

10a edición

ESTUDIO
Expectativas de compra
HOT SALE 2023
29 de mayo al 06 de junio

Versión Pública



La principal campaña de venta online en México

del 29 de mayo al 06 de junio 2023



- En 2022...
- +600 empresas registradas
- Más de 23 mil millones de pesos en ventas totales
- 19 millones de artículos vendidos
- 687 millones de visitas a sitios de comercios participantes
- 14.6 millones de órdenes de compra
- 1.7 millones de nuevos compradores
- Ticket promedio de \$1,629



**Campaña
para promover
el e commerce**

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



¿Quiénes somos?



La **organización**
de eCommerce
más grande
en México.

+ de 565

empresas afiliadas,
de todos los giros y tamaños. Una
comunidad de expertos en eCommerce

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...



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**



Estudios de industria



Gratis

Estudios de mercado para todas las empresas

El objetivo de los estudios para la industria es **evangelizar y mostrar un contexto general del eCommerce en México** y el shopper digital.

A

Afiliados
(versión completa)

P

Pública
(indicadores generales)

EP

Aplica únicamente para empresas de campañas masivas



Con costo

AMVO Analytics

Estudios bajo solicitud

El objetivo de los estudios para el negocio es **profundizar en interrogantes que van más allá del alcance de los estudios de industria** y responder objetivos de negocio específicos.

D

Extracción de datos desde estudios para la industria comparando segmentos variables y tendencias

S

Profundización de subcategorías y versiones pagadas a empresas no afiliadas

AH

Atiende objetivos específicos de negocio y es realizado a la medida del cliente

AMVO Estudios

Gratuito

Con Costo

P

A

EP

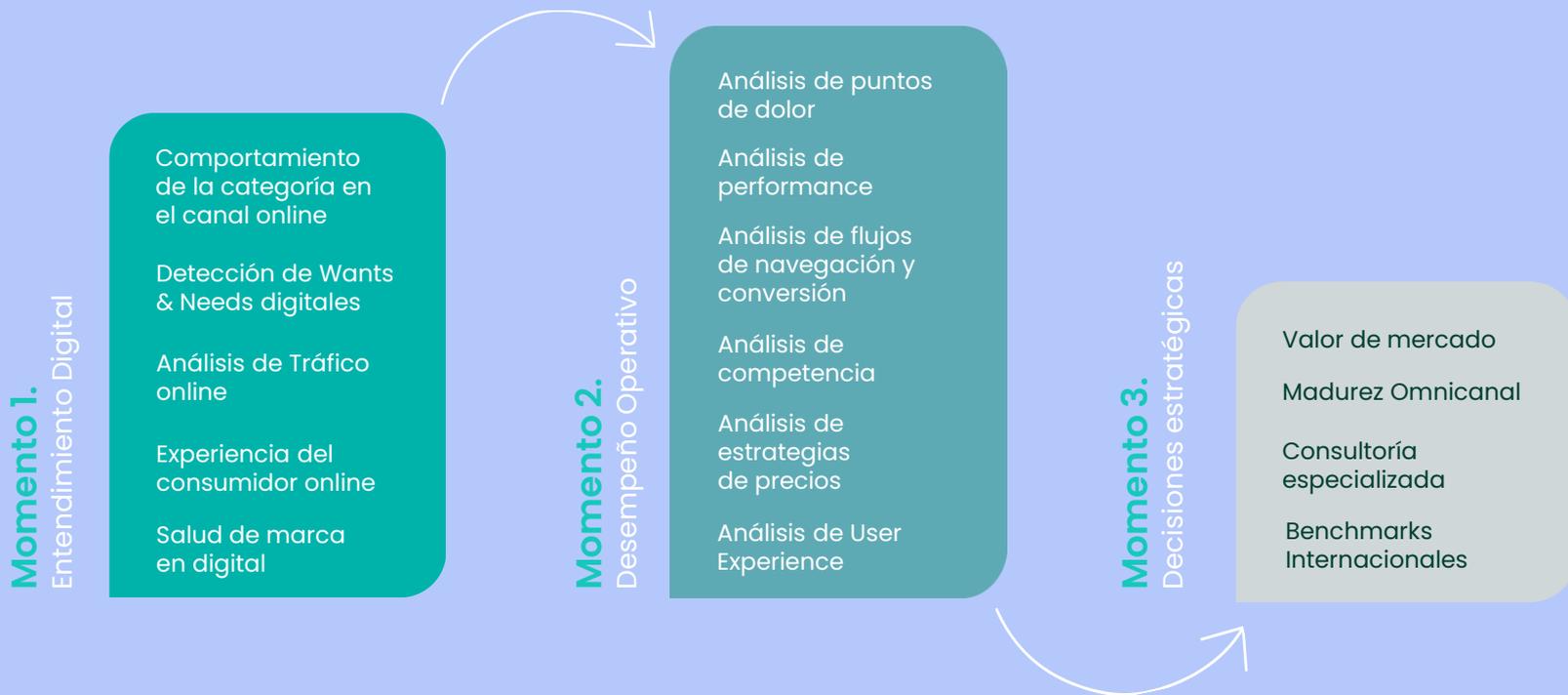
D

S

AH

Temáticas	Tipo de Reportes	Versión Pública	Versión Afiliados	Versión Empresa Participante	Desk Research*	Estudios Sindicados	Ad hoc*
 Estudios sobre el Consumidor Online	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio Venta Online - Estudios por Categoría (Moda, Electrónicos, Alimentos y Bebidas, Muebles, entre otros) - Reporte de Temporalidades 	✓	✓	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • Entendiendo al consumidor digital vs campañas masivas • Por grupos de análisis (edad, tipo de usuario, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tendencias del consumidor Marketplaces & Marcas • Deep dive categorías 	<ul style="list-style-type: none"> • Shopper journey • Árboles de decisión • Segmentaciones de compradores • Análisis de tráfico, etc.
 Estudios sobre Campañas Masivas	<ul style="list-style-type: none"> - Reporte de expectativas de compra de campaña - Reporte de Resultados de campaña 	✓	✓	*Empresas participantes en Medición de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Por grupos de análisis (edad, tipo de usuario, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • HOT SALE • El Buen Fin 	<ul style="list-style-type: none"> • Deep dive del desempeño de la marca durante la campaña
 Estudios sobre Comercios & Marcas	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios sobre PyMEs - Estudios sobre Comercios y Marcas que venden en línea - Estudios sobre KPIs (Logística, Medios de Pago & Fraudes) 	✓	✓	*Empresas participantes en Medición de ventas	N/A	N/A	N/A

www.amvo.org.mx/publicaciones/



Estudio de Venta Online 2023

El panorama del canal
digital en México

A través de **Desk Research** de **AMVO Analytics** puedes tener cortes de información dependiendo del segmento de tu negocio.



Módulos desde
\$40,000 MXN +

¿Quieres profundizar en algún tipo de comprador del estudio?



Profundización por
Categorías*



Segmentos
demográficos*



Tráfico en sitios web
por categorías**

Más información:
estudios@amvo.org.mx

*El nivel de lectura dependerá del número de casos existentes del grupo solicitado

** Módulo tráfico desde \$60,000 MXN + IVA

El estudio tiene 4 módulos, los cuales puedes adquirir de forma **individual**, según tus estrategias:

Sindicado Nuevas tendencias del shopper digital

En 2023, AMVO Analytics genera información complementaria al Estudio de Venta Online 2023, a través de sus Estudios Sindicados.

Estos ayudarán a fortalecer las estrategias digitales de este año, en temáticas muy relevantes para ustedes, ya que están generando tendencia en el ambiente digital.

1

El papel que juega el social commerce en el momento de compra

2

Relevancia de las nuevas plataformas de comercio conversacional en las compras

3

Retos que tienen las empresas para pagos digitales

4

El eCommerce y la responsabilidad social

Cada uno de ellos responde **interrogantes específicas** asociadas a cada uno de los temas y cuenta con una **inversión individual** de **\$195,000 + IVA**.

Más información:

estudios@amvo.org.mx

En 2023, el Estudio Sindicado HOT SALE hará una profundización en las **5 categorías** con mayor expectativa de compra y considerará información del **comprador** & **ventas** de la categoría.

La inversión por categoría será de
\$280,000 + IVA

El estudio que profundiza en 5 categorías, a través de 2 módulos de información:

- Estructura de **ventas por día**
- **Top 3 fabricantes** de la categoría
- **Top 3 marcas** de la categoría

NIQ Ebit



Journey de compra digital de la categoría, a través de un **estudio declarado**



Juguetes



Deportes



Moda



Belleza &
cuidado personal



Hogar

Para más información, escríbenos a: **estudios@amvo.org.mx**

Oferta Educativa



Programas Especializados



Programas a la medida



Diplomado Ejecutivo en E Commerce

ACT | Analizar
Capacitar
Transformar

Metodología de capacitación para impulsar las ventas en línea

Más información: educación@amvo.org.mx

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.

Si deseas tener acceso a esta información, afíliate con nosotros.

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



Estructura



Expectativas del comprador



Hábitos de búsquedas



Tendencias de ventas online

*Exclusivo Afiliados

Contenido del estudio

1 Expectativas del consumidor HOT SALE 2023

- Probabilidad de compra
- Perfil demográfico interesado en comprar en HOT SALE 2023
- Nuevos compradores y compradores recurrentes
- Fuentes de información para decidir comprar durante HS 2023 > Fuentes digitales y fuentes tradicionales
- Medios de comunicación preferidos para ofertas y descuentos de Hot Sale 2022
- Notoriedad espontánea de marcas y de instituciones financieras
- El rol de la Omnicanalidad durante HS 2022 > por demográfico
- Intención de compra por categoría
- Canal de compra pensado > Internet, Tiendas físicas
- Sitio/tienda de compra
- Beneficiarios de las compras
- Métodos de pago online planeado
- Formas de pago sin tarjeta
- Importancia y beneficios a través de instituciones financieras
- Comportamiento de compra a futuro y presupuesto planeado
- Percepción de seguridad
- Nivel de satisfacción de la comunicación y ofertas de HOT SALE
- Nuevas categorías en HOT SALE
- Razones de compra online durante Hot Sale 2022
- Barreras de compra durante Hot Sale 2022

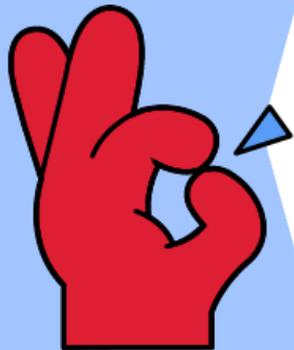
2 Hábitos de búsquedas (Google)

- Búsquedas de viajes por país
- Búsquedas durante temporalidades
- Sentimiento del comprador en todo el mundo
- Tendencia de búsquedas de descuentos
- Búsquedas de descuentos durante HOT SALE y HOT TRAVEL
- Valor histórico de las ventas online durante HOT SALE en México
- Tendencia de búsquedas dentro de Retail

3 Tendencias de ventas online*

- Evolución de la Medición de VENTAS durante HOT SALE
- Crecimiento online HOT SALE
- Distribución de los principales Super Grupos HOT SALE 2022
- Distribución por día de las ventas online totales
- Índices (categorías que más sobreindexan)





1

Expectativas del comprador



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: 638 encuestas respondidas

Levantamiento: Del 11 al 18 de abril 2023

Representatividad: Nacional. Áreas Nielsen

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

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

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

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

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

CDMX

Glosario de categorías

	Artículos de Oficina (Ej. Papelería, escritorios, sillas, etc.)
	Alimentos en la despensa* (Ej. Lácteos, pastas, enlatados, carnes, pescado, etc.)
	Artículos de despensa para el hogar* (Ej. limpieza, lavado, higiénicos, desechables, etc.)
	Bebidas alcohólicas
	Bebidas no alcohólicas*
	Belleza y cuidado personal (Ej. cosméticos, perfumes, cremas, etc.)
	Celulares*
	Comida a domicilio* (pedido por app, pedido directo a restaurante)
	Consolas y videojuegos (Ej. Consolas, videojuegos, controles, etc.)

	Cultura / Libros, discos y revistas (Ej. Libros, discos, revistas, obras de arte, etc.)
	Cursos educativos (Ej. Colegiaturas, cursos, diplomados, talleres, etc.)
	Deportes (Ej. ropa deportiva, equipo especial, etc.)
	Electrodomésticos (Ej. refrigeradores, lavadores, hornos, licuadoras, etc.)
	Electrónicos* (Ej. Pantallas de TV, cámaras, equipos de cómputo, bocinas, etc.)
	Farmacia (Ej. Medicamentos de uso libre, multivitamínicos, pruebas de sangre, etc.)
	Herramientas (Ej. equipo especial, accesorios)
	Hospedaje (Ej. hoteles, hostales, hospedaje alternativo, etc.)
	Infantil (Ej. Artículos para niños, ropa para bebé, etc.)

Glosario de categorías



Instrumentos musicales

(Ej. Teclados, guitarras acústicas o eléctricas, etc.)



Juguetes

(Ej. juegos de mesa, bicicletas, figuras de acción, muñecas, etc.)



Lujo

(Ej. Artículos de marcas de lujo como relojes, ropa, lentes, etc.)



Mascotas

(Ej. Alimento para mascota, productos de aseo, accesorios, etc.)



Media y Contenido digital

(Ej. servicios de suscripción, descarga de películas, series, música, e-books, etc.)



Mejoras para el hogar*

(Ej. Pisos, cortineros, etc)



Moda

(Ej. ropa, calzado, accesorios, lentes, sombreros, artículos de lujo, etc.)



Muebles y Decoración del hogar

(Ej. decoración, colchones, jardinería, etc.)



Refacciones y autopartes*



Servicios de bienestar personal*

(Ej. terapias, gimnasio, SPA, etc.)



Servicios financieros

(Ej. Seguro de vida, seguro para el hogar, fondos de inversión, etc.)



Telecomunicaciones

(Ej. plan de renta móvil, recargas, internet extra, servicio de *roaming*, etc.)



Vehículos*

(Ej. autos, camionetas, motos, etc)



Viajes y transporte

(Ej. boletos avión, boletos autobús foráneo, paquetes turísticos, etc.)

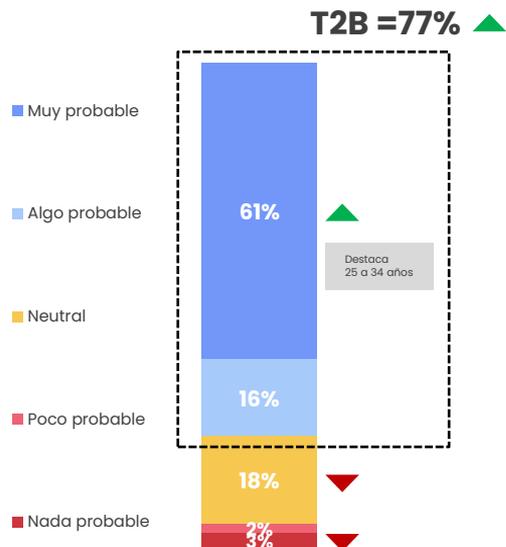
7 de cada 10 internautas están pensando adquirir algún producto o servicio durante **HOT SALE 2023**.



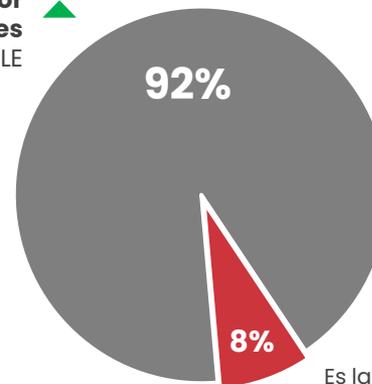
Probabilidad de compra durante HOT SALE 2023

7 de cada 10 internautas están pensando adquirir algún producto o servicio durante **HOT SALE 2023**.

Esta campaña está consolidada en el mercado, ya que los clientes potenciales en **HOT SALE 2023** son recurrentes casi en su totalidad.



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



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



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. ¿Qué tan probable es que compres algún producto y/o servicio durante las siguientes temporalidades durante abril y mayo?. Base Total = 638. P. De acuerdo a tu experiencia, días que... Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023= 492.

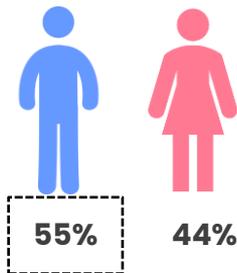


Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

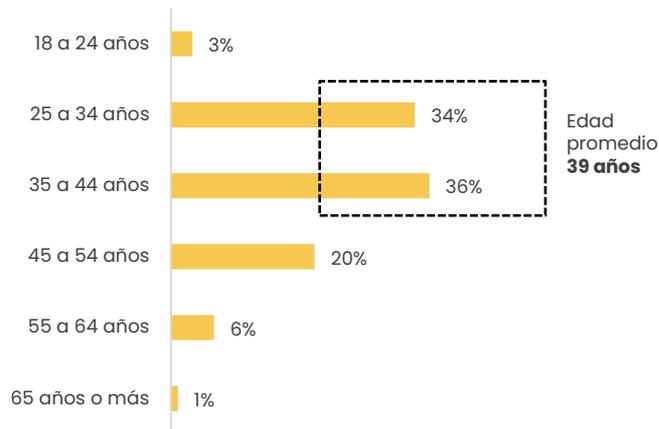
Perfil interesado en comprar durante HOT SALE 2023

El comprador interesado en **HOT SALE 2023** resalta por el **segmento masculino**, en edades entre **25 a 44 años**, provenientes de la CDMX y el centro del país.

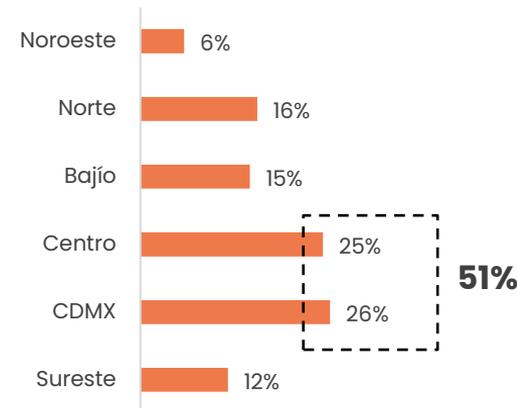
Género



Edad



Región Geográfica



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. Género / Edad / Región. P. ¿Qué tan probable es que compres algún producto y/o servicio durante las siguientes temporalidades durante abril y mayo? Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023= 492.



Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

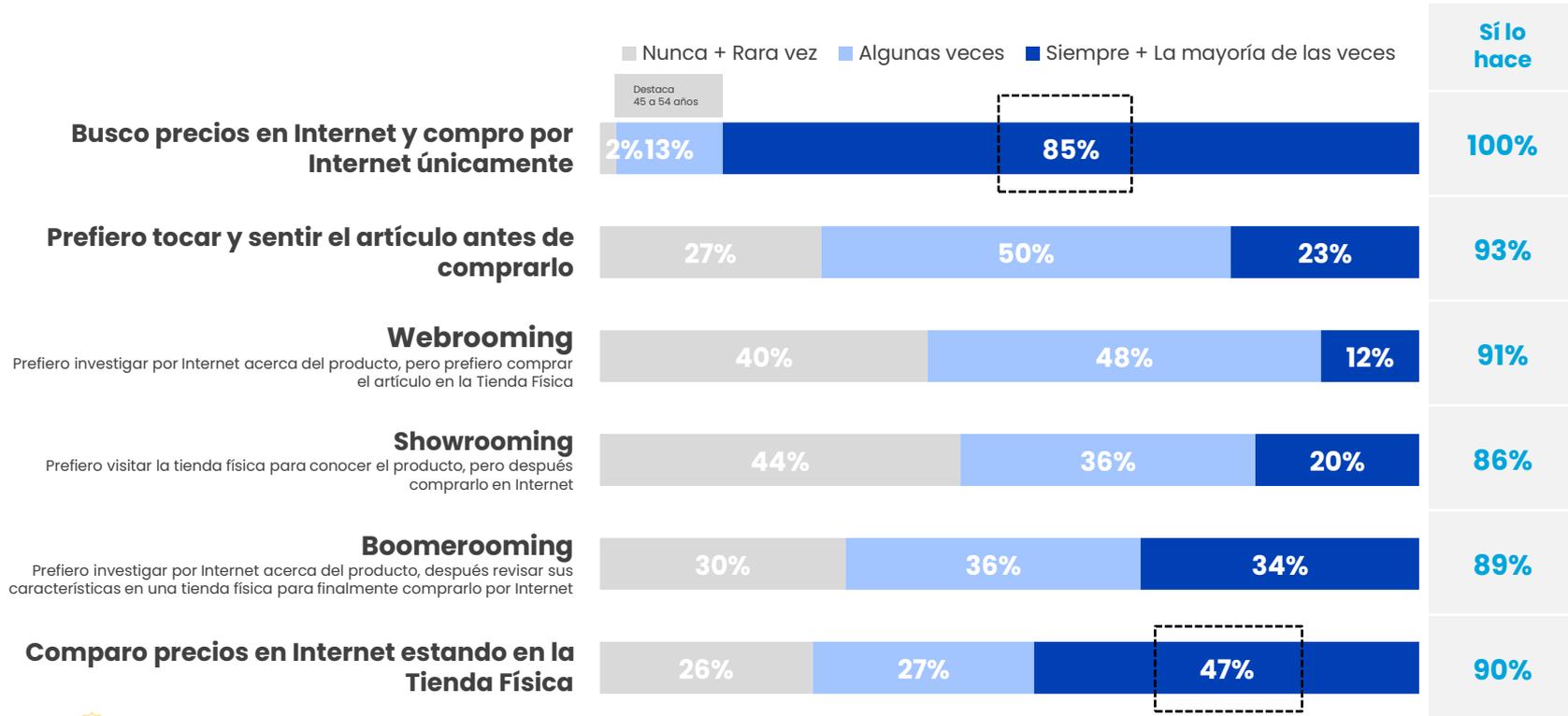


Los compradores potenciales de **HOT SALE 2023** planean tener una **alta interacción** con el canal digital tanto en la búsqueda, como en el momento de la compra.



El rol de la omnicanalidad durante HOT SALE 2023

Si bien **el rol omnicanal es muy importante** para la búsqueda y compra en la campaña, en esta edición, los **compradores potenciales esperan utilizar el canal digital casi de forma exclusiva.**



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

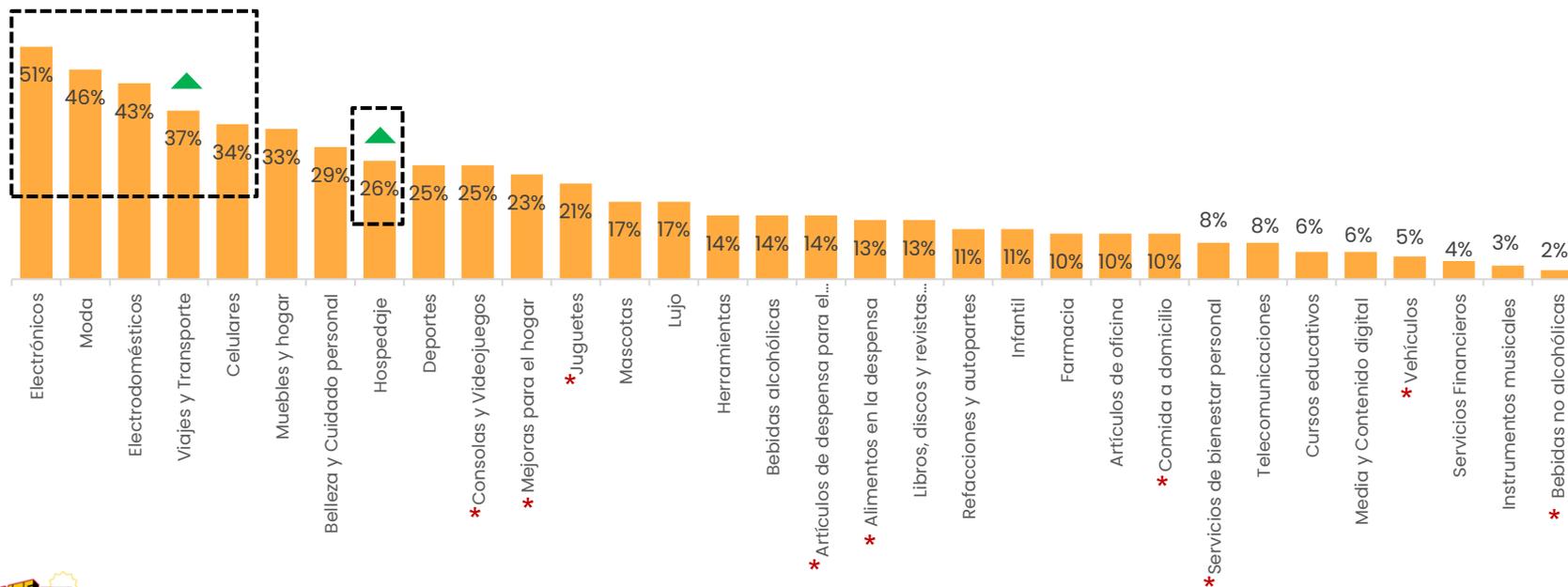
P. ¿Qué tan frecuentemente realizarás las siguientes acciones durante HOT SALE 2023?
Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492.

Las categorías con mayor intención de compra en el canal online continúan siendo **Electrónicos, Moda y Electrodomésticos**. Resalta el interés la compra online de **Viajes y Hospedaje**.



Intención de compra **online** por categorías

Electrónicos y Moda se encuentran entre las categorías con mayor intención de compra en **HOT SALE 2023**. Viajes y transporte, jugará un rol importante en el canal digital.



Multiplicidad = 6.4



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. Indicaste que comprarás los siguientes productos y/o servicios durante HOT SALE 2023 (del 29 de mayo al 06 de junio), selecciona la opción que mejor refleje tu forma de comprarlos. Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492. *Nuevas categorías o ajustes en la evaluación



▲ Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

Se mantienen estables las razones de compra online durante **HOT SALE 2023**, centrándose en las **promociones y descuentos** que ofrece la campaña, las **formas de pago** y el **ahorro en el traslado**.



Top 5 razones de compra online durante HOT SALE

Las principales razones de compra durante **HOT SALE 2023** se centran en las **promociones y descuentos** que ofrece la campaña, así como en las **formas de pago**.

El **ahorro en el traslado** es también una de las razones más importantes, siendo esta **exclusiva del canal**.



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios por Internet durante HOT SALE 2023 (del 29 de mayo al 06 de junio), por favor selecciona las razones. Base Compradores potenciales digitales en HOT SALE 2023 = 484.

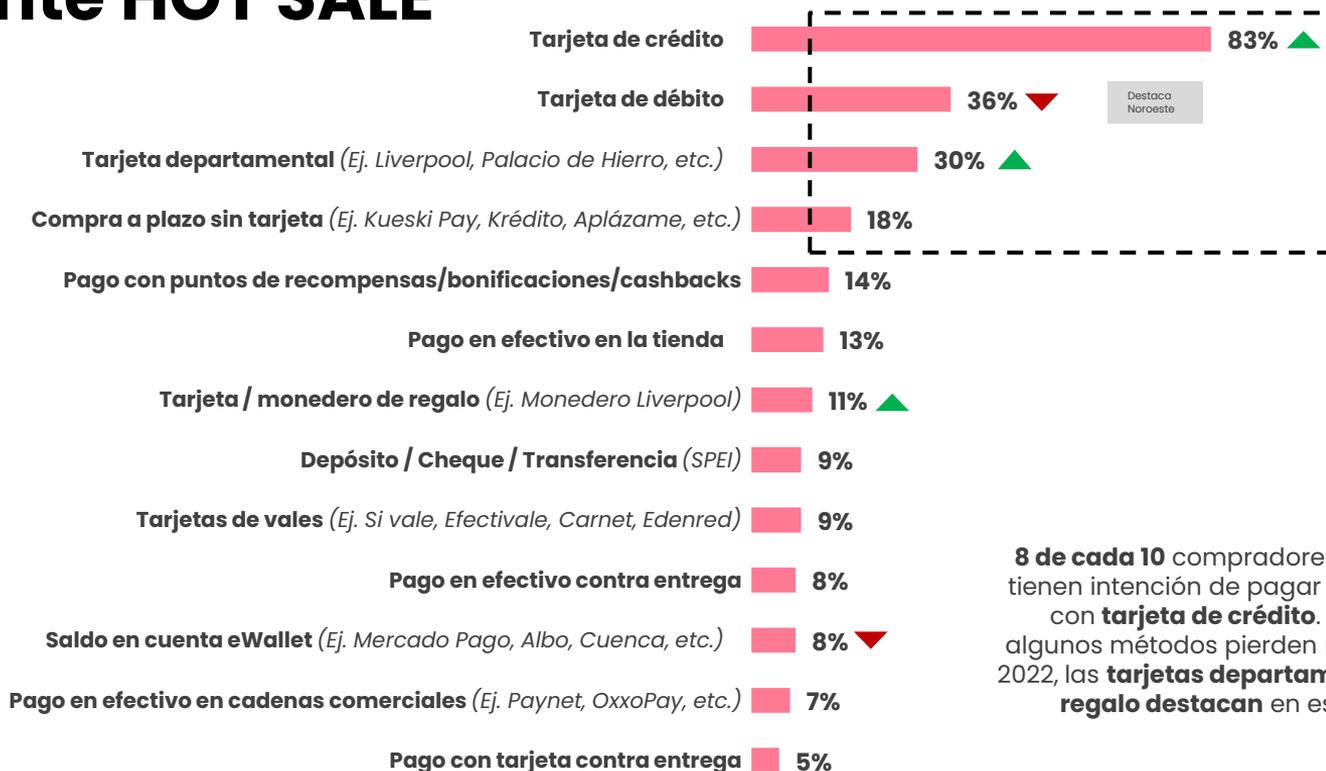


Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

8 de cada 10 compradores potenciales tienen intención de pagar sus compras con **tarjeta de crédito**. Destaca el interés por las **tarjetas departamentales y de regalo**.



Métodos de pago online que planean utilizar durante HOT SALE



8 de cada 10 compradores potenciales tienen intención de pagar sus compras con **tarjeta de crédito**. Mientras que algunos métodos pierden relevancia vs 2022, las **tarjetas departamentales y de regalo destacan** en esta medición.



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. ¿Cuál es el método de pago que piensas utilizar para tus compras por Internet durante HOT SALE 2023? Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492.

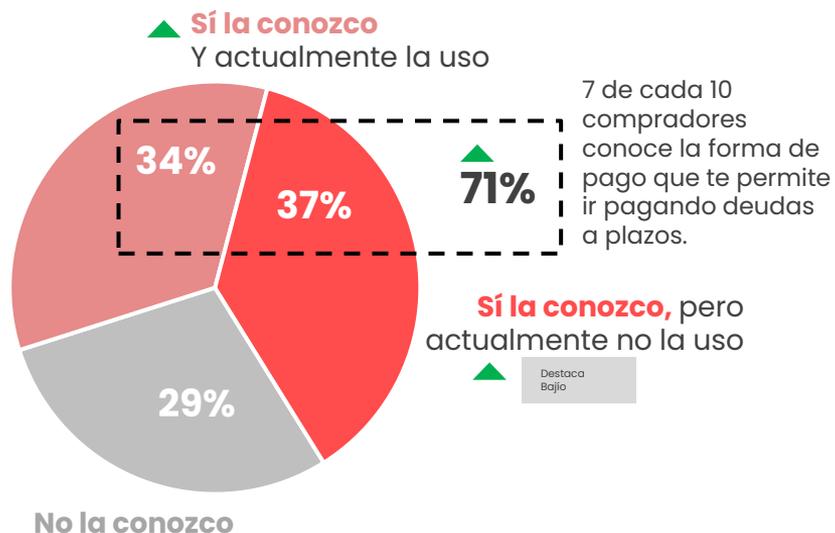


Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022



Forma de pago a plazos sin tarjeta

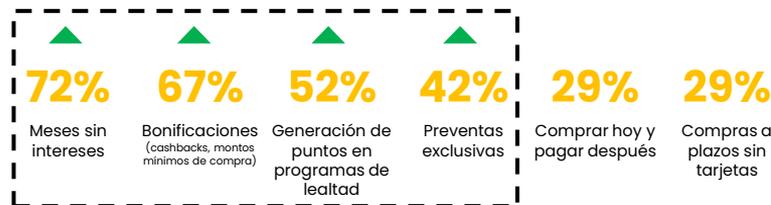
Si bien los métodos de pago alternativos están mejor posicionados en la mente del consumidor, también tienen el reto de diferenciarse de las instituciones bancarias ofreciendo otros beneficios.



41% ▼

declara que **aumentaría la frecuencia de sus compras** si tuviera la oportunidad de pagar con financiamiento sin tarjeta

Importancia de los beneficios a través de instituciones financieras



Los compradores potenciales de la campaña tienen mayores expectativas acerca de los beneficios que esperan recibir vs el 2022.



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. ¿Conoces la forma de pago que te permite comprar a plazos, pero sin tarjeta? Es decir, programas de crédito que te permiten ir pagando tu deuda de manera flexible sin necesidad de una tarjeta de crédito / P. ¿Aumentarías la frecuencia con la que compras en línea si tuvieras la oportunidad de pagar con financiamiento y sin tarjeta? Base conocedores método de pago a plazos = 154 / P. Para ti ¿qué tan importantes son los siguientes beneficios que otorgan los bancos/instituciones financieras? R. Base compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492



Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

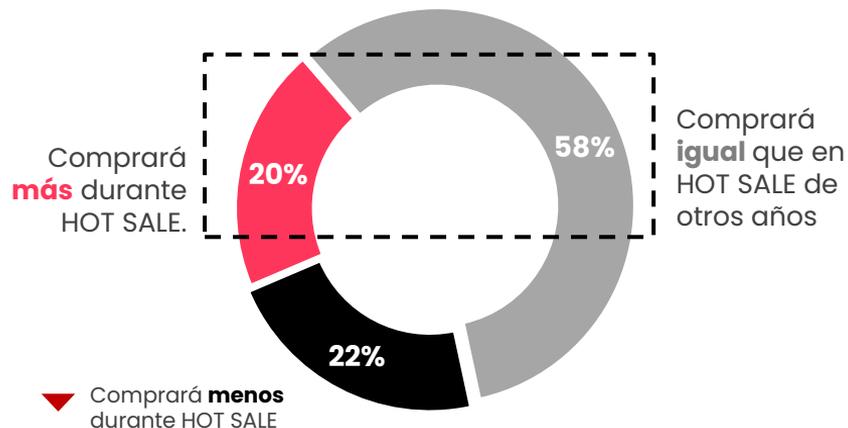
8 de cada 10 compradores potenciales declara que mantendrá su presupuesto o lo aumentará durante esta edición donde **7 de cada 10** planea gastar **hasta a \$5,000 MXN.**



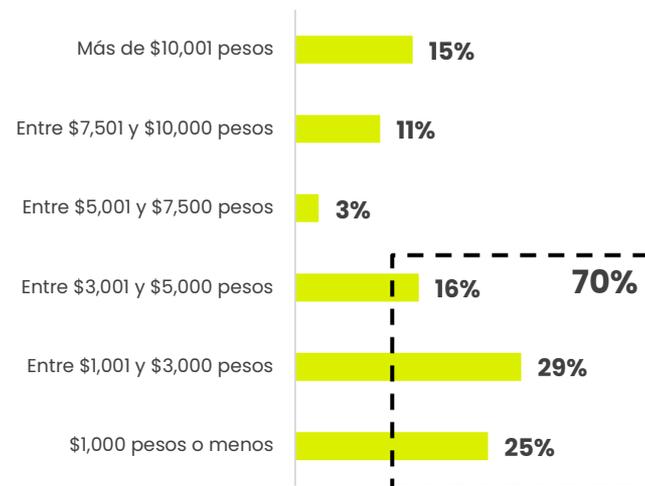
Comportamiento de compra a futuro y presupuesto planeado

7 de cada 10 compradores potenciales declaran que el presupuesto para esta edición de HOT SALE 2022 será de hasta \$5,000 MXN

8 de cada 10 potenciales compradores declara que mantendrá su presupuesto o lo aumentará durante esta edición.



Presupuesto pensado gastar durante HOT SALE 2023



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. ¿Qué opción describe mejor tus compras por Internet durante HOT SALE 2023? / P. ¿Cuál es el presupuesto que tienes pensado gastar en Internet para HOT SALE 2023?. Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492. **No comparable vs año anterior por cambio de diseño en la pregunta. Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492.



Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022



El **envío a domicilio** continúa siendo el método de entrega preferido para recibir sus compras durante HOT SALE 2023. Sus compras están **planeadas para ellos mismos o miembros de su familia.**



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 2023. El envío a cada de amigo y familiares pierde relevancia vs 2022.



89%
Envío a mi hogar



24%
Recoger en tienda física



13%
Envío a mi oficina / trabajo



11%
Envío a casa de un amigo / familiar



9%
Recoger en centro de distribución
(Oxxo, DHL, Estafeta, RedPack, etc.)



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. En general, ¿a dónde piensas enviar tus productos una vez que los compres durante HOT SALE 2023 (del 29 de mayo al 06 de junio)? Base Compradores potenciales digitales en HOT SALE 2023 = 484.



Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

Beneficiarios de las compras online durante HOT SALE

9 de cada 10 compradores potenciales busca adquirir productos y/o servicios **para sí mismo**. Mientras que **60%** busca regalar a algún miembro de su familia.



86%
Para mí

Destaca
25 a 34 años



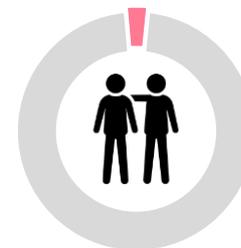
58%
Para algún familiar
(hijos(as), hermanos(as),
abuelos(as), etc.)



39%
Para mi pareja



12%
Para mi mascota



3%
Para algún
amigo(a)

Destaca
Sureste



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

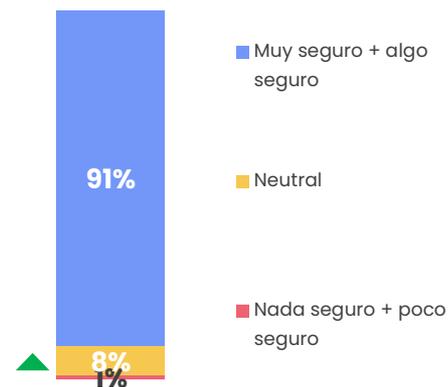
P. ¿Para quién van dirigidas las compras que harás por Internet durante HOT SALE?.
Base Compradores potenciales en HOT SALE 2023 = 492.



Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022

Percepción de seguridad al comprar durante HOT SALE 2023

Los compradores potenciales continúan sintiéndose seguros para realizar compras durante esta edición de la campaña, aunque algunos de ellos tienden a mantenerse neutrales respecto a los temas de seguridad.



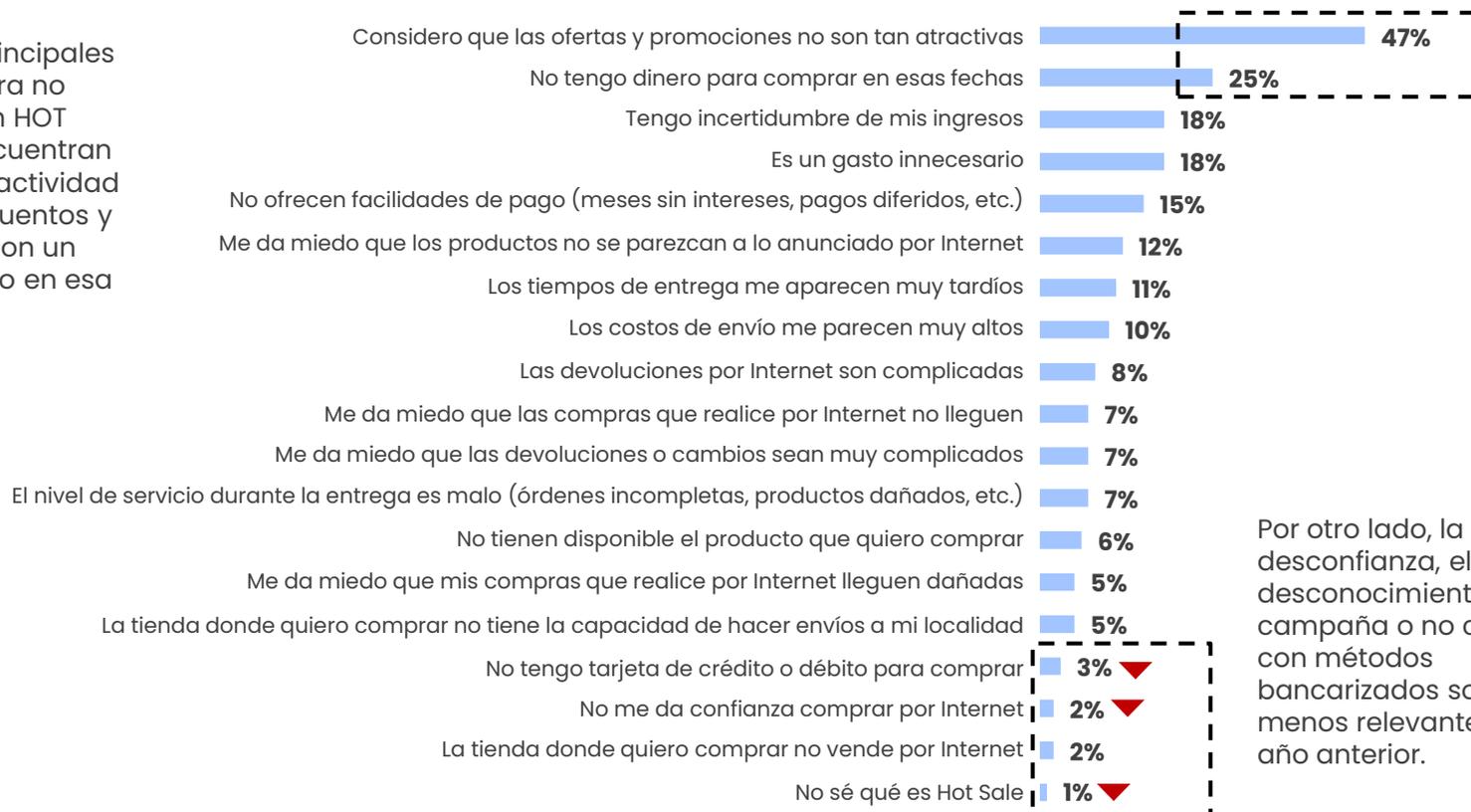
9 de cada 10 potenciales compradores se sienten **seguros** para comprar durante la edición 2023 de HOT SALE

Se mantienen las **barreras de compra** durante la campaña, las cuales se concentran en la **baja atraktividad en los descuentos** y **no contar con un presupuesto** en esa fecha.



Barreras de compra durante HOT SALE 2022

Entre las principales razones para no comprar en HOT SALE, se encuentran la poca atraktividad en los descuentos y no contar con un presupuesto en esa fecha.



Por otro lado, la desconfianza, el desconocimiento de la campaña o no contar con métodos bancarizados son menos relevantes vs el año anterior.



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

P. Debido a que indicaste que no tienes pensado en comprar algún producto y/o servicio durante HOT SALE 2023, te pedimos de favor nos indiques: ¿Cuáles son las razones? Base No Comprador potencial HOT SALE : 146.



Dif. Significativas vs Reporte de Expectativas HOT SALE 2022



2

Hábitos de búsquedas



Metodología

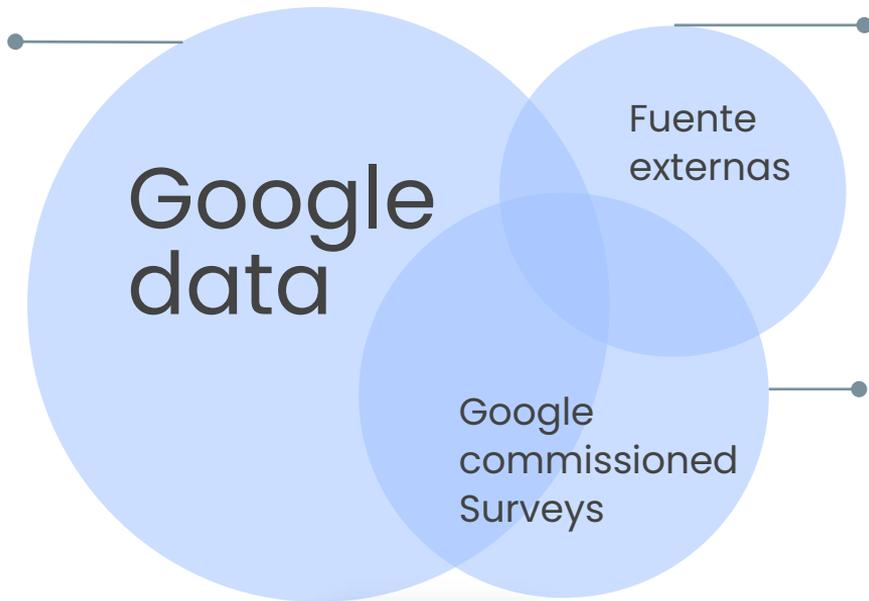
Combinación de diferentes fuentes de información para entender la importancia de HOT SALE en México

Google Search data

Entendimiento de la evolución y patrones del día a día de las búsquedas de momentos en México e Hispanoamérica.

YouTube data

Evolución del watchtime y views de los videos en los diferentes momentos.



Fuentes

Complemento con datos externos como Euromonitor, noticias y publicaciones sobre los eventos más relevantes.

Consumer Surveys + Ipsos

Encuestas durante las principales temporalidades.

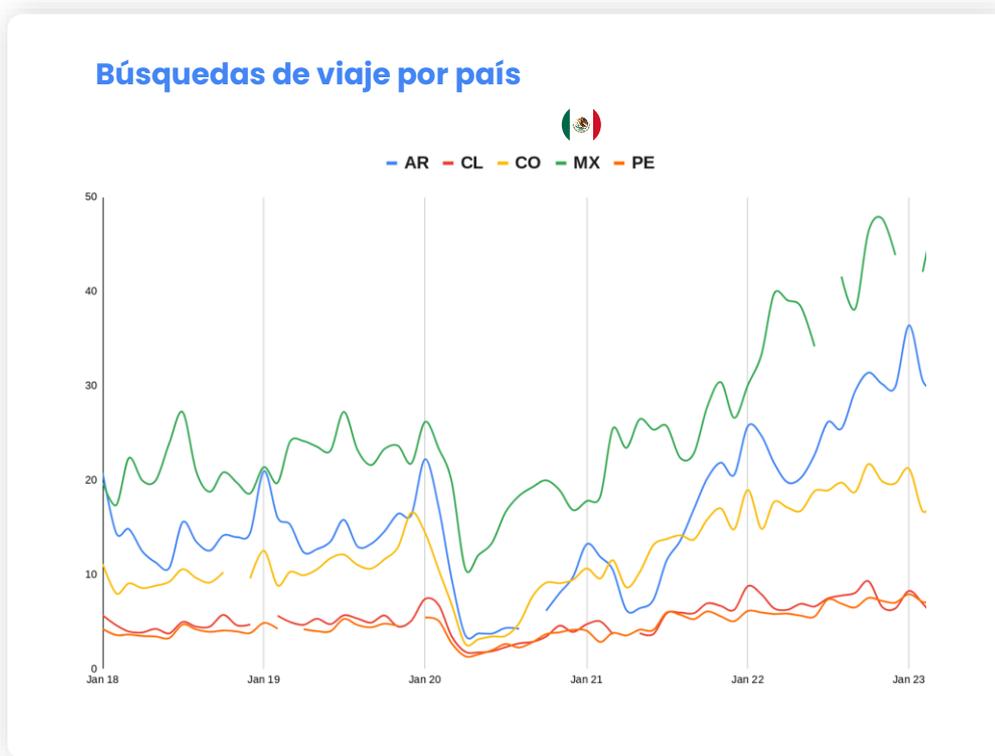
Our focus  MX



El consumidor no dejará de buscar **Placer**, pero lo hará a través de **compras planificadas**

Hablando de **Placer**, ¿qué ocurre en en la región?

MX país con mayor incremento en búsquedas de viajes

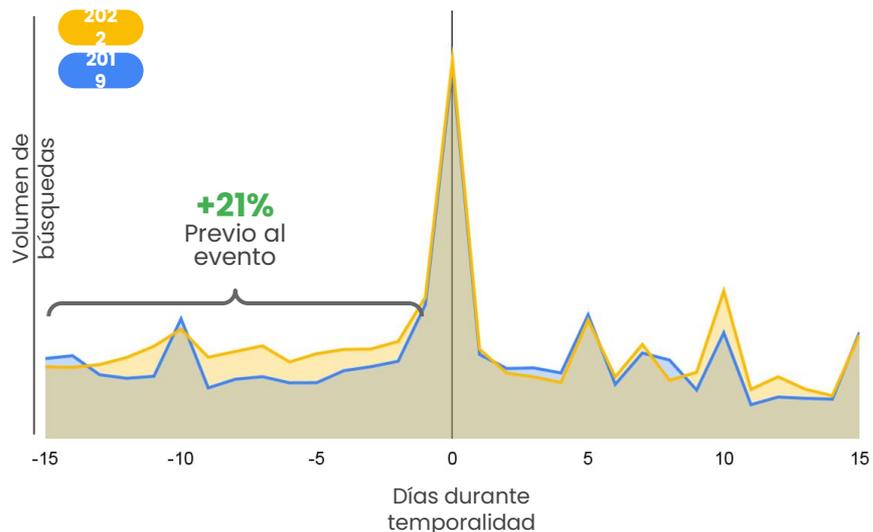


Hablando de Planear, ¿qué ocurre en México?

Los consumidores cada vez **planean más** sus compras previo a las temporadas de descuentos **(+21% vs. 2019)**

Búsquedas durante seasonalities

Google Internal Data. Crecimiento 2022 vs 2019

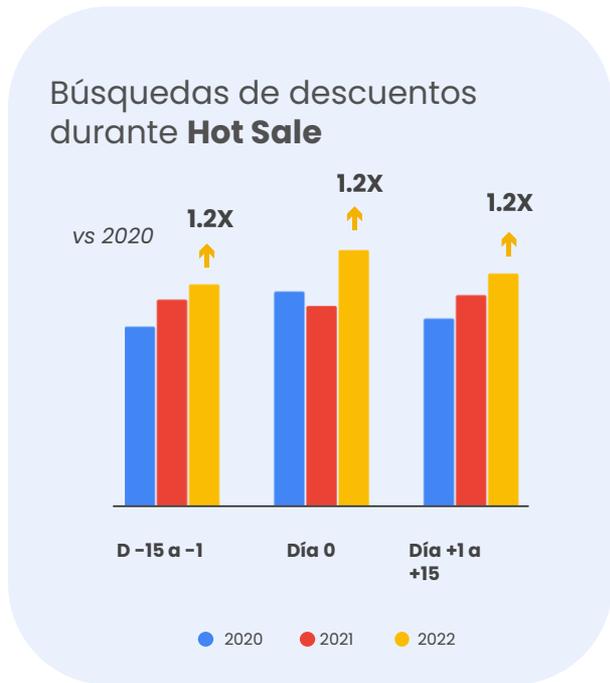
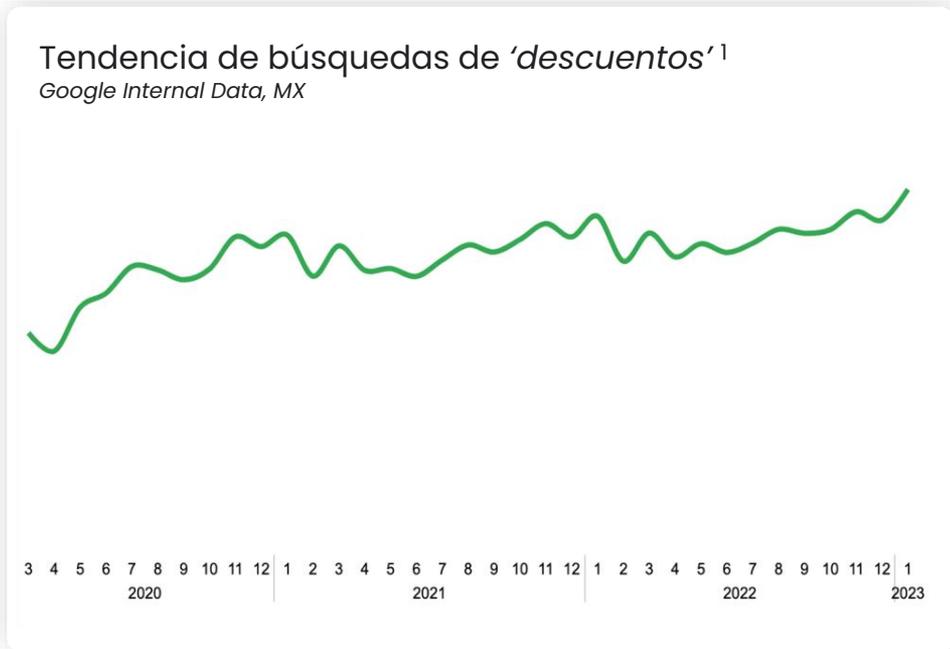


Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

Source: Google Internal Data, MX. Seasonalities incluyen: Navidad, Father's Day, Halloween, Semana Santa, Mother's Day, Buen Fin, Año Nuevo, Día del Maestro, Día de Reyes, Día del Niño, Hot Sale, Black Friday, Fiestas Patrias, Single's Day y Cyber Monday.



Los consumidores continúan buscando los mejores precios y el interés durante las temporalidades todavía es mayor

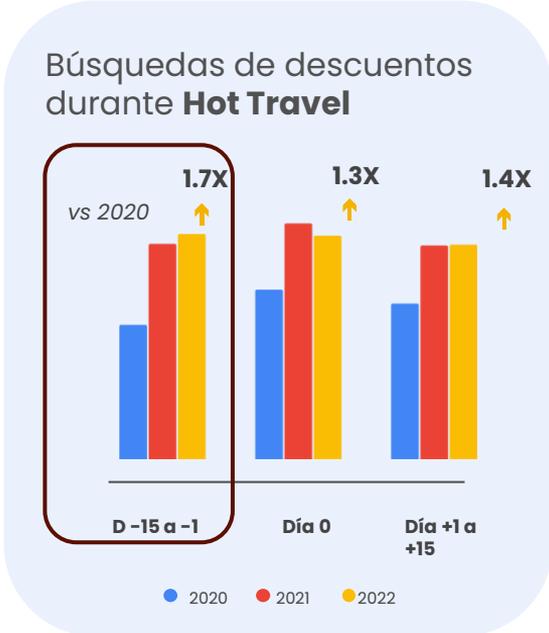
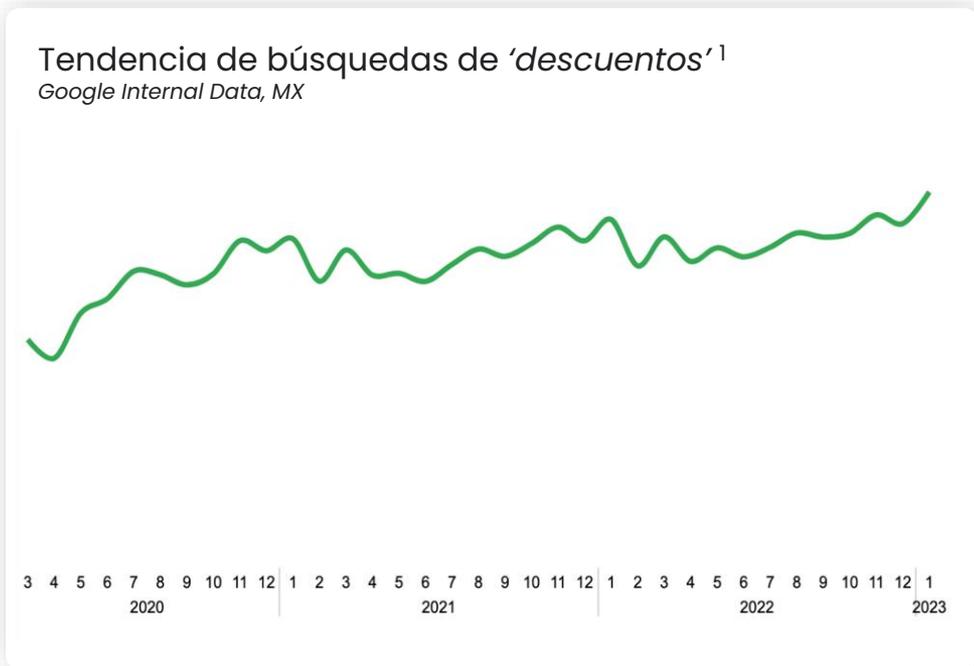


Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

fuente: Google Internal Data, MX. (1) Búsquedas totales en México con *precio, descuento, oferta, promociones*.



Particularmente en búsquedas asociadas al **Placer** como **Hot Travel**, sobre todo previo al evento (**planificación**)



Expectativas de compra **HOT SALE 2023**

Source: Google Internal Data, MX. (1) Búsquedas totales en México con *precio, descuento, oferta, promociones*.





Más información:
estudios@amvo.org.mx