



asociación mexicana  
de venta online

# PULSO: **Moda** en Venta Online + **expectativas para**

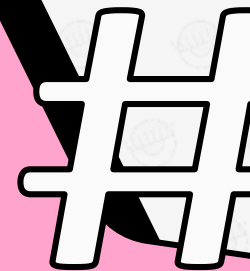
Versión Pública

Gracias a información generada por:

NielsenIQ



Fecha de publicación: Julio 2024



2023 en un snapshot



# La organización de eCommerce más grande en México.

- **HOT SALE** Más de **680 empresas participantes** y ventas por casi **\$30 mil millones de pesos**
- Más de **560 afiliados**
- **35 eventos virtuales** y **8,000 asistentes** en nuestros webinars
- **Lanzamiento AMVO FWD**. Evento exclusivo con +600 asistentes
- **+1000 asistentes** a nuestros eventos presenciales de networking entre CDMX y Monterrey
- Más de **25 estudios**
- **2 estudios** de mercado con más de 23.6 mil descargas
- **Lanzamiento de She Commerce**. Una iniciativa de inclusión de género con +400 mujeres
- **4 AMVO Forums anualmente** (eventos virtuales de diferentes temáticas con más de 3,000 registros y 3 salas simultáneas)
- **Diplomado en Ecommerce** con 12 generaciones y 4 ediciones de **Programas Especializados**



Pulso: **Moda 2024**



¿En qué momento digital se encuentra tu empresa?

Tenemos algo para ti

**Momento 1.**  
Entendimiento Digital

- > Comportamiento de la categoría en el canal online
- > Detección de *Wants & Needs* digitales
- > Análisis de tráfico online
- > Experiencia del comprador online
- > Salud de marca en digital

**Momento 2.**  
Desempeño Operativo

- > Análisis de puntos de dolor
- > Análisis de performance
- > Análisis de flujos de navegación y conversión
- > Análisis de competencia
- > Análisis de estrategia de precios
- > Análisis de *User Experience*

**Momento 3.**  
Decisiones estratégicas

- > Valor de mercado
- > Madurez emocional
- > Consultoría especializada
- > *Benchmarks* Internacionales



**AMVO Academy**  
es tu mejor aliado  
para capacitación  
en comercio  
electrónico.

Más información

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

## Programas abiertos



### Diplomado en Ecommerce

Dirigido a gerentes y futuros líderes del Ecommerce

- 11 módulos
- 95 horas de capacitación
- Mentorías
- Profesores expertos

### Programas Especializados

Programas de 12 hrs intensivos.

Capacitación con líderes.

- Marketplaces
- Inteligencia Artificial
- Análisis de datos

## Programas para empresas



### Programas a la Medida

Son experiencias educativas personalizadas según el nivel de madurez, experiencia, y necesidades de cada organización. También contamos con Workshops validados por otras empresas:

#### • Workshop

Ecommerce Fundamentals

#### • Workshop

Digital Marketing Acceleration

#### • Acreditación eCATMAN

Ecommerce Category Managers



# Barómetro + Moda



by  **similarweb**  
OFFICIAL MEASURE OF THE DIGITAL WORLD

Adquiere el **Barómetro + MODA** y descubre cómo puede mejorar tu visibilidad del tráfico de eCommerce en la categoría de Moda, desde sitios especializados, así como dentro de Marketplaces, invirtiendo en un reporte mensual On-Demand generado por AMVO.

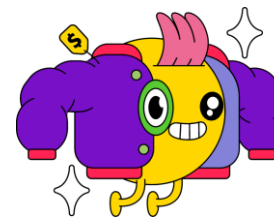
[estudios@amvo.org.mx](mailto:estudios@amvo.org.mx)

Escríbenos para más información sobre el barómetro de tráfico de tu categoría.

¡Fortalece tu estrategia con información relevante que te haga estar al día del comportamiento de los sitios de comercio electrónico!

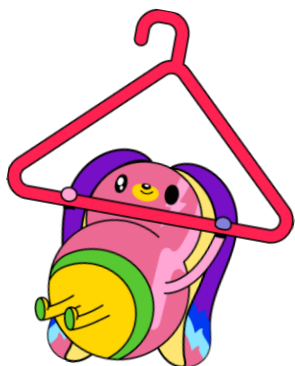
	Barómetro versión Afiliados	Barómetro + MODA
<b>Categorías medidas</b>	Reporte con 20 categorías clasificadas por AMVO: <ul style="list-style-type: none"><li>• Top 10 categorías <b>Retail</b></li><li>• Top 5 Categorías <b>Servicios B2C</b></li><li>• Top 5 Categorías <b>Travel</b></li></ul>	Reporte con medición de tráfico de la categoría MODA* <i>Incluye +250 sitios especializados en múltiples categorías de Ropa, Calzado, Deportes y Joyería junto a 15 sitios Multicategoría/Marketplace que venden Moda.</i>
<b>Indicadores medidos</b>	Visitas / Demográficos / Share de tráfico / Tasa de rebote / Duración promedio / Páginas vistas por visita / Share Desktop y Mobile / Ranking 100 / Consulta vs 2023	Visitas / Usuarios únicos / Share de tráfico / Demográficos / Tasa de rebote / Duración promedio / Páginas vistas / Páginas vistas por visita / Share Desktop+Mobile / Consulta del mes y año (2023 vs 2024)
<b>Inversión</b>	Incluido en tu membresía AMVO a través de nuestro sitio web y desde la AMVO News mensual	<b>Inversión especial por lanzamiento</b> Afiliados: \$90,000 + IVA Público general: \$120,000 + IVA el entregable se realiza de manera mensual (12 entregas)

# Estructura del reporte



Da clic en la sección de tu interés

- 1** Contribución de Moda a las ventas totales
- 2** Características del comprador digital de Moda
- 3** Moda durante campañas masivas \*Sección exclusiva Afiliados
- 4** Expectativas de compra HOT FASHION
- 5** Análisis de tráfico total de la categoría Moda 2023 \* Sección exclusiva Afiliados





# Contenido del estudio

## 1. Valor del mercado

- Contribución a las ventas totales
- Velocidad de crecimiento
- Posicionamiento de la categoría Moda en las ventas 2023
- Velocidad de crecimiento de Moda vs Total ventas online

## 2. Características del comprador digital de moda

- Evolución de la penetración de compra online de moda
- Frecuencia del comportamiento omnicanal para el comprador de Moda
- Perfil demográfico del comprador digital de moda
- El rol de la compra omnicanal
- Generación de nuevos compradores de la categoría
- Frecuencia de compra online de Moda
- Proceso de entrega para Moda
- Compra de Moda en línea en sitios internacionales
- Percepción sobre seguridad para el comprador de moda

## 3. Moda durante campañas masivas

- Contribución de moda a las ventas totales online Retail
- Lugar de compra de Moda durante campañas masivas
- Penetración de moda en las categorías vendidas
- Evolución del descuento online promedio
- Descuento promedio de moda durante campañas masivas
- Escucha social sobre moda

## 4. Expectativas de compra durante HOT FASHION 2024

- Conocimiento de la marca e intención de compra
- Perfil demográfico del comprador HOT FASHION 2024
- Fuentes de conocimiento de la campaña
- Canal de compra para HOT FASHION 2024
- Notoriedad espontánea de marcas durante HOT FASHION 2024
- Categorías pensadas para comprar durante HOT FASHION 2024
- Beneficiario final para compras de HOT FASHION 2024
- Barreras de compra para HOT FASHION 2024

## 5. Expectativas de compra durante HOT FASHION 2024

- Sitios especializados y multicategoría analizados
- Participación de Moda en el tráfico TOTAL Retail 2023
- Visitas en los sitios web TOTAL en Moda
- Indicadores generales de sitios web Total en Moda
- Top 20 Ranking de Sitios más visitados 2023
- Análisis Competitivo de sitios web

\*Sección Sólo Afiliados



# Resumen Ejecutivo

En 2023, la categoría de Moda registró el crecimiento más rápido comparado con otras categorías con un 41.7%. Siendo una categoría muy madura en el ecosistema digital debido a su interacción con el consumidor, donde 6 de cada 10 compradores digitales adquirieron algún producto de Moda en el último año, manteniendo esta tendencia por tres años consecutivos. Esta constancia refleja la fidelidad de los consumidores hacia la categoría de Moda, posicionándola como una de las preferidas en el ecommerce.

El perfil del comprador de Moda muestra que 55% de los compradores pertenecen al segmento femenino, con un aumento notable en las edades entre 25 y 34 años. La región sureste destaca por su incremento en este segmento, mientras que la presencia de compradores mayores de 65 años ha disminuido. Los niveles socioeconómicos altos también muestran una tendencia positiva hacia las compras de Moda.

El comprador de Moda prefiere utilizar ambos canales, tanto físico como digital, aunque muestra una inclinación mayor por el canal online exclusivamente. En contraste, la preferencia por las compras exclusivamente en tiendas físicas sigue en declive.

En términos de seguridad, 7 de cada 10 compradores de Moda se sienten seguros al realizar compras online, alineándose con la tendencia general de los compradores digitales. La percepción de inseguridad continúa disminuyendo, especialmente entre los compradores de Moda.

Las expectativas de compra durante HOT FASHION 2024 muestran que 6 de cada 10 conocedores de la campaña planean adquirir algún producto o servicio, con un 22% de potenciales compradores aún indecisos. Los interesados se distribuyen equitativamente entre hombres y mujeres, con el 85% de ellos entre 25 y 54 años. La región centro y CDMX concentran la mitad de los interesados.

Durante HOT SALE 2024, los sitios multi-categoría han sido clave para obtener información sobre la campaña. Casi 6 de cada 10 interesados en HOT FASHION piensan comprar utilizando ambos canales, digital y físico. Además, 8 de cada 10 compradores tienen la intención de adquirir ropa, seguido de calzado y cuidado personal.

Asimismo, 8 de cada 10 internautas planean pagar con tarjetas de crédito, y 9 de cada 10 comprarán productos para sí mismos, mientras que la mitad lo hará para sus parejas. Las principales barreras de compra incluyen falta de incentivos, problemas financieros, logística y desconfianza.





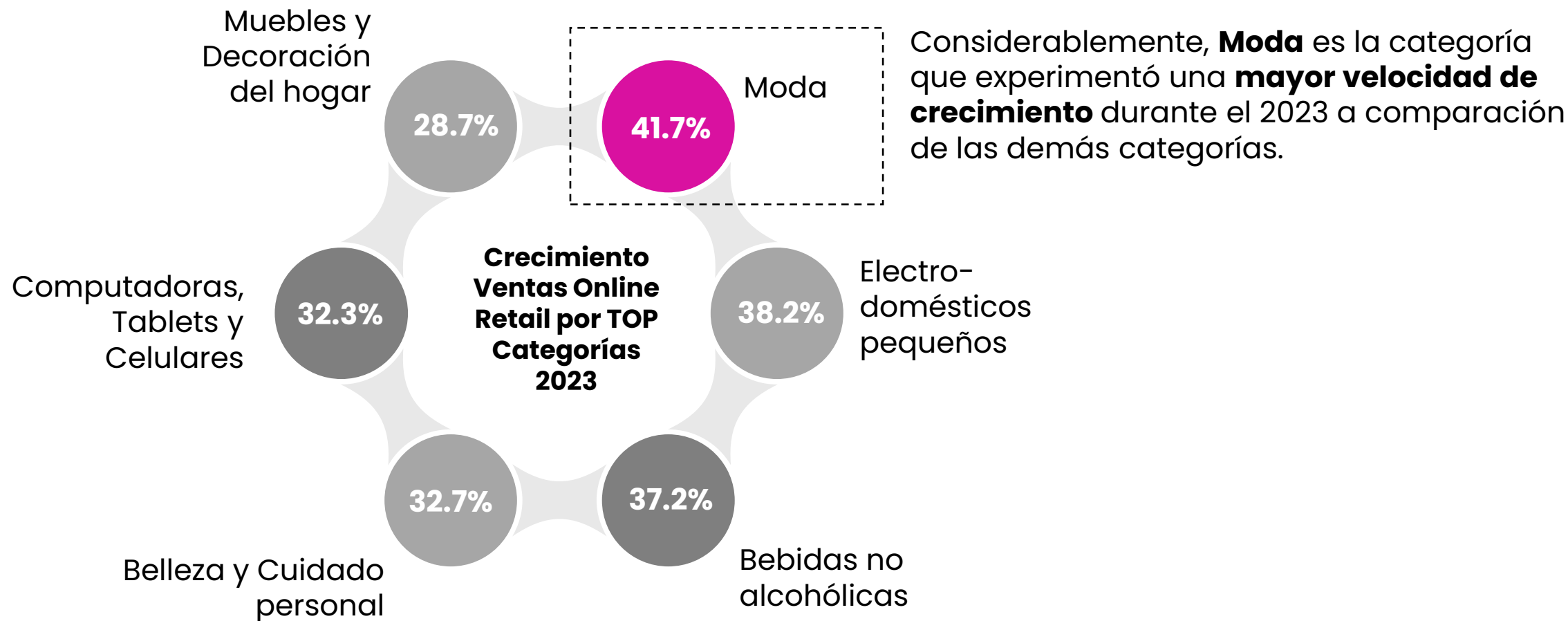


Da clic aquí para  
ir al inicio

Moda es la categoría que creció más rápidamente durante el 2023 a comparación de las demás categorías.



# La velocidad de crecimiento de **Moda** en las ventas online 2023



Pulso: **Moda 2024**

Fuente 2023: eTSR NIQ del 2 de enero al 31 de diciembre 2023. Estudio Venta Online 2024 AMVO.  
Fuente 2024: eComm Monitor by NielsenIQ. 1Q 2024



Da clic aquí para  
ir al inicio

10  
años

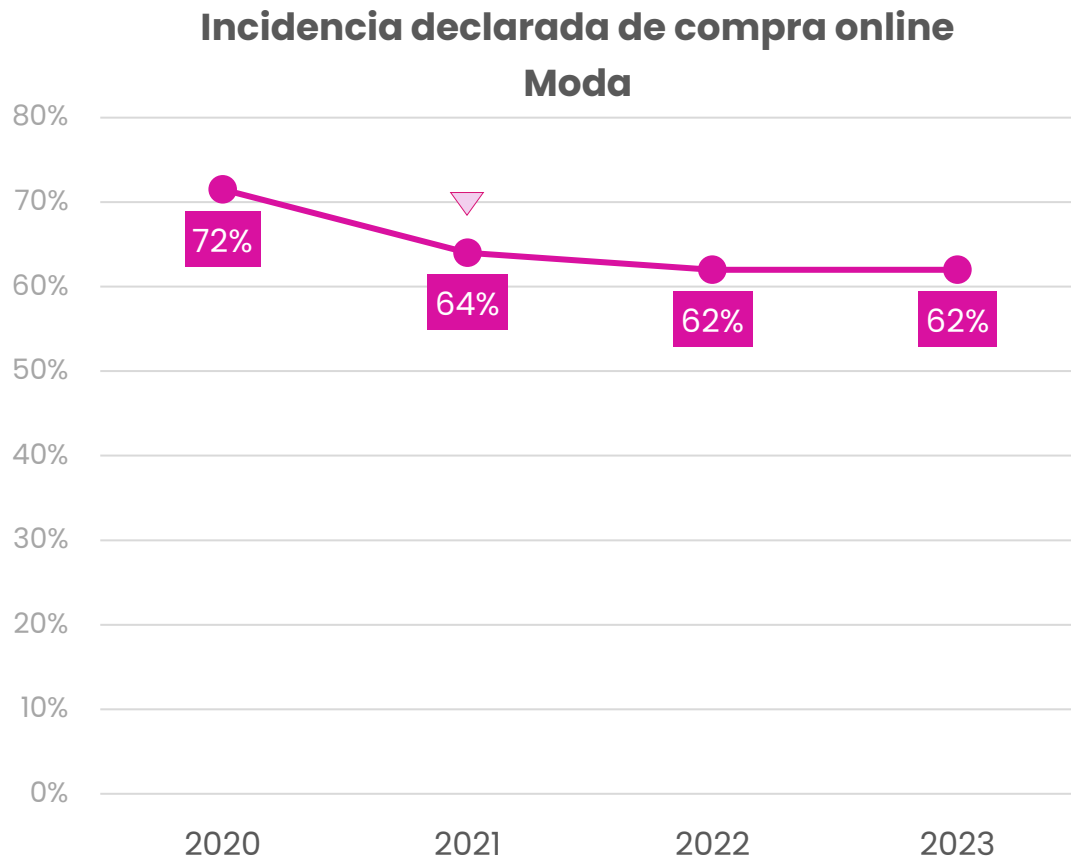


# Características del comprador digital de Moda

En México **6 de cada 10** compradores digitales adquieren algún producto de Moda a lo largo del año.



## Evolución de la penetración de compra online de **Moda** desde 2021 a 2023



Durante 2023, **6 de cada 10 compradores digitales** adquirió algún producto de Moda utilizando el canal digital. Dicha tendencia la ha mantenido por tres años consecutivos, reflejando **fidelidad** por parte de los **compradores a la categoría**.



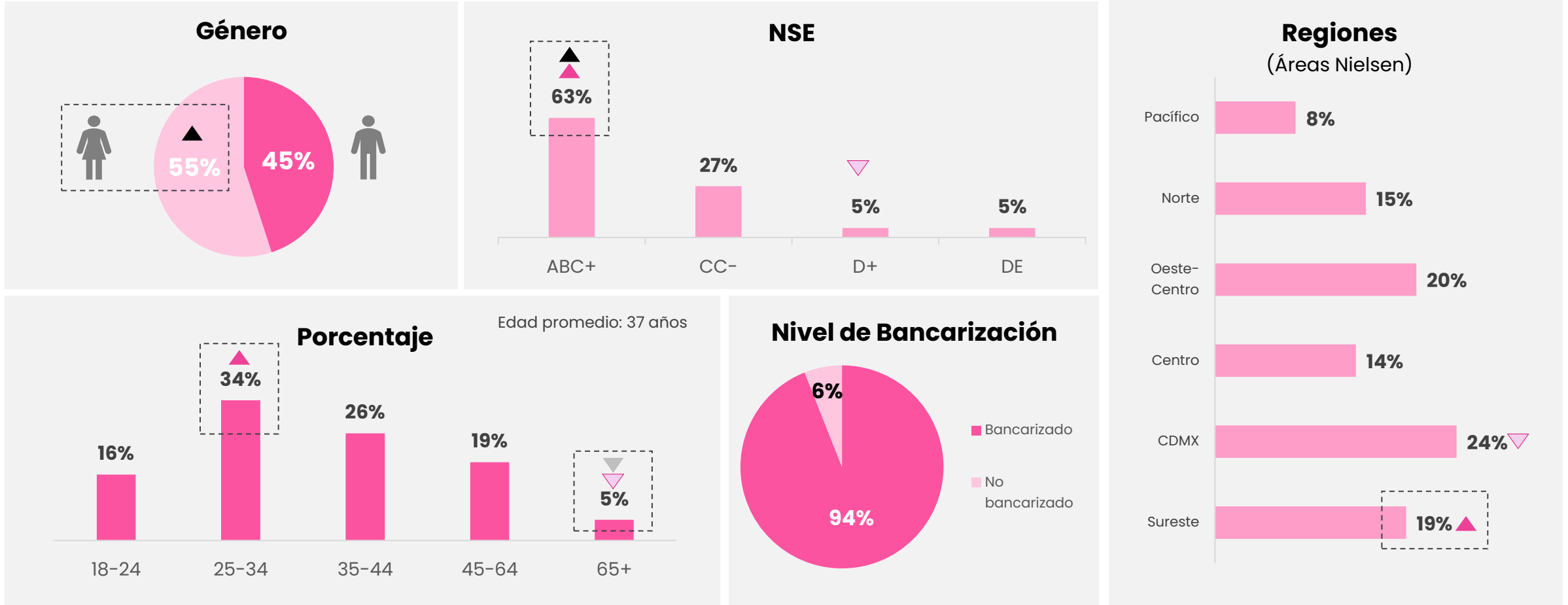
Durante 2024, el comprador digital de Moda aumenta su presencia en el segmento femenino, NSE altos y en edades entre los 25 y 34 años en comparación del año anterior.





# Perfil demográfico del comprador digital de Moda 2023

**5 de cada 10** compradores digitales de Moda pertenecen al segmento **femenino**, aumentando su presencia en edades entre los **25 y 34 años**, y destacando en la región sureste en comparación con el año anterior, decrece su presencia en edades mayores a 65 años. Los **niveles socioeconómicos altos** muestran una **tendencia positiva**.



8 de cada 10 compradores de Moda realiza sus compras en ambos canales. Sin embargo, sigue incrementando su preferencia por la compra exclusivamente online.



# El rol de la compra omnicanal para el comprador de Moda

El **comprador** de Moda resalta su **preferencia por ambos canales** al momento de realizar sus compras, aunque destaca por tener mayor preferencia por el canal online exclusivamente.

▲▲ **80%**

**Convivencia** con el canal digital y el canal físico al momento de la compra



**15%** ▲

Realiza sus compras **exclusivamente en el canal online**

**5%** ▼▼

Lleva a cabo sus compras en **tienda física**

Asimismo, va en declive la preferencia por las compras exclusivamente en tiendas físicas.



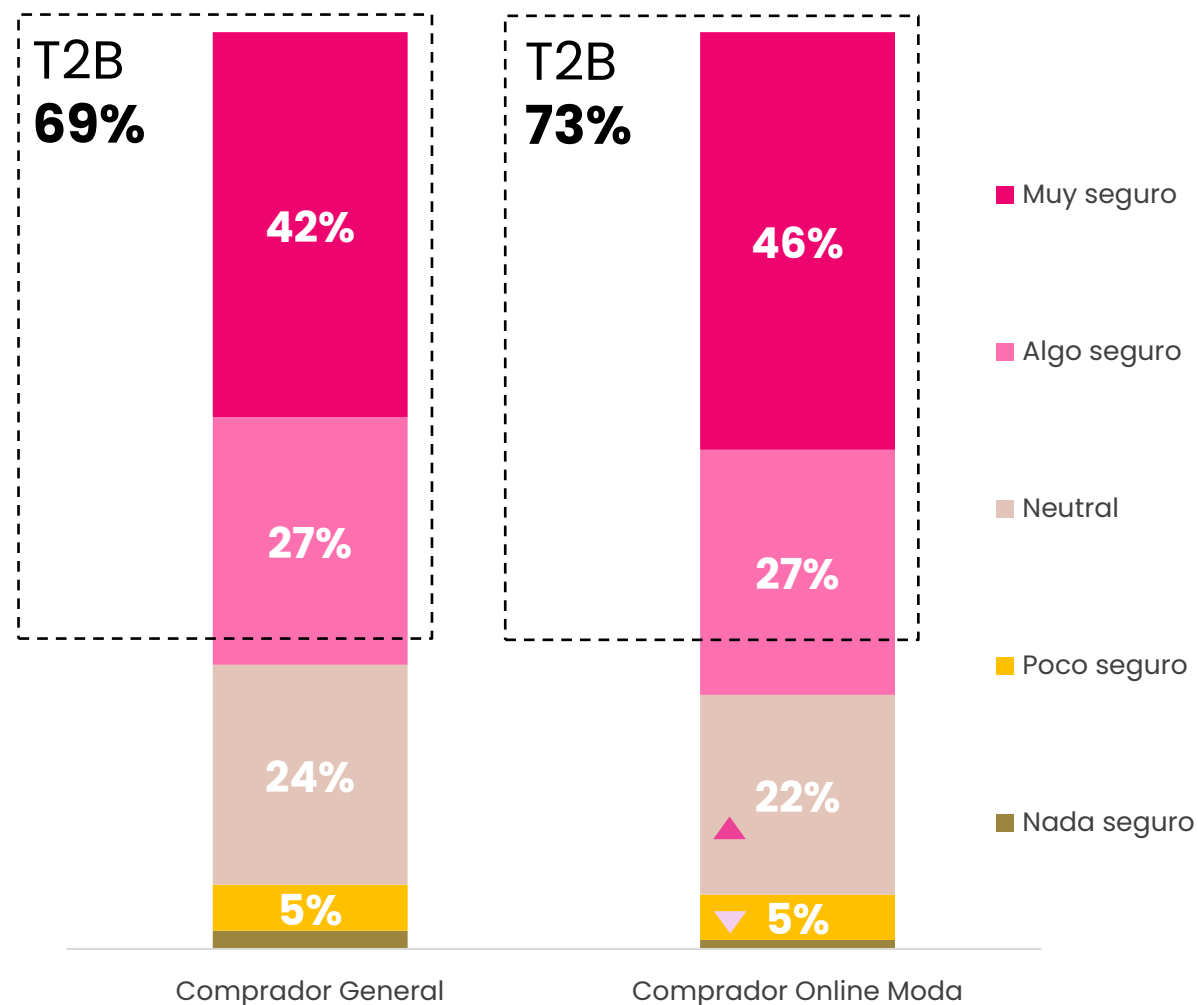
7 de cada 10 compradores se sienten seguro realizando sus compras de Moda por Internet, proporción similar a la del comprador en general.



# Percepción sobre seguridad para el comprador online de **Moda**



La seguridad percibida por el comprador de Moda es bastante similar a la tendencia del comprador en general, donde **7 de cada 10 compradores** se siente **seguro al comprar artículos de moda**. Sigue cayendo la percepción de inseguridad especialmente en este tipo de comprador.





Da clic aquí para ir al inicio



# Expectativas de compra durante

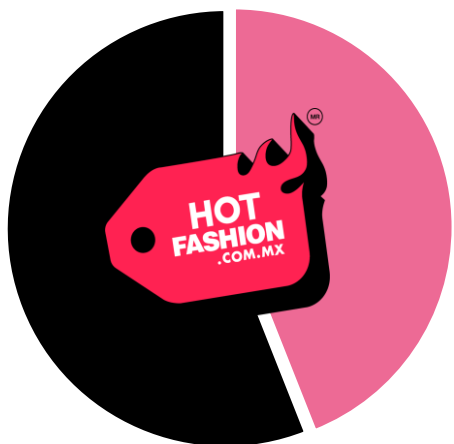




6 de cada 10 conocedores de la  
campaña piensan adquirir algún  
producto en HOT FASHION 2024



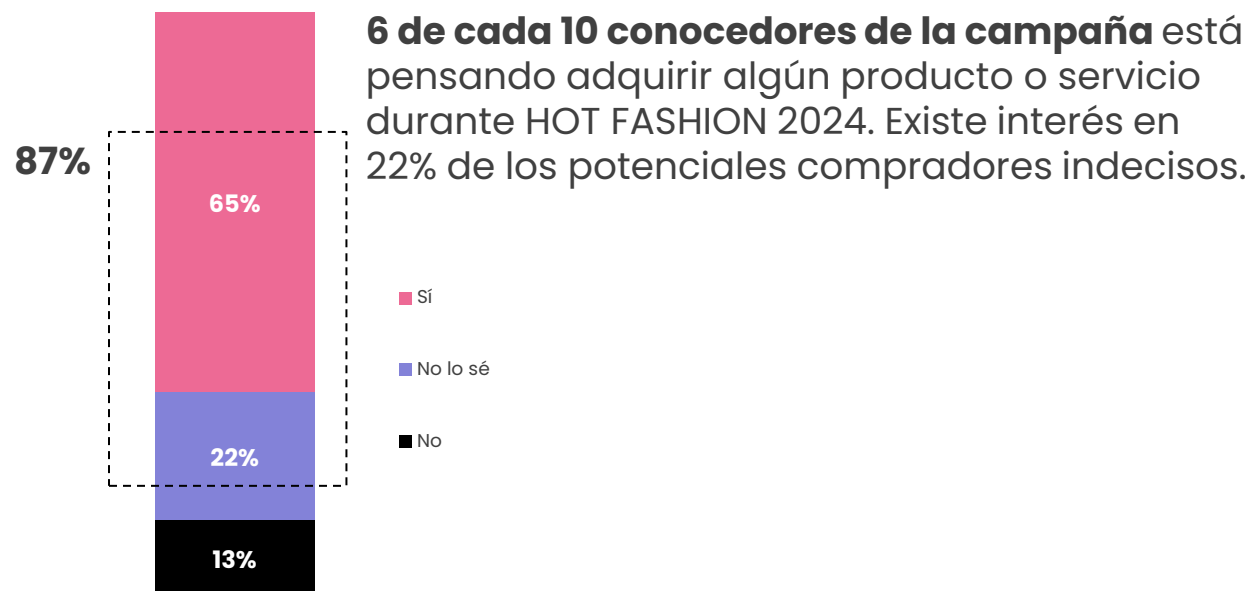
# Conocimiento de la marca e Intención de compra durante HOT FASHION 2024



## 44%

de los internautas  
declararon conocer la  
campaña **HOT FASHION**

## Probabilidad de compra durante HOT FASHION



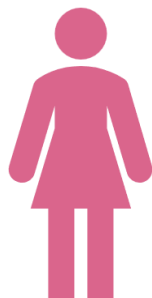
# Perfil demográfico del comprador **HOT FASHION 2024**

Los datos demográficos muestran una distribución equitativa entre hombres y mujeres, donde el 85% de los interesados está entre los 25 y 54 años. La mitad de los interesados en la campaña se concentran en la región centro y CDMX.

## Género

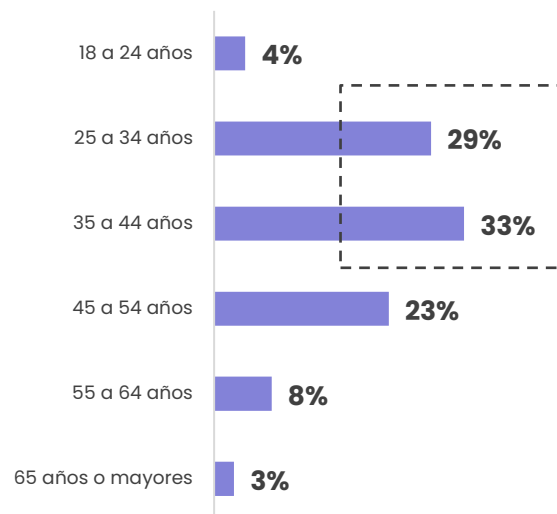


**50%**

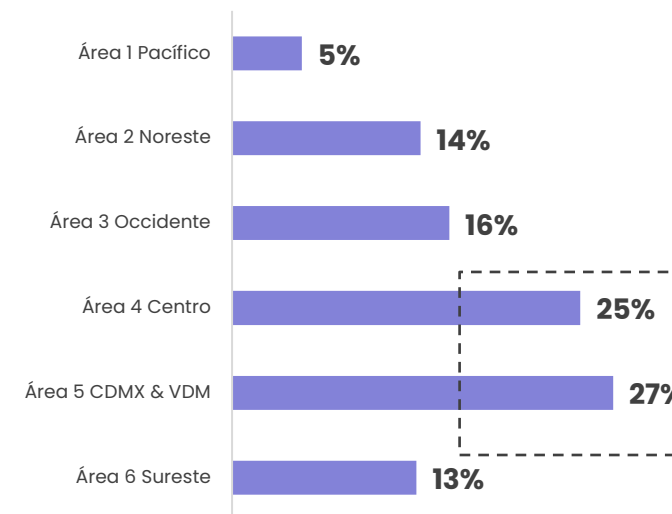


**50%**

## Edad



## Regiones



## Top 5 Fuentes de conocimiento de la campaña

Durante el HOT SALE 2024, los sitios multi-categoría tienen relevancia este año para obtener información respecto a la campaña.

Sitios web multi-categoría **65%**▲

Redes sociales **59%**

Sitio web o app de la tienda o marca que me interesa **48%**

Sitio web HOT FASHION  
([www.hotfashion.com.mx](http://www.hotfashion.com.mx)) **41%**

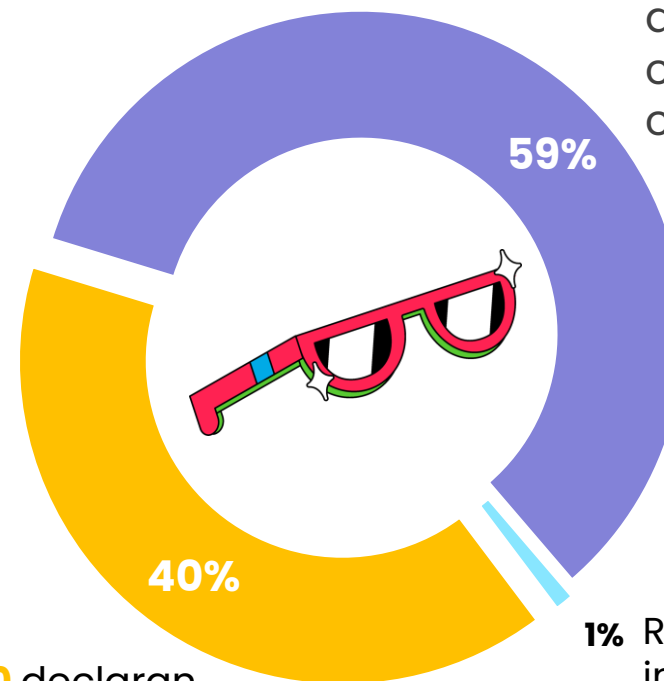
Buscadores **40%**



Casi 6 de cada 10 interesados en la  
campana declararon que piensan  
comprar utilizando ambos canales



# Canal de compra para HOT FASHION 2024



**4 de cada 10** declaran utilizar el canal digital exclusivamente

**1%** Realmente no hay interés en comprar exclusivamente en tiendas físicas.



Reporte HOT FASHION 2024 / Pulso: **Moda 2024**

▲ Dif. Significativas vs Reporte de Resultados HOT FASHION 2021  
\*Universos comparables



P. ¿Por cuál canal piensas comprar? = 97  
\*No se encontraron diferencias

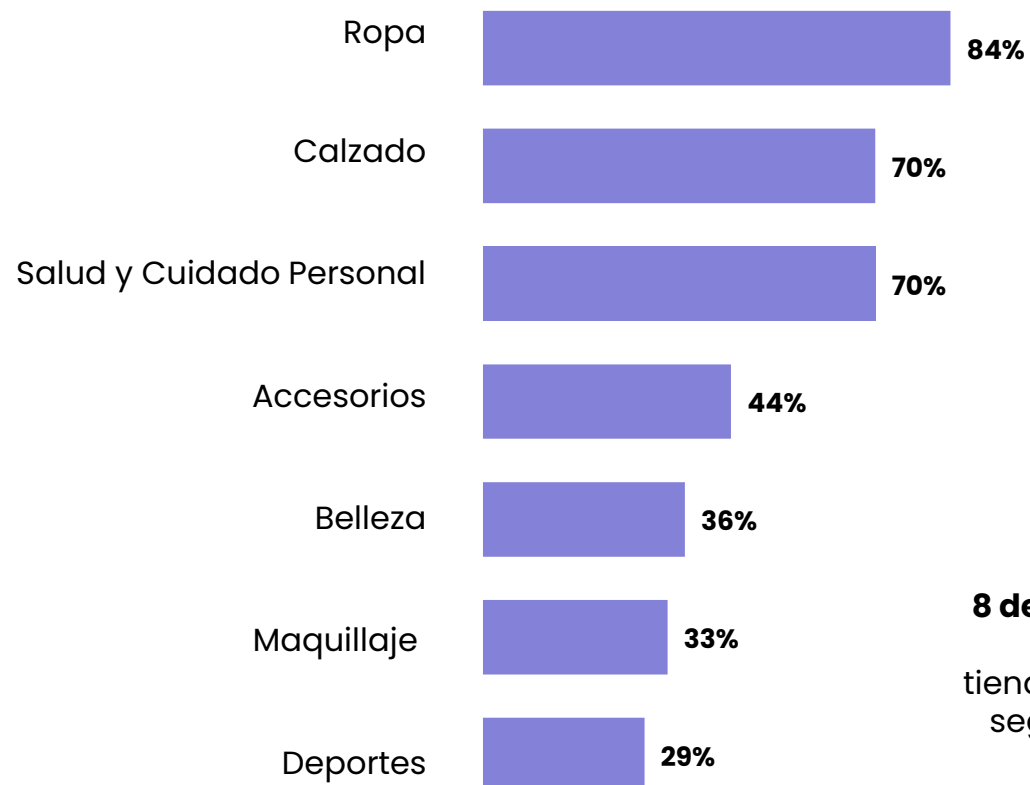




Las 3 categorías más deseadas son  
ropa, calzado y belleza & cuidado  
personal



## Categorías pensadas para comprar durante HOT FASHION



**8 de cada 10 internautas** piensan comprar en tiendas departamentales seguidos de las marcas fabricantes y supermercados & autoservicios.

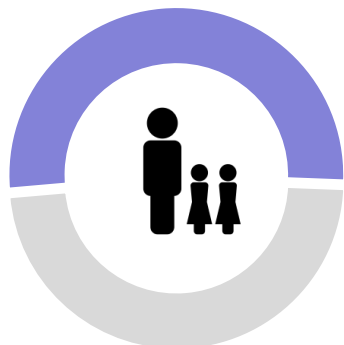


## Beneficiario final para compras de HOT FASHION

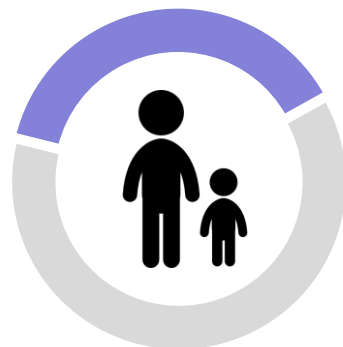
9 de cada 10 internautas declaran que comprarán productos para sí mismos mientras que la mitad adquirirá productos para su pareja.



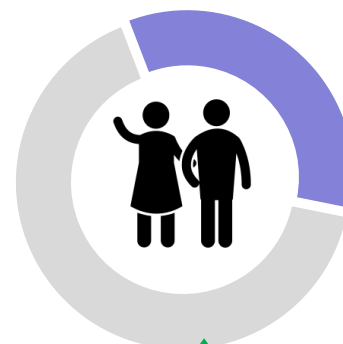
**98%**  
Para mí



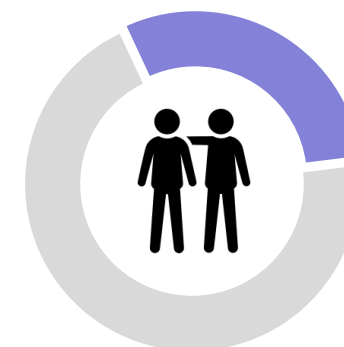
**52%**  
Para mi pareja



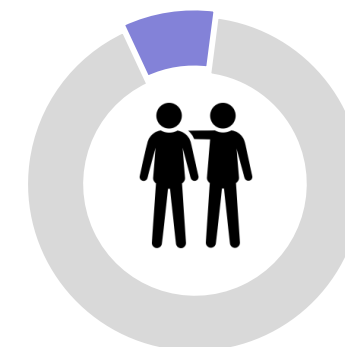
**38%**  
Para mis hijos/hijas



**34%**  
Para mi padre/madre



**30%**  
Para algún familiar  
(hijos(as), hermanos(as),  
abuelos(as), etc.)



**9%**  
Para mis amigos



Tener falta de  
incentivos/preferencias, problemas  
financieros, logística y desconfianza  
son las barreras de compra para  
HOT FASHION 2024



# Barreras de compra para HOT FASHION 2024

- 1 Prefiero **esperar a otro tipo de promociones** y ofertas
- 2 Considero que las ofertas y promociones **no son tan atractivas**
- 3 La situación **económica actual y la inflación** me impidió poder comprar
- 4 **No sé qué es o cuándo es** HOT FASHION
- 5 **No ofrecen facilidades de pago** (meses sin intereses, pagos diferidos, etc.)

Tener falta de incentivos/preferencias, problemas financieros, logística y desconfianza son las barreras de compra para HOT FASHION 2024



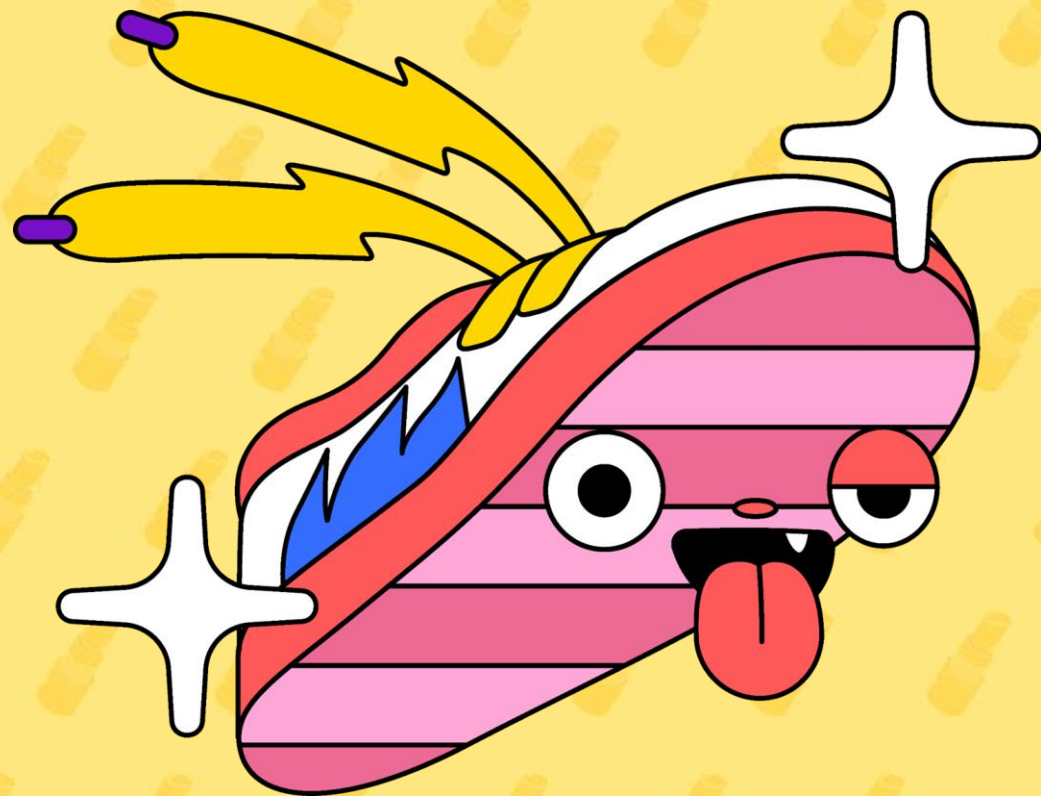
Reporte HOT FASHION 2024 / Pulso: **Moda 2024**

P. Debido a que indicaste que es poco probable que compres algún producto durante HOT FASHION te pedimos de favor nos indiques: ¿Cuáles son las razones?  
Base No Compradores = 20. \*Datos direccionales



# Gracias

Si tienes alguna duda o sugerencia  
contáctanos en  
[estudios@amvo.org.mx](mailto:estudios@amvo.org.mx)



asociación mexicana  
de venta online