

# Reporte de Expectativas **HOT FASHION 2021**

Versión Pública



**Da el clic**  
*y lucete*  
Del 2 al 8 de agosto 2021



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

**+ de 500**

**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...



Da el clic y lúcete • Del 2 al 8 de agosto 2021

# 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



Muebles & Home Decor



Viajes



Alimentos & Bebidas



Servicios Financieros

## 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.



Da el clic y lúctete • Del 2 al 8 de agosto 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**

# 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)



Da el clic y lícete • Del 2 al 8 de agosto 2021

# Contenido

## Descripción del Estudio

- Metodología

## Compra

- Perfil del Comprador HOT FASHION
- Presencia de HOT FASHION en la mente del consumidor
- Interés por la compra omnicanal
- Principales razones de compra online
- Razones de compra online
- Barreras para no comprar durante HOT FASHION
- Fuentes de información digitales
- Fuentes de información tradicionales
- Forma de comprar durante HOT FASHION
- Intención de compra por categorías durante HOT FASHION
- Intención de compra por subcategorías
- Beneficiarios de las compras
- Ofertas y Descuentos esperados
- Medios de Información preferidas para recibir Ofertas y Descuentos
- Métodos de pago
- Métodos de entrega preferidos
- Presupuesto de compra planeado
- Percepción de seguridad



Da el clic y lúcete • Del 2 al 8 de agosto 2021

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, afílate 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:** 339 encuestas respondidas

**Levantamiento:** 2 al 9 de Junio 2021

**Representatividad:** Nacional. Áreas Nielsen

## 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



**Da el clic y lúctete • Del 2 al 8 de agosto 2021**



# Resumen Ejecutivo

## El interés por la compra omnicanal

9 de cada 10 potenciales compradores de HOT FASHION tienen pensando adquirir productos y servicios combinando el canal físico y el canal digital, sin embargo, el 40% declara que tiene planeado comprar solo por Internet.

Las principales razones de compra online durante HOT FASHION son por los beneficios que otorga el canal digital, 5 de cada 10 potenciales compradores perciben más promociones y descuentos en Internet, seguido de la variedad y comparación de precios de productos (49%) y la facilidad y velocidad de compra a través de este canal.

Las principales razones para no comprar durante HOT FASHION es por el mismo desconocimiento de la campaña, 27% de los encuestados declaran no saber que es HOT FASHION. Un 17% menciona que prefiere esperarse a las ofertas de otras campañas (rebajas, E Buen Fin, etc.) y un 14% considera que las ofertas y descuentos no son tan atractivas.

## Fuentes de información

La mitad de los interesados en comprar durante HOT FASHION piensan consultar los sitios o aplicaciones móviles de sus tiendas favoritas. También destacan sitios multi-categoría, Redes Sociales y el sitio web de HOT FASHION. Mientras que del lado de los medios tradicionales: 2 de cada 10 potenciales compradores visitarán tiendas físicas para sus compras durante la campaña, mientras que un 17% decidirá comprar con las recomendaciones de amigos y familiares.

## Intención de compra por categorías

7 de cada 10 potenciales compradores tiene pensado en comprar en varias tiendas online. 95% de ellos piensan en adquirir artículos de Moda, entre los que destacan: calzados, ropa deportiva y prendas inferiores (jeans, shorts, bermudas). También existe un fuerte interés en adquirir artículos de Lujo, Belleza y Cuidado personal, 75% tiene pensado adquirir estas categorías.

8 de cada 10 piensa en comprar para si mismo y la mitad de los potenciales compradores (52%) piensa comprar para regalar a su pareja. Por otro lado, 38% de los potenciales compradores tienen pensado gastar entre \$1,001 a \$3,000 pesos en sus compras durante HOT FASHION.

## Ofertas y Descuentos esperados

Casi 6 de cada 10 potenciales compradores buscan productos con el 41% al 70% de descuento, además de meses sin intereses y entregas gratuitas. Por otro lado, el 75% de los potenciales compradores prefieren el correo electrónico para recibir y enterarse de los beneficios de campañas como HOT FASHION. Por último, 73% también prefieren las Redes Sociales.

## Métodos de pago y entrega preferidos

La mitad de los interesados en comprar durante HOT FASHION piensan utilizar la Tarjeta Digital Bancaria, sin embargo, Débito y Crédito continúan siendo principales métodos de pago.

El envío a domicilio se posiciona como el método de entrega favorito para recibir sus compras durante HOT FASHION, 93% prefiere enviar sus compras a su hogar.

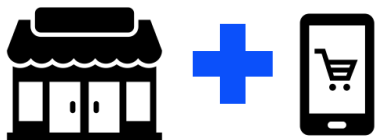
## Percepción de seguridad

La percepción de seguridad para comprar durante HOT FASHION es alta, 9 de cada 10 potenciales compradores consideran que es muy + algo seguro adquirir sus productos durante la campaña.



**4 de cada 10 potenciales  
compradores de HOT FASHION  
piensan comprar sólo  
por Internet**

# El interés por la compra omnicanal



**9 de cada 10 compradores (97%)** piensan adquirir productos o servicios utilizando el canal físico junto al canal digital durante **HOT FASHION 2021**.  
40% de los compradores comprará **sólo por Internet**.

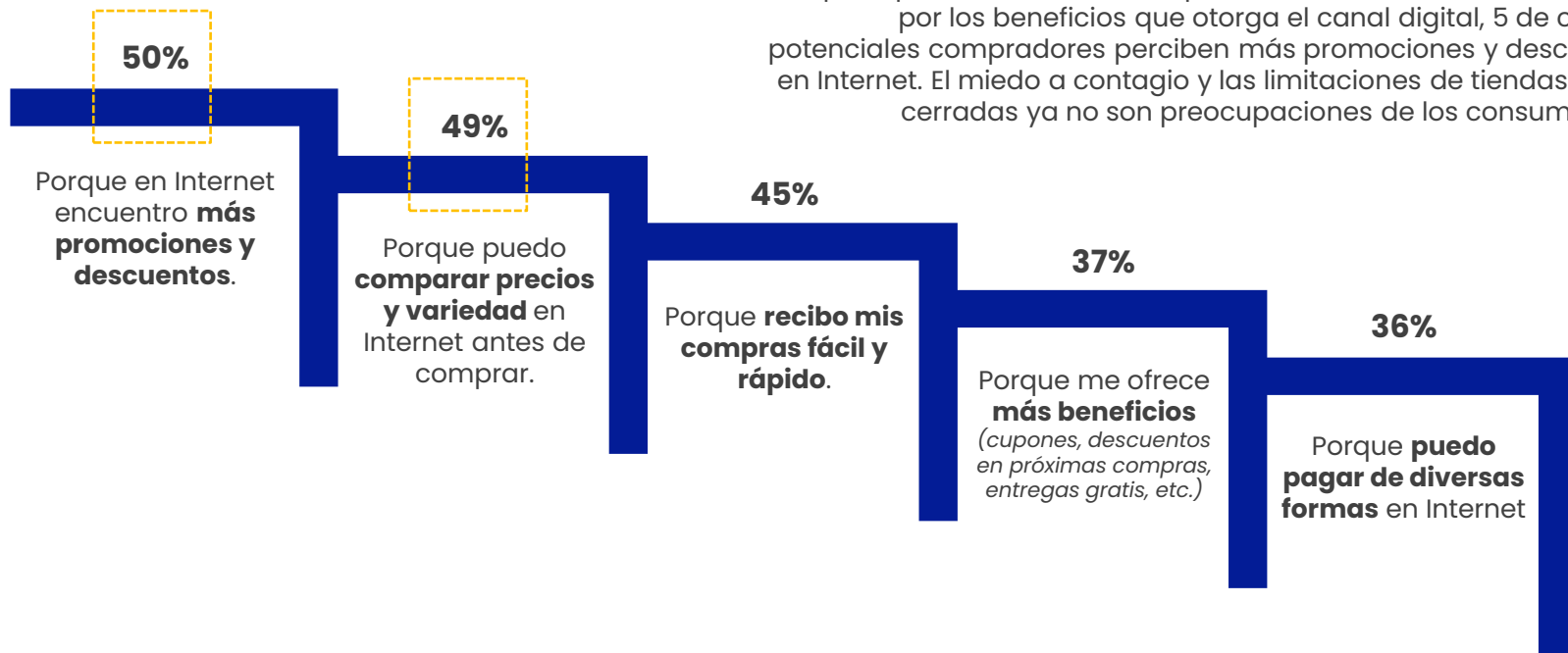
Durante HOT FASHION 2021 se espera que el canal físico y digital convivan estrechamente, pues la expectativa del consumidor es utilizar ambos canales. Existe 40% de los compradores que preferirán las compras 100% en línea.



# Principales razones de compra online

## Durante HOT FASHION

Las principales razones de compra online durante HOT FASHION son por los beneficios que otorga el canal digital, 5 de cada 10 potenciales compradores perciben más promociones y descuentos en Internet. El miedo a contagio y las limitaciones de tiendas físicas cerradas ya no son preocupaciones de los consumidores.



Da el clic y lúcete • Del 2 al 8 de agosto 2021

P. ¿Cuáles son las razones por las que piensas comprar por Internet productos y/o accesorios de moda, lujo, belleza y cuidado personal durante una campaña como HOT FASHION 2021? Base Comprador Omnichannel = 146.

# Barreras para no comprar durante **HOT FASHION**

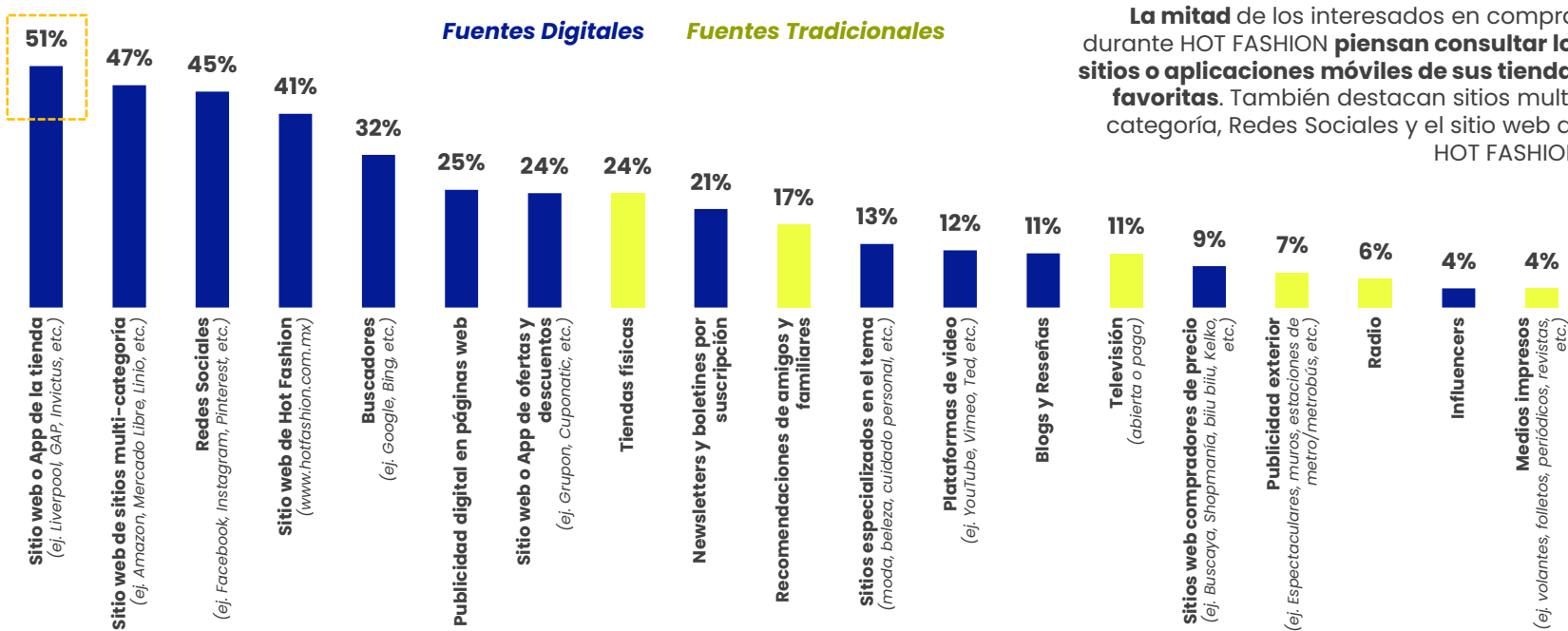


Da el clic y lúctete • Del 2 al 8 de agosto 2021

P. Debido a que indicaste que no tienes pensado comprar algún producto y/o servicio de moda, lujo, belleza y cuidado personal durante una campaña como HOT FASHION 2021, te pedimos de favor nos indiques: ¿Cuáles son las razones? Base No Comprador = 154.

# Fuentes de información para decidir comprar

## Durante HOT FASHION

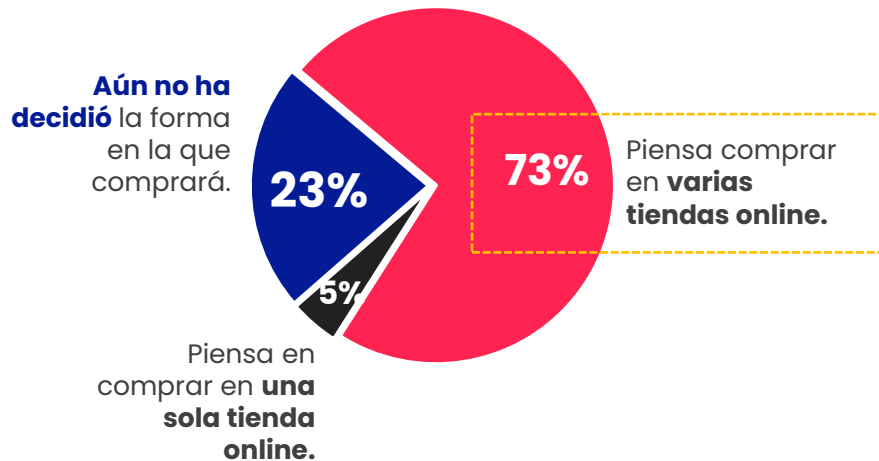


Da el clic y lúcete • Del 2 al 8 de agosto 2021

P. ¿Cuáles son las fuentes de información que piensas consultar para concretar la compra de productos y/o servicios de moda, lujo, belleza y cuidado personal durante una campaña como HOT FASHION? Base Comprador HOT FASHION = 151.

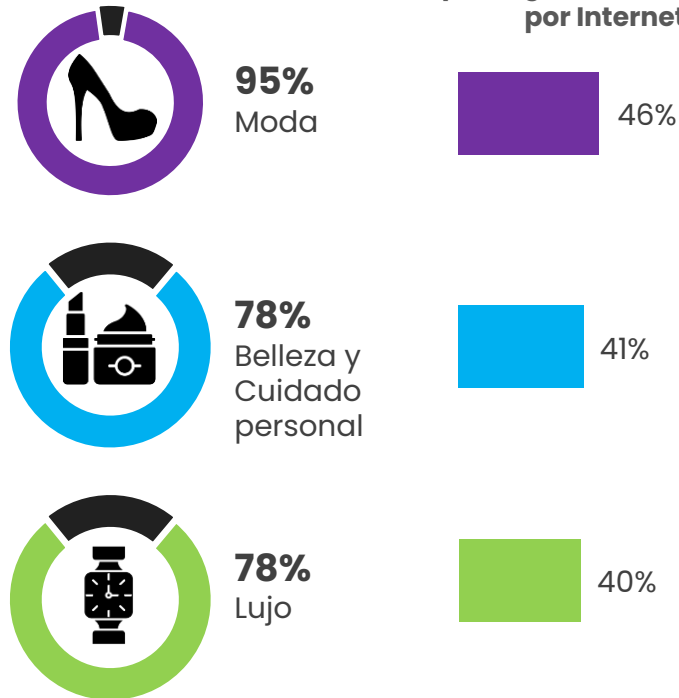
# Forma de comprar durante **HOT FASHION**

**7 de cada 10 potenciales compradores** tiene pensado en comprar en varias tiendas online. Por otro lado, el 23% aún no ha tomado una decisión sobre cómo comprará productos durante la campaña.



Existe gran interés de los consumidores por las categorías ofrecidas durante la campaña, debido a la familiaridad de compra de estos productos por Internet.

## Compra regularmente por Internet



Da el clic y lúctete • Del 2 al 8 de agosto 2021

P. ¿Cómo piensas comprar producto y/o servicios de moda, lujo, belleza y cuidado personal por Internet durante una campaña como HOT FASHION 2021? / ¿Qué y cómo piensas comprar por Internet durante una campaña como HOT FASHION 2021? Base Comprador Omnichannel = 133.



# Beneficiarios de las compras durante **HOT FASHION**

Casi 9 de cada 10 potenciales compradores busca adquirir productos para si mismo, por otro lado, la mitad de los interesados buscan regalar a su pareja.



**86%**  
Para mí



**52%**  
Para mi pareja



**42%**  
Para mis hijos(as)



**22%**  
Para algún familiar  
(hermanos(as),  
abuelos(as),  
etc.)



**20%**  
Para mi padre /  
madre

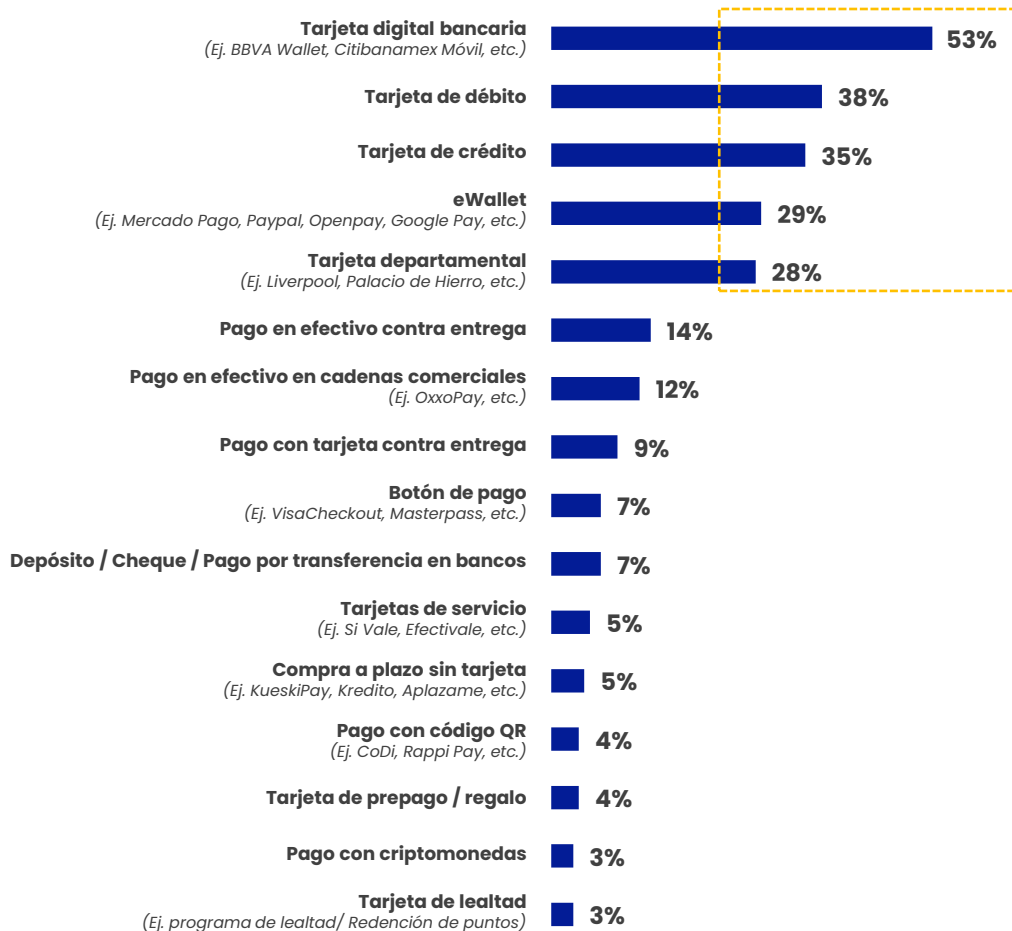


**5%**  
Para algún amigo

# Métodos de pago considerados para comprar

## Durante HOT FASHION

Para el consumidor, la tarjeta de débito y crédito conviven fuertemente con los métodos de pago digitales como la tarjeta digital bancaria y las eWallets, se detecta un interés fuerte en uso de tarjetas departamentales.

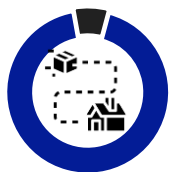


Da el clic y lúctete • Del 2 al 8 de agosto 2021

P. ¿Cuál es el método de pago que piensas utilizar para tus compras que harás por Internet de moda, lujo, belleza y cuidado personal durante una campaña como HOT FASHION 2021? Base Comprador Omnichannel = 130.

# Método de entrega preferido durante **HOT FASHION**

El envío a domicilio se posiciona como el método de entrega favorito para recibir sus compras durante **HOT FASHION**. Existe potencial de dar a conocer otros métodos de entrega para poder satisfacer las necesidades del consumidor.



**93%**

Envío a domicilio



**17%**

Recoger directamente en la tienda  
(ej. Sucursal, click & collect)



**17%**

Envío a casa de un amigo / familiar



**8%**

Envío a oficina / trabajo



**4%**

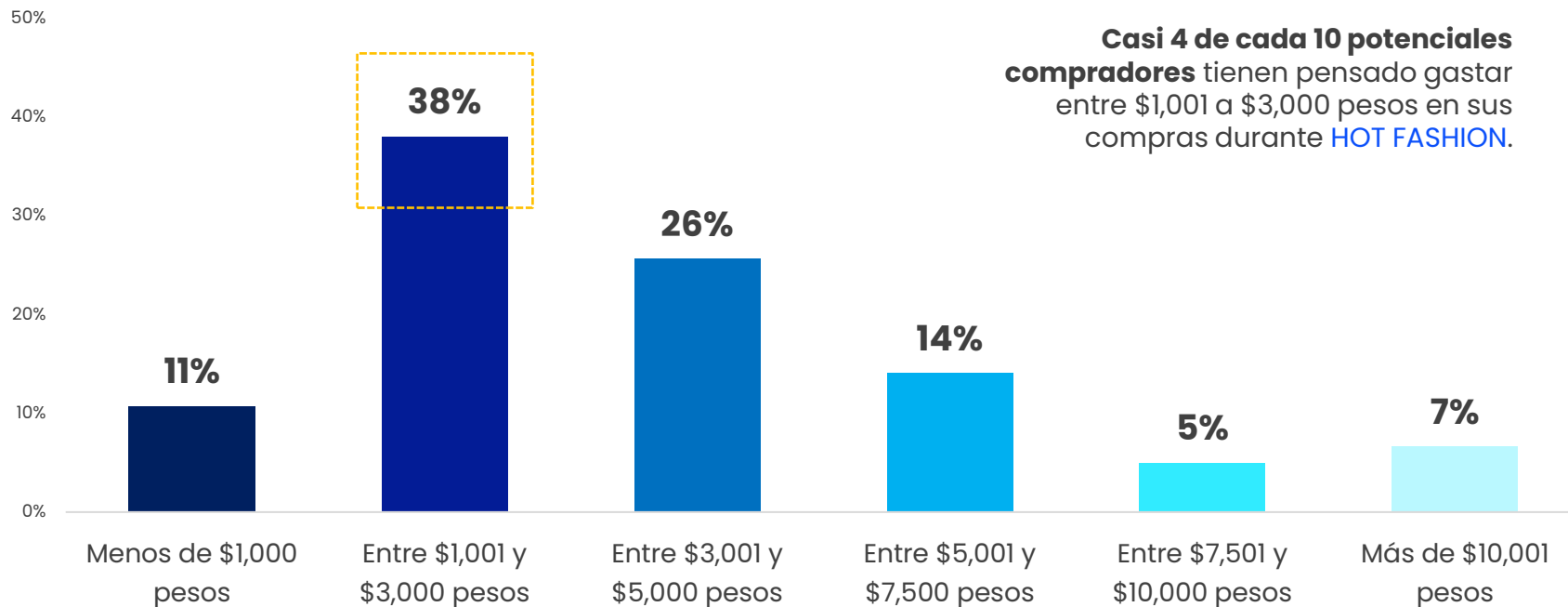
Recoger en punto de retiro / oficinas de mensajería  
(ej. Oxxo, Estafeta, DHL, Redpack)



**2%**

Casilleros Inteligentes  
(ej. Amazon Hub Lockers, etc.)

# Presupuesto de compra planeado



**Casi 4 de cada 10 potenciales compradores** tienen pensado gastar entre \$1,001 a \$3,000 pesos en sus compras durante **HOT FASHION**.



Da el clic y lúcete • Del 2 al 8 de agosto 2021

P. ¿Cuál es el presupuesto que tienes pensado gastar en Internet durante una campaña como HOT FASHION 2021? Base Comprador Omnichannel = 121.

# Percepción de seguridad comprando online

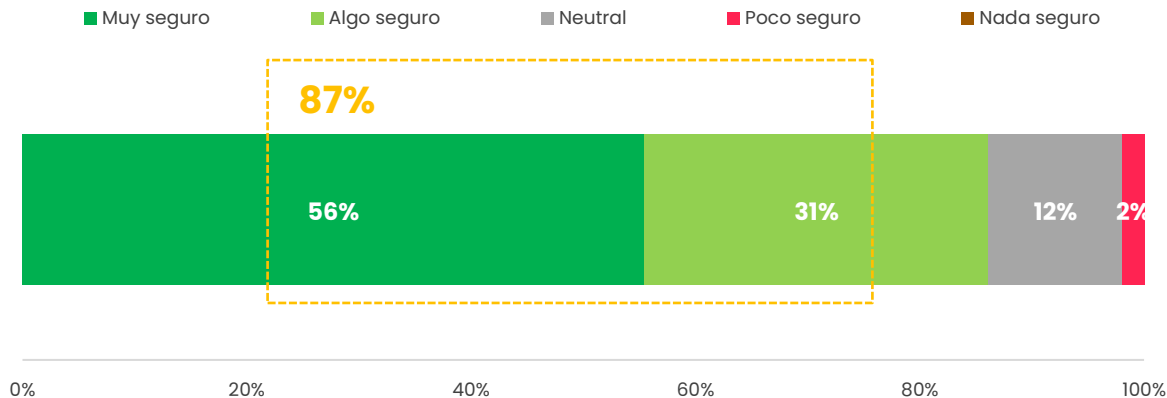
## Durante HOT FASHION



**Casi 9 de cada 10 potenciales compradores** se sienten seguros al comprar por Internet durante **HOT FASHION**.

Existe fuerte confianza del potencial comprador de la campaña. Al compararlo con el comprador digital en general, el comprador HOT FASHION supera su percepción de seguridad en el canal digital.

**Comprador en General**  
Muy seguro + Algo seguro  
**64%**



**Da el clic y lúcete • Del 2 al 8 de agosto 2021**

P. ¿Qué tan seguro te sientes al comprar por Internet tus productos de moda, lujo, belleza y cuidado personal durante una campaña como HOT FASHION 2021? Base Comprador Omnichannel = 120.



**Da el clic**  
*y lucete*  
Del 2 al 8 de agosto 2021