



# EXPECTATIVAS HOT SALE 2021



asociación mexicana  
de venta online





# La principal campaña de venta online en México

del 23 al 31 de mayo 2021

- **12 millones de compradores**
- **Más de 450 empresas participantes.**
- **Más de 20 mil millones de pesos en ventas.**
- **Más de 29 millones de productos vendidos.**
- **Más de 500 millones de visitantes a los sitios** de empresas participantes.

## **Campaña para promover el e-commerce**

- **DA A CONOCER TU MARCA**
- **RECLUTA NUEVOS CLIENTES**
- **MEJORA TUS INDICADORES CLAVE**

Somos  
la **organización  
de ecommerce  
más grande  
en México.**

**+ de 400**

**empresas afiliadas,**  
de todos los giros y tamaños. Una  
comunidad de expertos en e commerce

**Principales categorías representadas:** Ropa y Calzado, Muebles y Hogar, Electronicos, Viajes, Multicategoría, Alimentos y Bebidas, Deportes, B2B, Servicios financieros, Belleza, Automotriz, Farmacia, Mascotas, Entretenimiento, Infantil, Lujo, Telefonía...

**Principales soluciones representadas:** Agencias y tecnologías de Marketing, Soluciones de omnicanalidad, Medios de pagos, Logística, Consultoría de ecommerce, Soluciones antifraudes y ciberseguridad, Marketplaces, Abogados Contact centers, Hosting...



HOTSALE 2021



# [www.amvo.org.mx/publicaciones/](http://www.amvo.org.mx/publicaciones/)



## Reporte Impacto COVID-19 en Venta Online

**Objetivo:** Análisis holístico desde impacto a las empresas, a los sitios de comercio electrónico, cambios de comportamiento del consumidor, presencia social, disponibilidad online de inventarios y bienes de consumo masivo en puntos de venta físicos.



## Estudio sobre Venta Online en México

**Objetivo:** Reporte sobre el comprador online, las barreras y motivaciones del comercio electrónico a través del *customer journey*. Además de un análisis comportamental para entender los indicadores de desempeño más importantes.



## Estudio Fraudes y Métodos de Pago en Venta Online

**Objetivo:** Reporte que explora desde el lado del consumidor, los fraudes y métodos de pago en el comercio electrónico.



## Estudio de Venta Online en PyMEs

**Objetivo:** Reporte que analiza la adopción de la Venta online en pequeñas y medianas empresas en México.

## Estudios por Industria

**Objetivo:** Explora los usos y hábitos de compra en línea, indicadores comportamentales de comercio electrónico y experiencia de compra de diferentes categorías de productos.



Electrónicos & Videojuegos



Moda



Hogar & Muebles



Viajes



Alimentos y Bebidas

## Estudios por Temporalidades

**Objetivo:** Explora los usos y hábitos de compra en línea antes y después de la campaña, medición de Ventas, indicadores comportamentales y experiencia de compra en línea.



HOTSALE 2021



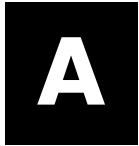


# Acceso a nuestros estudios



## VERSIÓN PÚBLICA

Con el fin de difundir los indicadores más importantes sobre Comercio Electrónico en México, nuestros estudios están disponibles desde nuestro sitio web.



## VERSIÓN AFILIADOS AMVO

Nuestros afiliados obtienen la versión extendida de nuestros estudios, conteniendo cortes demográficos y cruces de variables específicas no integradas en la versión pública.



## VERSIÓN PARTICIPANTES

Generamos información específica y de mayor profundidad a aquellas empresas que reportan indicadores clave dentro de nuestros estudios para entender el desempeño de resultados de todo el ecosistema.

# ¿Buscas alguna información distinta o algún estudio a la medida?

- ¿Quiénes son tus compradores online y cómo se comportan?
- ¿Cuáles son tus fortalezas y tus áreas de oportunidad en el canal online?
- ¿Qué comunicación te permite ser más fuertes en este canal?
- ¿Cuál es la dimensión del mercado en las diferentes categorías?
- ¿Cuál es el valor que tiene cada retail en el canal online para la categoría y las marcas?
- ¿Cómo es el comportamiento de búsqueda de tus categorías y marcas en el canal online?
- ¿Cuál es la conversión de búsqueda a compra para mis marcas?
- ¿Qué estrategia de precios te permite ser más competitivo en este canal?
- Y mucho más...

Esríbenos para cotizaciones  
**[estudios@amvo.org.mx](mailto:estudios@amvo.org.mx)**

# AMVO Educación

## El programa especializado de educación en comercio electrónico de la industria para la industria



### LIDERAZGO ACADÉMICO, NETWORKING, CRECIMIENTO PROFESIONAL

- Curación de **contenidos exclusivos**.
- Líderes **expertos** en su sector.
- Sesiones de **mentoring**.
- **Learning by doing**.
- Presencial y **online**.
- **Experiencias backstage**.
- Más que conocimiento técnico, **liderazgo para el futuro**.

CONTÁCTANOS PARA HABLAR DE TUS NECESIDADES

[educacion@amvo.org.mx](mailto:educacion@amvo.org.mx)



HOTSALE 2021



# Contenido

## Descripción del Estudio

- Metodología
- Glosario de categorías
- Perfil demográfico del comprador

## Compra

- Perfil del Comprador HOT SALE
- Interés por la compra omnicanal
- Nuevos compradores y compradores recurrentes
- Principales razones de compra online
- Razones de compra online
- Barreras para no comprar durante HOT SALE
- Fuentes de información digitales
- Fuentes de información tradicionales
- Forma de comprar durante HOT SALE
- Intención de compra por categorías durante HOT SALE
- Top categorías con mayor intención de compra
- Beneficiarios de las compras
- Métodos de pago
- Participación en la Preventa Citibanamex
- Métodos de entrega preferidos
- Comportamientos de compra a futuro y presupuesto de compra
- Percepción de seguridad





**La versión extendida de este estudio es un beneficio exclusivo de los Afiliados a la Asociación Mexicana de Venta Online y Empresas Participantes en la campaña. Si deseas tener acceso a esta información, afíliate con nosotros.**

**<https://www.amvo.org.mx/afiliate/>**

# Metodología

El levantamiento de información es realizado a través de encuesta online, el cual consiste en una comunidad de consumidores online que comparten información a través de encuestas y otras técnicas de recolección de datos a cambio de incentivos.

**Base Total:** 1,025 encuestas respondidas

**Criterio de selección:** Compradores online de 18 a 55 años que estén pensando participar en la campaña.

**Levantamiento:** 22 al 29 de Marzo 2021

**Representatividad:** Nacional. Áreas Nielsen

**Margen de error:** +/- 3.06%

## Zona Bajío

*Aguascalientes, Jalisco, Guanajuato, Colima, Michoacán.*

## Zona Noroeste

*Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit.*

## Zona Centro

*Hidalgo, Querétaro, Morelos, Estado de México, Tlaxcala, Puebla, Guerrero.*

## Zona Norte

*Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas.*

## Zona Sureste

*Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Veracruz, Oaxaca, Tabasco.*

## CDMX



# Resumen Ejecutivo

## Intención de Compra durante HOT SALE 2021

Existe un ligero incremento en el interés de compra de productos y servicios durante HOT SALE 2021, casi 8 de cada 10 compradores están interesados en adquirir algún artículo durante la campaña. Resalta la región Sureste con mayor intención de compra en comparación con el promedio nacional. El perfil del comprador HOT SALE sobresale más en el segmento masculino, en edades entre 35 a 44 años, provenientes de la CDMX.

## El interés por la compra omnicanal

9 de cada 10 potenciales compradores de HOT SALE tienen pensando adquirir productos y servicios combinando el canal físico y el canal digital, sin embargo, el 52% declara que tiene planeado comprar solo por Internet.

Se prevé un 14% de nuevos compradores que adquirirá artículos durante HOT SALE utilizando el canal digital.

Las principales razones para adquirir productos y servicios durante la campaña continúan siendo el provecho que le encuentran los compradores al canal digital (comparación de precios, variedad de productos, más promociones y descuentos), así como también las facilidades y diferentes métodos de pago. Por otro lado, COVID-19 se mantiene en la mente del consumidor, pues Internet es preferido para la compra de artículos.

Las principales razones para no comprar durante HOT SALE es la falta de presupuesto, ya que la mitad de los que no piensan comprar durante la campaña declaran que es debido a no tener dinero para esas fechas, así como la incertidumbre a causa de la pandemia y la desconfianza en las ofertas y promociones.

## Fuentes de información

La mitad de los potenciales compradores planea consultar sitios web para decidir sus compras, en primer lugar, visitarán sitios multi-categorías, seguido de la página oficial de HOT SALE y los sitios web o apps de las tiendas en las que están interesados. Así mismo 9 de cada 10 compradores planea comprar en varias tiendas.

## Intención de compra por categorías

Electrónicos y moda son las categorías con mayor interés de compra durante la campaña, resalta el incremento de interés en artículos como electrodomésticos, juguetes & videojuegos y muebles & hogar.

8 de cada 10 compradores planea comprar para sí mismo, y un 52% busca regalar a algún miembro de la familia.

## Métodos de pago

Los principales métodos de pago son Tarjetas de Débito y Crédito, sin embargo, resaltan la Tarjetas Digitales Bancarias, eWallets y tarjetas departamentales. La mitad (52%) de los interesados planea participar en la Preventa de Citibanamex.

El envío a domicilio continúa siendo el método de entrega preferido para recibir sus compras durante HOT SALE 2021.

En 2021 existe un 22% que planea gastar más por Internet que en el HOT SALE del año pasado, adicionalmente el presupuesto de compra es bastante alto ya que 4 de cada 10 interesados tiene pensado gastar más de \$7,501 pesos en total.

## Percepción de seguridad

La percepción de seguridad incrementa en comparación con el año pasado, ahora 9 de cada 10 potenciales compradores declaran sentirse muy seguros + algo seguros en sus compras por Internet durante HOT SALE.



# Glosario de categorías



**Electrónicos** (ej. Pantallas de tv, cámaras, equipo de cómputo, bocinas, etc.)



**Moda** (ej. Ropa, calzado, accesorios, lentes, sombreros, artículos de lujo, etc.)



**Juguetes y Videojuegos** (ej. Consolas, videojuegos, controles, etc.)



**Electrodomésticos** (ej. licuadoras, lavadoras, refrigeradores, etc.)



**Muebles y hogar** (ej. Artículos de decoración, colchones, jardinería, etc.)



**Celulares**



**Deportes** (equipo, ropa deportiva, etc.)



**Viajes y Transportes** (ej. Boletos de avión, boletos de autobús foráneo, paquetes turísticos, etc.)



**Belleza y Cuidado personal**



**Hospedaje** (ej. Hoteles, hostales, hospedaje alternativo, etc.)



**Libros, discos y revistas** (en físico)



**Herramientas** (equipo especial)



**Mascotas** (ej. Alimentos para mascotas, productos de aseo, accesorios, etc.)



**Bebidas alcohólicas**



**Despensa** (alimentos perecederos y no perecederos)



**Automotriz** (ej. autopartes, refacciones, accesorios, etc.)



**Infantil** (ej. Artículos para niños, ropa para bebé, etc.)



**Media y Contenido digital** (ej. Servicios de suscripción, descarga de películas, series, música, e-books, etc.)



**Telecomunicaciones** (ej. Plan de renta, recargas, servicios de roaming, etc.)



**Cursos educativos** (ej. Colegiaturas, cursos, diplomados, talleres, etc.)



**Farmacia** (ej. Medicamentos de uso libre, tratamientos, prueba de sangre, etc.)



**Instrumentos musicales**



**Servicios Financieros** (ej. Seguro de vida, seguro para el hogar, fondos de inversión, etc.)



**Lujo** (ej. Artículos de lujo como relojes, ropa, lentes, etc.)

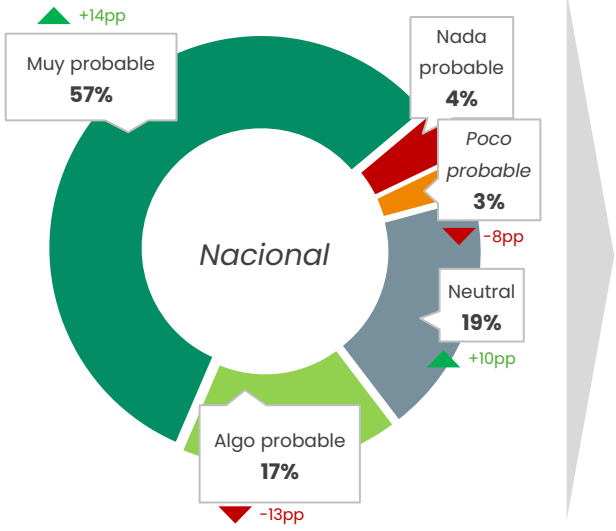
**Casi 8 de cada 10  
compradores están  
pensando en adquirir algún  
producto o servicio durante  
HOT SALE 2021**

P. ¿Qué tan probable es que compres algún producto y/o servicio durante las siguientes temporalidades durante abril y mayo?. T2B = 75%. Base Total = 982

# Probabilidad de compra por región

**75%** de los compradores están pensando en comprar algún producto o servicio durante **HOT SALE 2021**.

*La región Sureste resalta del promedio nacional en su interés en participar en la campaña este año. Las regiones con menor interés en participar resaltan CDMX y Zona Sureste.*



	*Zona Noroeste	Zona Norte	Zona Bajío	Zona Centro	Zona CDMX	Zona Sureste	Nivel Nacional
<b>T2B =</b> Muy probable + Algo probable	66%	<b>74%</b>	79%	73%	74%	<b>82%</b>	75%
<b>B2B =</b> Nada probable + Poco probable	4%	4%	5%	7%	<b>8%</b>	<b>8%</b>	7%
<b>Score Neto (T2B-B2B)</b>	<b>62%</b>	<b>70%</b>	<b>74%</b>	<b>66%</b>	<b>66%</b>	<b>74%</b>	<b>68%</b>

P. ¿Qué tan probable es que compres algún producto y/o servicio durante las siguientes temporalidades durante abril y mayo?. Base Total = 982. Base Noreste = 47, Base Norte = 137, Base Bajío = 144, Base Centro = 246, Base CDMX = 287, Base Sureste = 121. \*Base insuficiente menor a 100 casos.

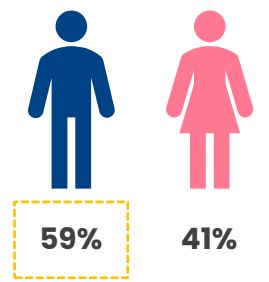
▲ Diferencias Significativas vs Reporte de Resultados HOT SALE 2020



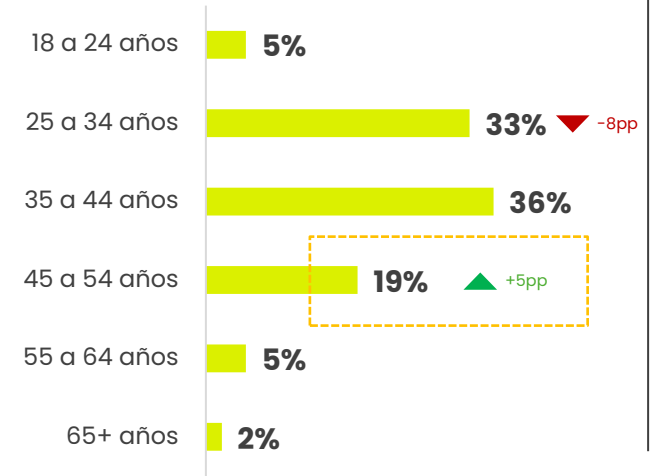
# Perfil demográfico del comprador HOT SALE

El comprador interesado en HOT SALE 2021 resalta más por el segmento masculino, en edades entre 25 a 44 años, provenientes de la CDMX y el centro del país.

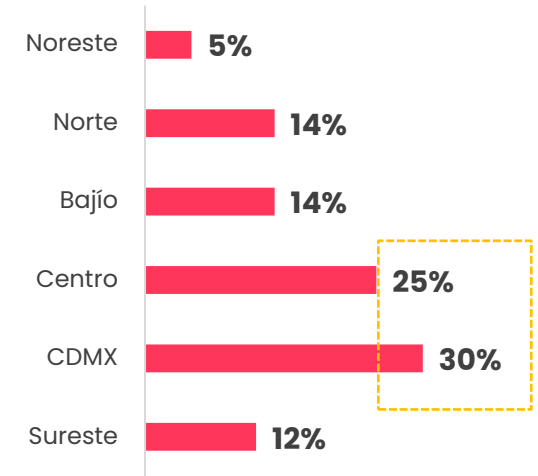
## Género



## Edad



## Región Geográfica



Metodología: Comunidad de consumidores que comparten información a través de encuestas online y otras técnicas de recolección de datos a cambio de incentivos. Base Total: 1,025. \*Áreas Nielsen.

▲ Diferencias Significativas vs Reporte de Resultados HOT SALE 2020



**5 de cada 10**  
**potenciales compradores**  
**de HOT SALE piensan**  
**comprar sólo por Internet**



# El interés por la compra omnicanal



**9 de cada 10 compradores** piensan adquirir productos o servicios combinando el canal físico y el canal digital durante **HOT SALE 2021**.  
Resalta el 52% de los compradores interesados por adquirir sus artículos utilizando el canal Digital.

**47%**  
Ambos canales  
(Internet + Tienda física)



**52%**  
Sólo por Internet

Lugar de compra

**1%**  
Sólo en **Tiendas Físicas**



HOTSALE 2021

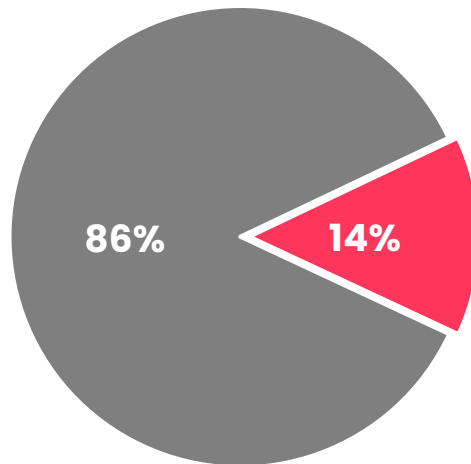


**14% de los potenciales  
compradores durante HOT  
SALE comprarán por  
primera vez**

# Nuevos compradores y compradores recurrentes durante HOT SALE 2021

**14% de los potenciales compradores** durante HOT SALE adquirirá productos y/o servicios por primera vez utilizando el canal digital, el resto ya ha participado en ediciones pasadas.

Ha comprado **por Internet en ediciones pasadas** de HOT SALE



Es la **primera vez que comprará** durante HOT SALE

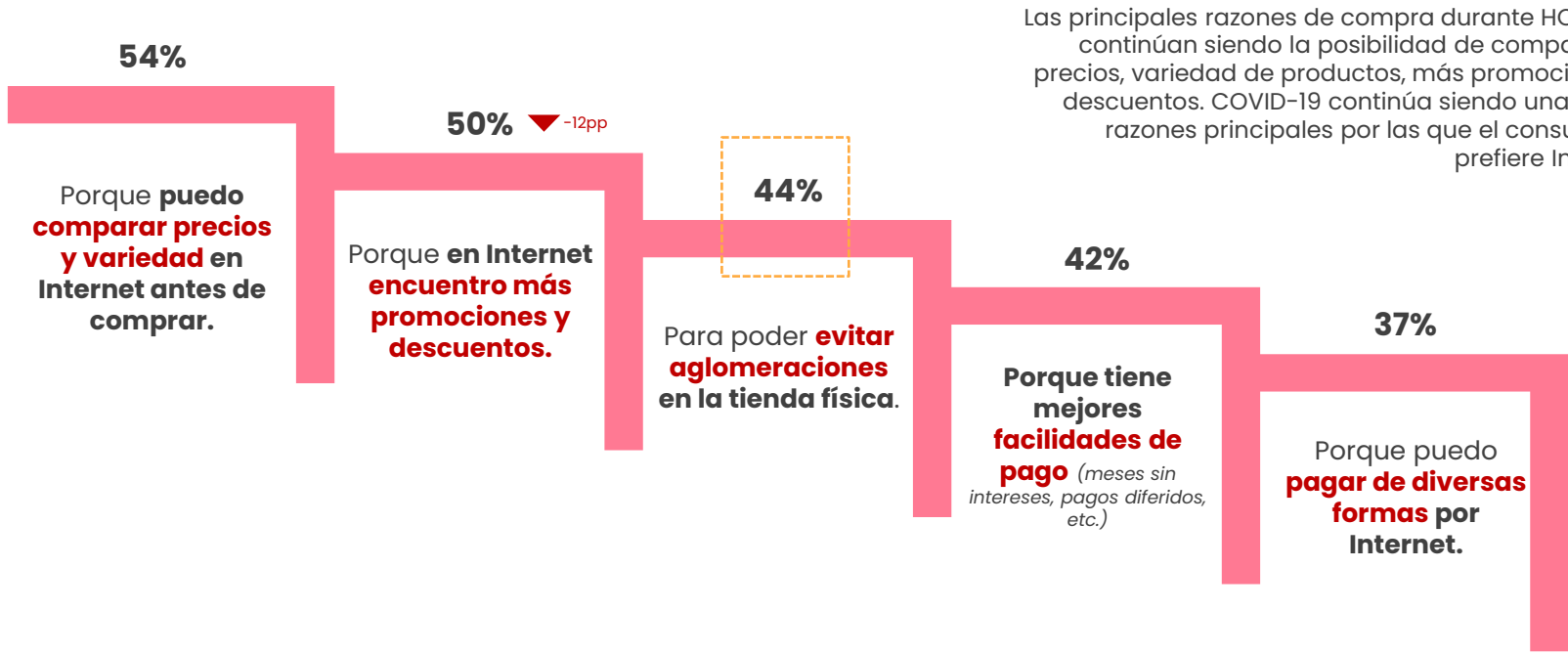


HOTSALE 2021





# Principales razones de compra online durante HOT SALE



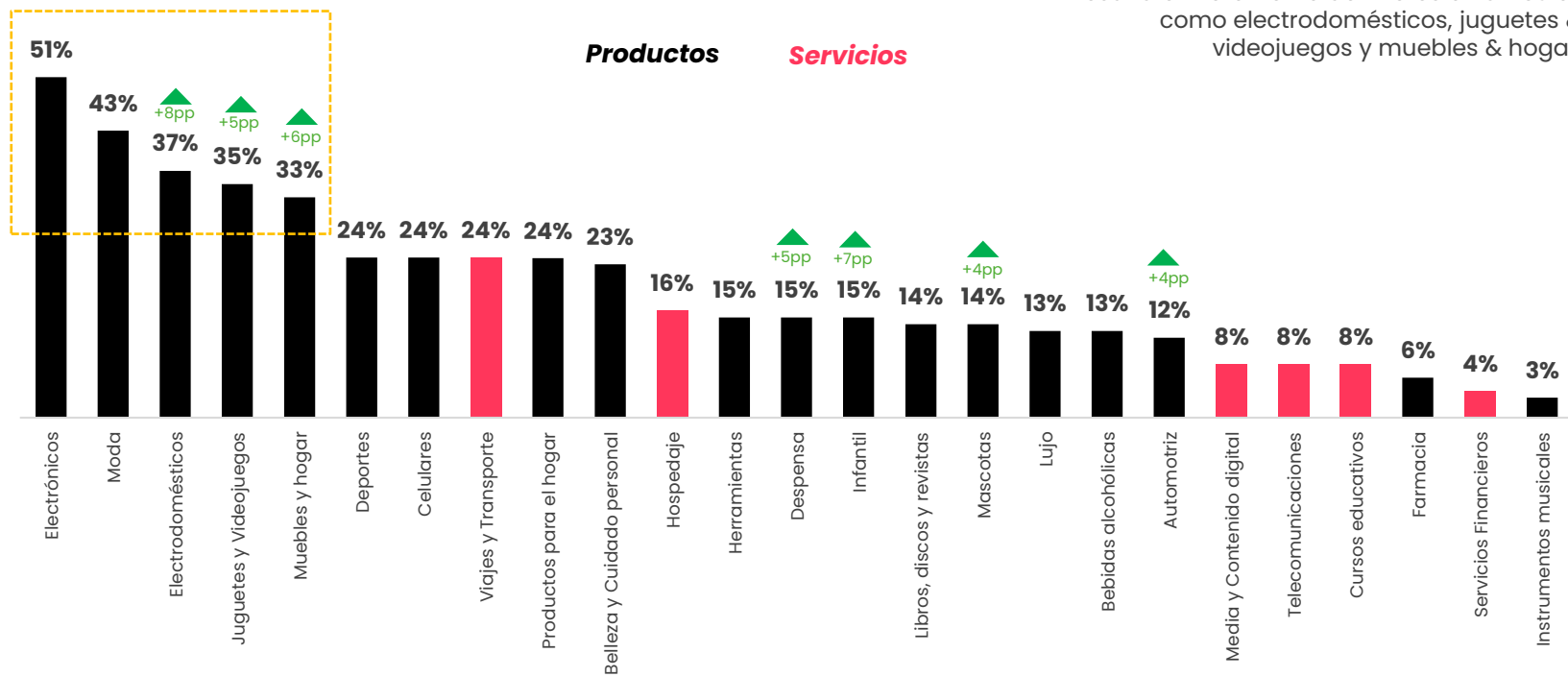
Las principales razones de compra durante HOT SALE continúan siendo la posibilidad de comparar de precios, variedad de productos, más promociones y descuentos. COVID-19 continúa siendo una de las razones principales por las que el consumidor prefiere Internet.

P. Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios por internet durante HOT SALE, por favor selecciona las razones. Base Comprador Digital HOT SALE = 726.

Diferencias Significativas vs Reporte de Resultados HOT SALE 2020



# Intención de compra online por categorías



Electrónicos y moda son las categorías con mayor interés de compra durante **HOT SALE 2021**, resalta el incremento de interés en artículos como electrodomésticos, juguetes & videojuegos y muebles & hogar.



HOTSALE 2021



# Beneficiarios de las compras durante HOT SALE

8 de cada 10 potenciales compradores busca adquirir productos y/o servicios para si mismo, sin embargo, 58% busca regalar a algún miembro de su familia.



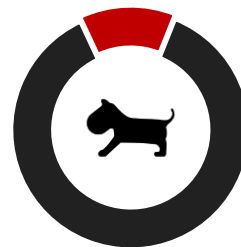
**83%**  
Para mí



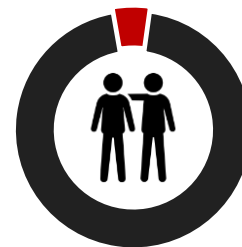
**58%**  
Para algún familiar  
(hijos(as), hermanos(as),  
abuelos(as), etc.)



**36%**  
Para mi pareja



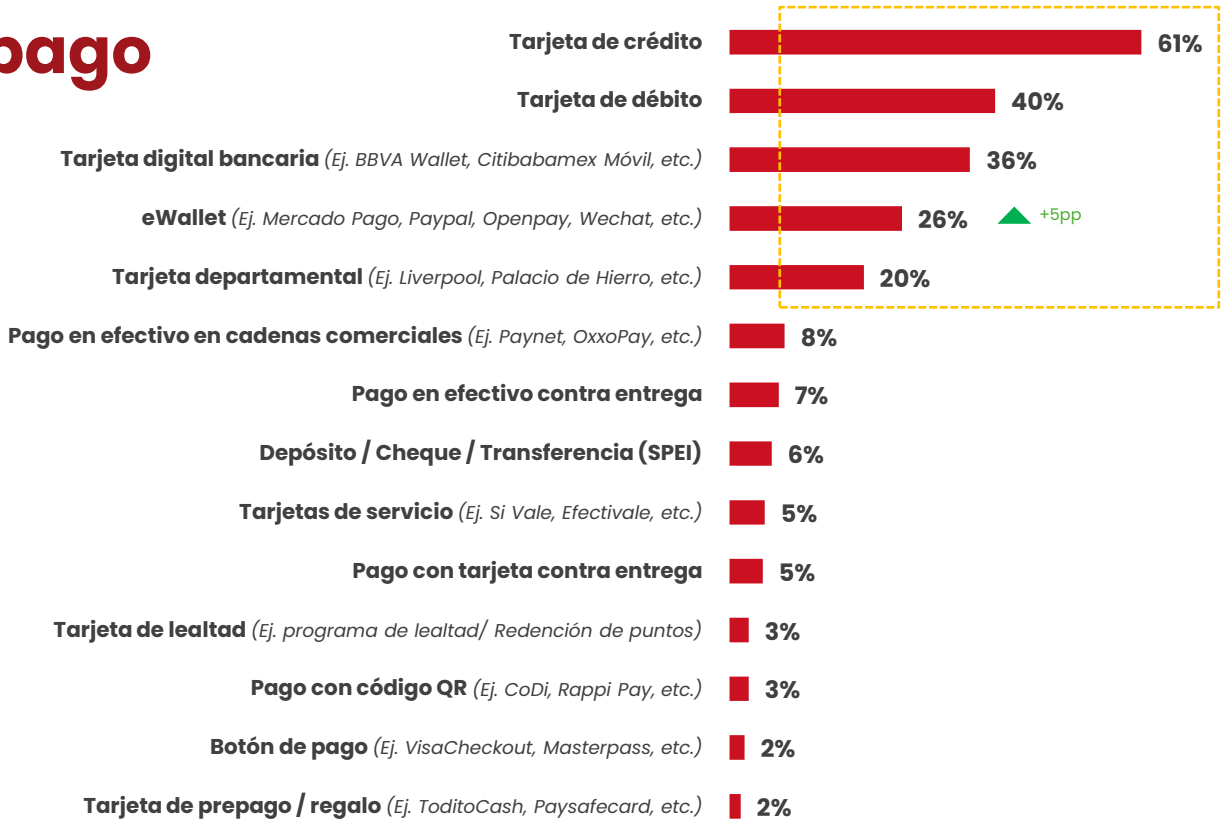
**13%**  
Para mi mascota



**5%**  
Para algún  
amigo(a)

# Métodos de pago

Los principales métodos de pago en línea son las tarjetas de Crédito y Débito. Resaltan las tarjetas digitales bancarias y las eWallets que año con año, van ganando relevancia en la mente del comprador HOT SALE.



HOTSALE 2021



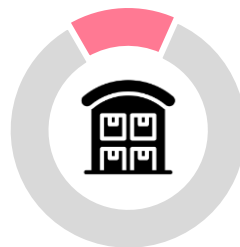
# Método de entrega preferido durante HOT SALE

El envío a domicilio continúa siendo el método de entrega preferido para recibir sus compras durante HOT SALE 2021.



**88%**

Envío a mi hogar



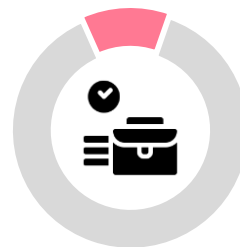
**15%**

Envío a casa de un  
amigo / familiar



**13%**

Recoger en tienda  
física



**12%**

Envío a mi oficina /  
trabajo



**7%**

Recoger en centro  
de distribución  
(Oxxo, DHL, Estafeta,  
RedPack, etc.)

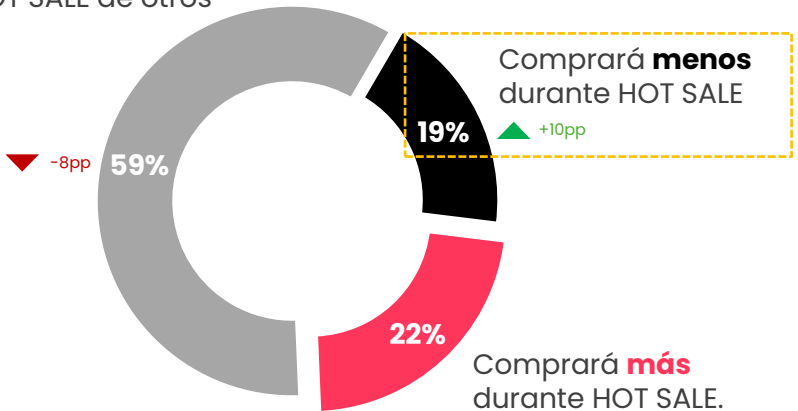




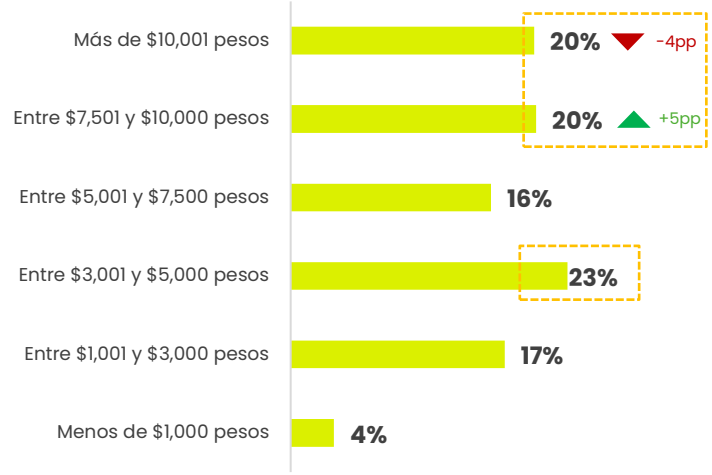
# Comportamiento de compra a futuro y presupuesto planeado

En esta nueva edición HOT SALE 2021, se identifica una disminución en el presupuesto planeado, donde 2 de cada 10 potenciales compradores piensa gastar entre \$3,000 a \$5,000 pesos.

Comprará igual que en HOT SALE de otros años



### Presupuesto pensado gastar durante HOT SALE 2021



HOTSALE 2021



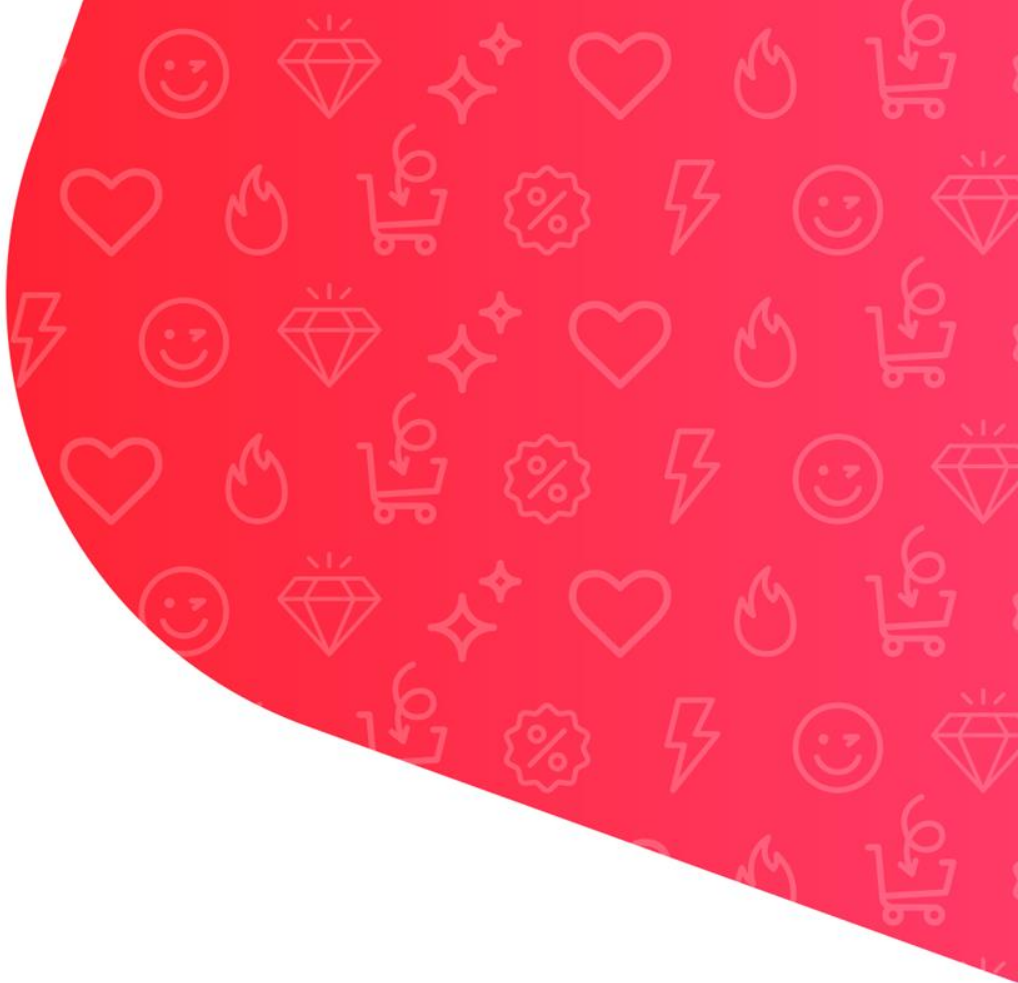
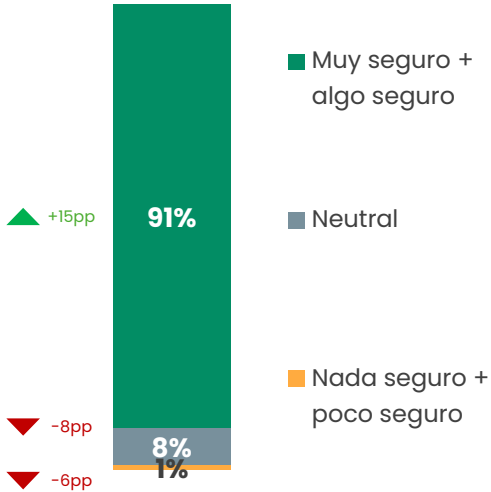
P. Qué opción describe mejor tus compras por Internet durante HOT SALE 2021? Base Comprador Digital HOT SALE: 545. ¿Cuál es el presupuesto que tienes pensado gastar en Internet para HOT SALE 2021? Base Comprador Digital HOT SALE: 623.

▲ Diferencias Significativas vs Reporte de Resultados HOT SALE 2020



# Percepción de seguridad comprando online durante HOT SALE 2021

**9 de cada 10 potenciales compradores** se sienten seguros al comprar por Internet durante la edición 2021 de HOT SALE.



P. ¿Qué tan seguro te sientes al comprar por Internet tus productos y/o servicios durante HOT SALE 2021? Base Comprador Digital HOT SALE: 613.

▲ Diferencias Significativas vs Reporte de Resultados HOT SALE 2020  
▼

## Síguenos en nuestras redes sociales:



[/amvomex](#)



[/company/amvo](#)



[@amvomexico](#)



[/amvomexico](#)



[/AMVO\\_orgmx](#)



asociación mexicana  
de venta online

[\*\*www.amvo.org.mx\*\*](http://www.amvo.org.mx)