado
Flor Kaneshiro
(2020)



Historia feminista de la literatura argentina. En la intemperie
Laura Arnés,
Lucía De Leone,
María José
Punte (2020)



Invención de la Nación en Borges y Marechal
Mariela Blanco
(2020)

Análisis por género

Intenciones de compra concretadas por género

Femenino: Ciento ochenta y nueve (189) compras concretadas

Masculino: ciento treinta (130) compras concretadas

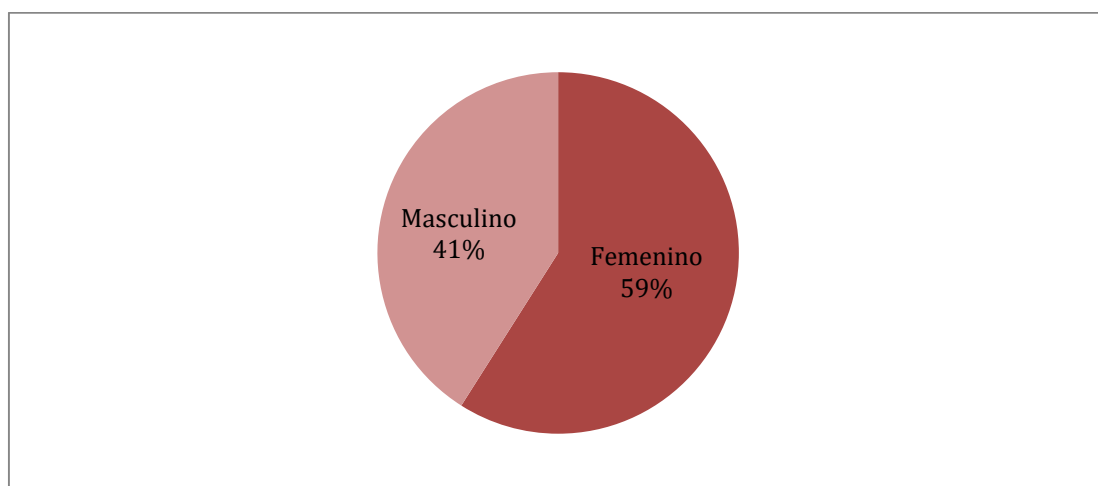


Gráfico 2 Intenciones de compra concretadas por género

Ejemplares vendidos por género

Femenino: Trescientos siete (307) ejemplares vendidos

Masculino: Ciento cuarenta y cinco (145) ejemplares vendidos

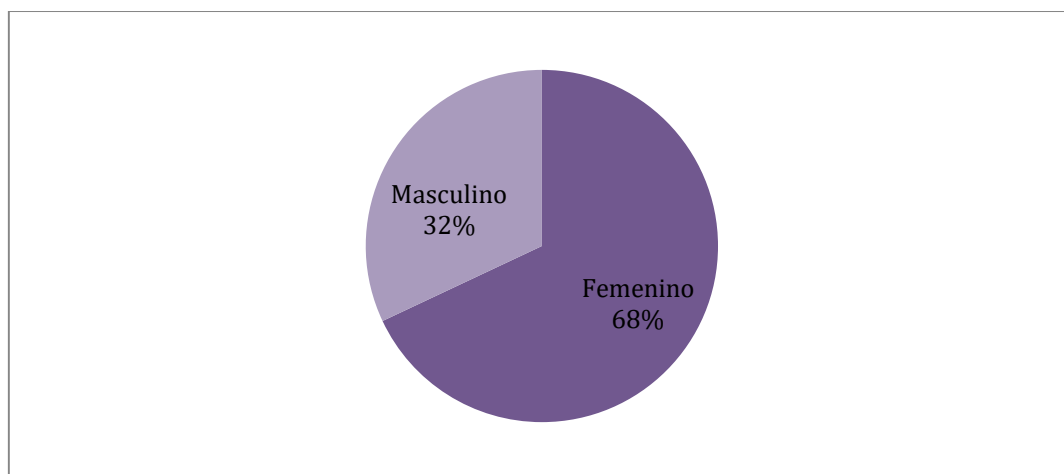


Gráfico 3 Ventas de ejemplares por género



¿Qué compra cada género?

Ejemplares vendidos al género femenino según colecciones

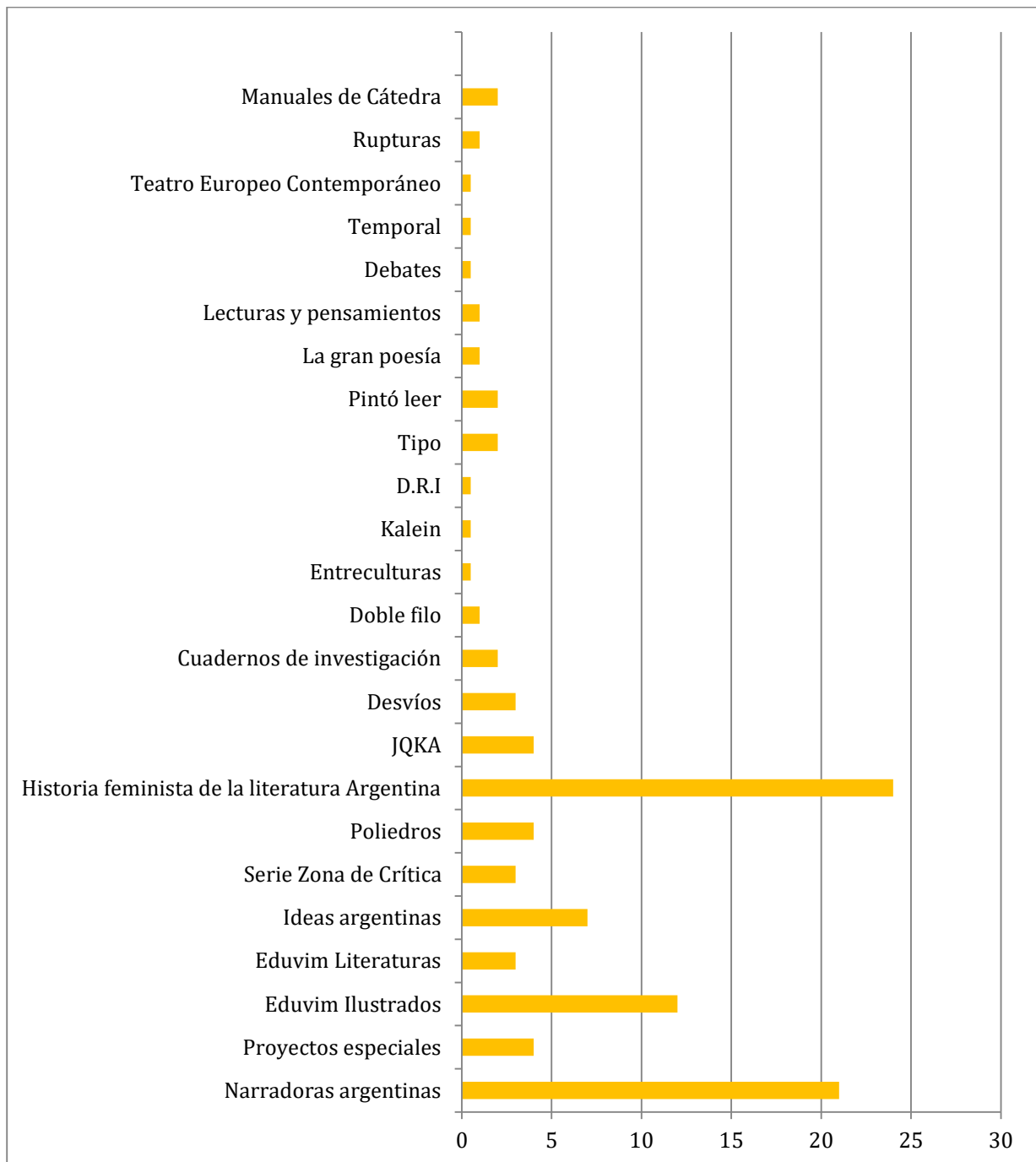


Tabla 7 Colecciones elegidas por género femenino

Ejemplares vendidos al género masculino según colecciones

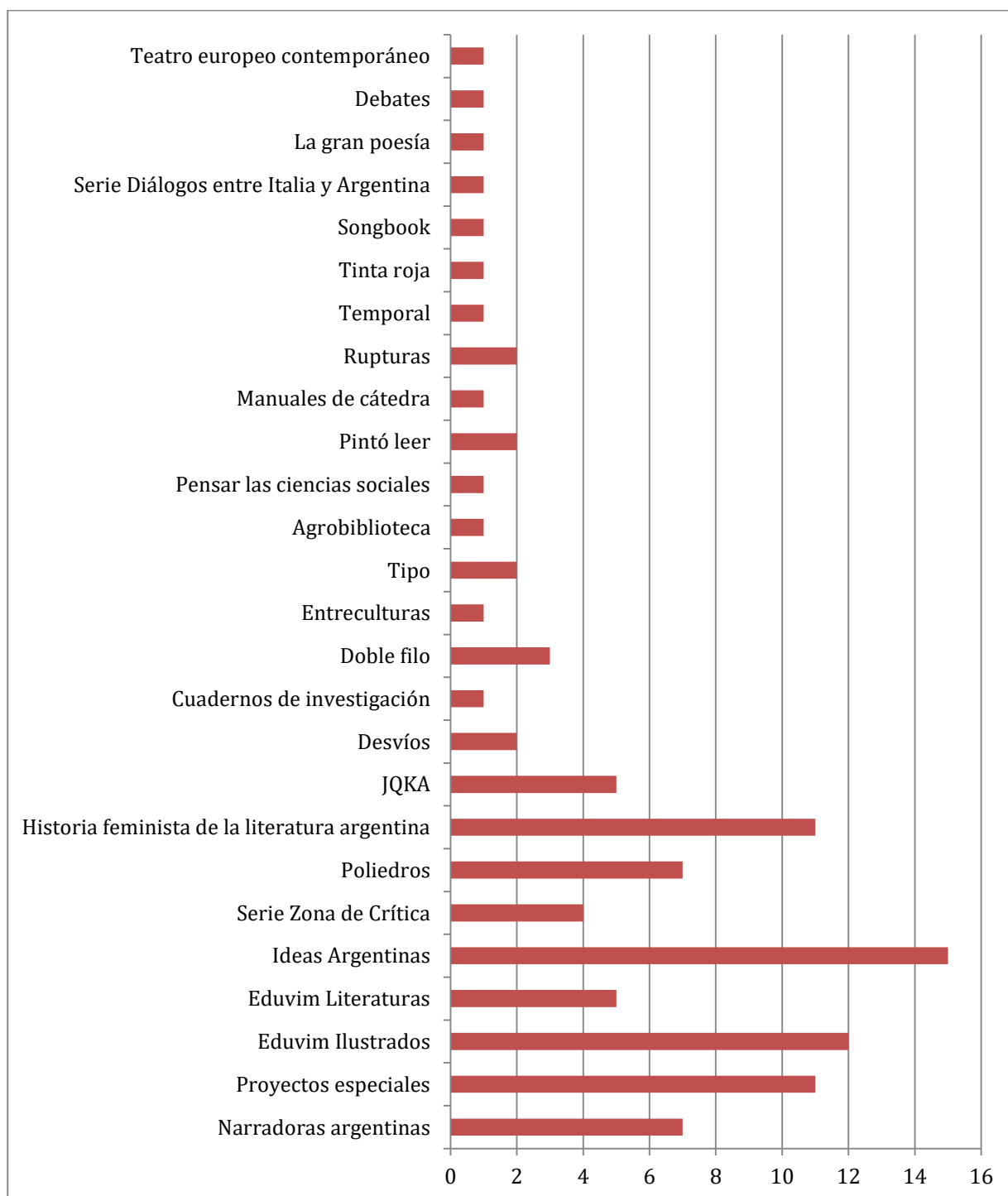


Tabla 8 Colecciones elegidas por género masculino



Análisis según franja etaria

¿Qué edades tienen nuestros lectores/ usuarios / clientes?

Porcentaje de ejemplares vendidos según franja etaria

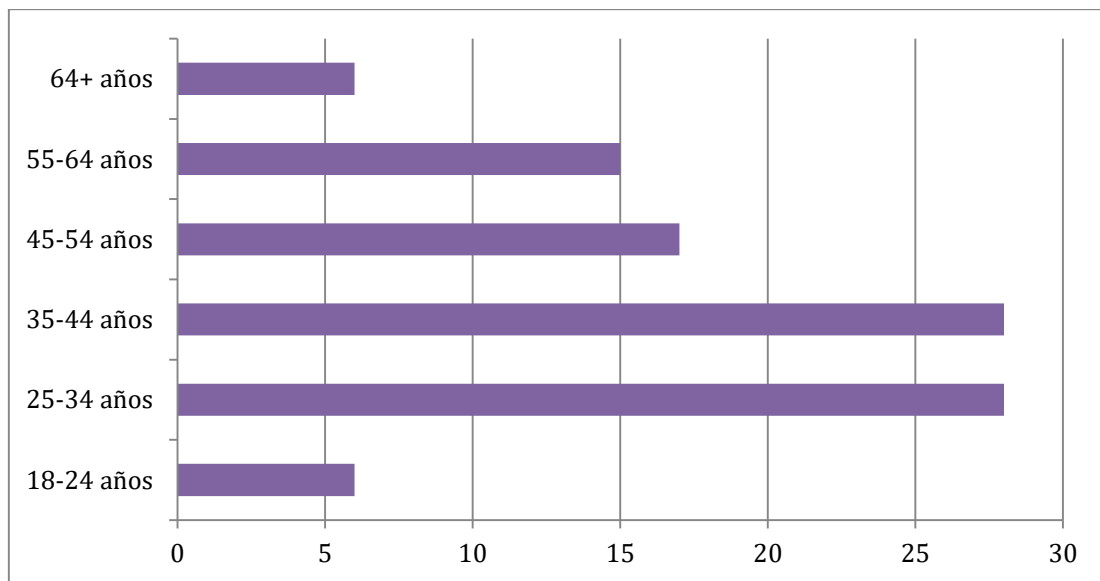


Tabla 9 Distribución etaria de los lectores / usuarios / clientes

Análisis sobre Encuestas de Satisfacción

¿Qué opinan de nuestro servicio de eCommerce nuestros lectores/usuarios/clientes?

Cada usuario que completa el formulario de compra en nuestra web recibe, vía correo electrónico, una encuesta de satisfacción, que variará según cómo haya finalizado su proceso. Estas evaluaciones que nos proporcionan nuestros usuarios, se basan entonces en dos encuestas bien diferenciadas: (1) entre aquellos que **completaron el proceso** de compra y, (2) aquellos que **abandonaron el proceso** antes de concretar la compra.

(1) Valoración del proceso de compra de usuarios que concretaron la compra

Teniendo en cuenta tu experiencia de Compra Directa en nuestra web, ¿qué probabilidades hay de que nos recomiendes con tus amigos/as?

84 respuestas

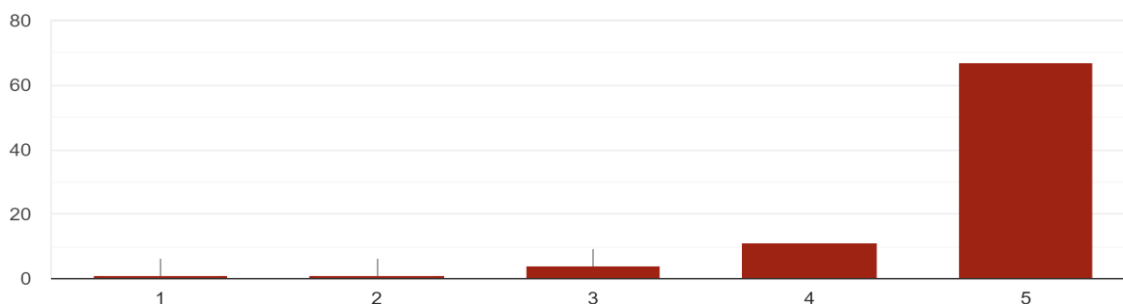


Gráfico 4 El 79,8% nos da el máximo de recomendación (5) y 13,1% nos recomienda con un (4)

¿Cómo valorás el proceso de compra? Desde que completaste el formulario hasta que llegó el libro a tus manos?

84 respuestas

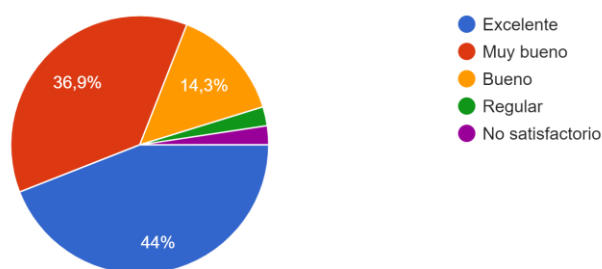


Gráfico 5 Valoración del “proceso” de compra: 44% Excelente y 36,9% Muy Bueno.



(2) Valoración del proceso de compra de usuarios que no concretaron la compra

En general y cuando de compras no concretadas se trata, ni la cantidad de respuestas suelen ser satisfactorias ni la valoración de quienes las responden resultan ser favorables para el vendedor. No obstante en el panel de respuestas a nuestras consultas, tenemos un alto porcentaje de satisfacción de los lectores/usuarios/clientes sobre el proceso.

¿Cómo valorás el proceso de compra, desde que completaste el formulario hasta que recibiste el cupón de pago?

16 respuestas

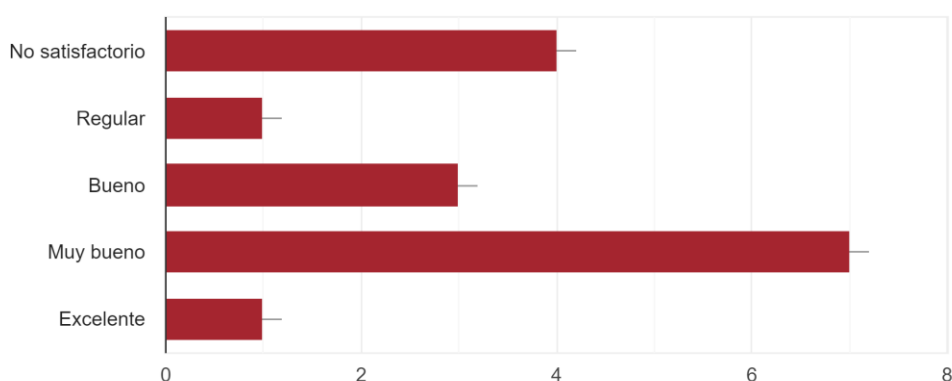


Gráfico 6 Un 68,9 % dice que es entre “Excelente”, “Muy bueno” y “Bueno”

Sin embargo, cuando le preguntamos a nuestros lectores/usuarios/clientes sobre cuáles son los aspectos centrales de por qué no pudieron concretar la compra, el factor determinante y más frecuente que ellos señalan es externo a la editorial: el 43,8% dice que el “envío” resulta muy costoso; el otro factor sí es imputable a la editorial: el 25% intentó comprar un libro agotado y eso sí se debe a que no está correctamente indicado en la web del sello.

El resto de los factores son muy dispersos y responden a puntos de vista del lector/usuario/cliente, a los que resulta muy complejo poder responder con acciones directas desde la editorial para satisfacerlos: “formas o plataformas de pago”, “precio del libro”, “falta de descuentos” etc. El gráfico que sigue lo muestra completo:

¿Cuál fue el principal motivo por el cuál interrumpiste la compra?

16 respuestas

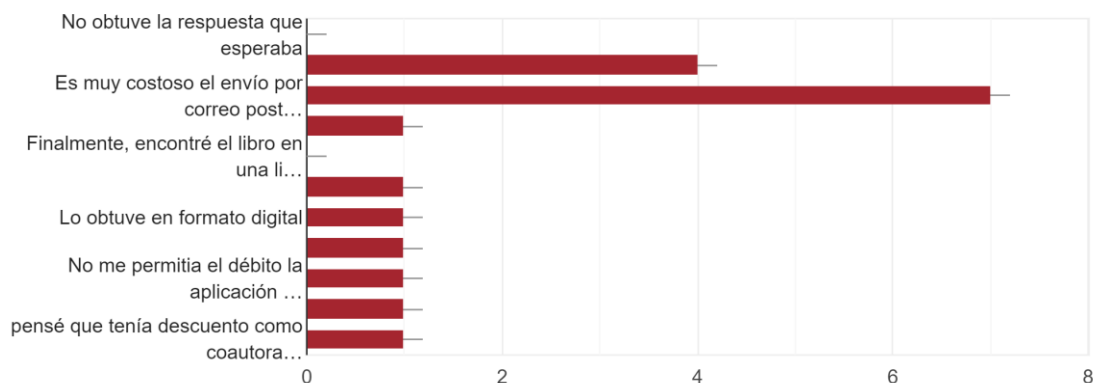


Gráfico 7 Motivos sobre por qué se interrumpe o no concreta la compra

Un aspecto que resulta muy satisfactorio es que ante la opción “No obtuve la respuesta que esperaba” no hay lectores/usuarios/clientes que lo hayan señalado.

Para completar esta parte de los lectores/usuarios/clientes que no concretaron la compra, vertimos en sus palabras, las respuestas más significativas:

- por favor reducir costos de envío
- Soy de Bs.As. y no encontré el libro que deseaba por acá. Por lo que el envío desde la editorial me salía casi igual que el libro en sí. Si bien lo vale, no puedo en estos momentos hacer ese gasto.
- Explicué que el envío encarecía mucho la compra y que prefería comprar en una sucursal de Ciudad de Buenos Aires. Creo que completé el formulario en "contacto" institucional de la página de Uds.¹

¹ Las respuestas se transcriben tal como se extraen del Formulario escrito por los lectores/usuarios/clientes respetando su ortografía y puntuación.



Observaciones finales

En términos generales, se observa un crecimiento del + 137% en intenciones de compras en comparación con el año 2019. Creemos que dicho incremento se relaciona en gran medida con el impacto del ASPO en Argentina y la pandemia mundial por COVID-19, que propició el aceleramiento de un proceso que ya venía en suba en relación al uso, cada vez más frecuente por parte de los lectores/usuarios/clientes, del comercio electrónico. Y también con las mejoras constantes de nuestra área, promovidas por nuestro equipo de trabajo, para lograr un eCommerce de calidad.

En cuanto a los usuarios de países del extranjero, se registra un crecimiento de intenciones de compra del + 42%. Se concentran en Latinoamérica (47%), le sigue Norteamérica (26%) y Europa (19%).

En torno a la identificación por géneros de los lectores/clientes/ usuarios, por un lado, se observa que el género femenino reporta, por tercer año consecutivo, mayor nivel de ventas (68% de ejemplares vendidos). Las características etarias del perfil de usuario se consolidan entre las franjas etarias de 25 a 44 años, con un 56% de las ventas concretadas, y le sigue la franja de 45 a 64 años, con el 32%.

En relación a las zonas geográficas, se han concretado ventas en 17 provincias argentinas y en 9 países del extranjero.