



# REPORTE HOT SALE 2019

VERSIÓN PÚBLICA



# RESUMEN EJECUTIVO

Durante 2019 se realizó la campaña Hot Sale del 26 al 31 de mayo.

- **Visitas Totales:** 263.3 millones de visitantes a sitios de comercios participantes generando un crecimiento de 63% en comparación con 2018.
- **Ventas Online Totales:** Hot Sale continúa la tendencia de crecimiento a doble dígito superando durante 2019 los **\$11 mil millones de pesos** generando 30% de crecimiento.
- **Ticket Promedio:** En esta edición el ticket promedio creció 63% alcanzando los \$2,200 pesos.
- **Compradores:** En 2019, **13.4 millones de compradores** participaron en la campaña. Adicionalmente, se generaron **2 millones de nuevos compradores**.
- **Órdenes de Compra:** Las empresas participantes generaron en total **6.5 millones de órdenes de compra** durante 2019.
- **Buscadores:** La campaña generó más de 50 millones de búsquedas, generando un crecimiento del 26% en comparación con la edición pasada.
- **Seguridad al comprar en línea:** 8 de cada 10 compradores se siente seguro o muy seguro al comprar en línea durante Hot Sale.
- **Expectativas de ofertas:** Hot Sale 2019 cumplió o superó las expectativas de ofertas y promociones de 9 de cada 10 compradores.

# MEDICIÓN HOT SALE 2019

A través de aliados estratégicos, la **Asociación Mexicana de Venta Online** genera este reporte que busca explorar desde diferentes aristas, el comportamiento de la campaña, generando así accionables tanto para los comercios como para los proveedores que participan en el ecosistema de comercio electrónico. Este reporte es un *Abstract* del reporte completo el cual es un beneficio exclusivo para nuestros afiliados. Si quieres tener acceso a este reporte, contáctanos para unirte a la asociación.

## Ventas Totales



Medición con Comercios sobre **Indicadores de Ventas** durante la campaña Hot Sale

nielsen

## Experiencia



Encuesta declarada para conocer las **experiencias y tipos de compra** realizados durante Hot Sale

netquest

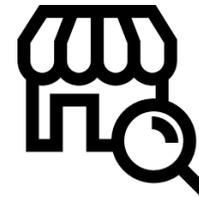
## Tracking Sitios



Medición a través de herramientas de **monitoreo** sobre **indicadores** de comercio electrónico durante Hot Sale

NETRICA  
by netquest

## Búsqueda



Encuesta que explora la fase de **conocimiento e investigación** de los compradores durante Hot Sale

Google

## Sitio Hot Sale



Medición de desempeño de la **página Hot Sale**

Optimus  
Digital





# INDICADORES DE VENTAS

Ventas Totales

Unidades Vendidas

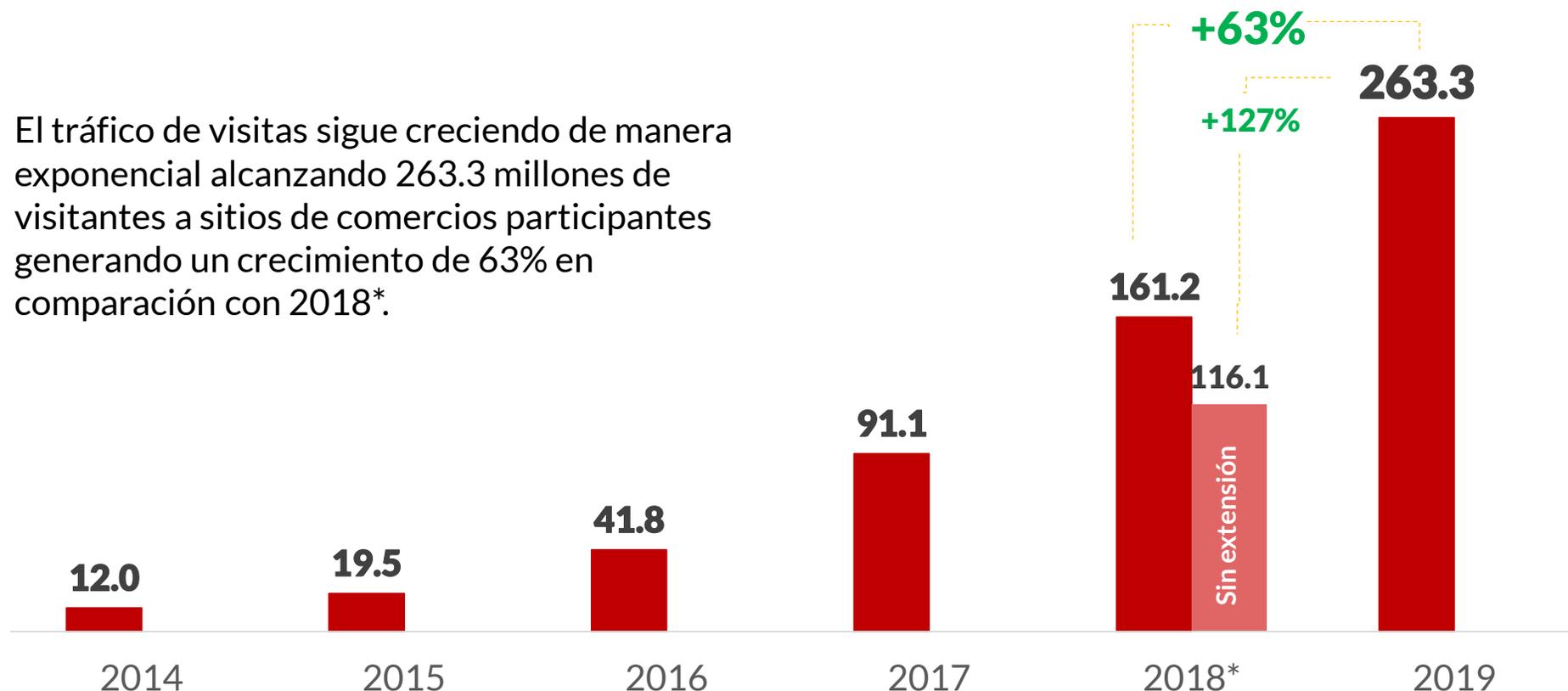
Órdenes de Compra

Ticket Promedio



# VISITAS A SITIOS DE COMERCIOS PARTICIPANTES (MILLONES)

El tráfico de visitas sigue creciendo de manera exponencial alcanzando 263.3 millones de visitantes a sitios de comercios participantes generando un crecimiento de 63% en comparación con 2018\*.



# COMPRADORES Y NUEVOS COMPRADORES GENERADOS POR COMERCIOS PARTICIPANTES

La confianza de los compradores al participar en Hot Sale es evidente, reflejando un 89% de crecimiento en volumen de compradores.



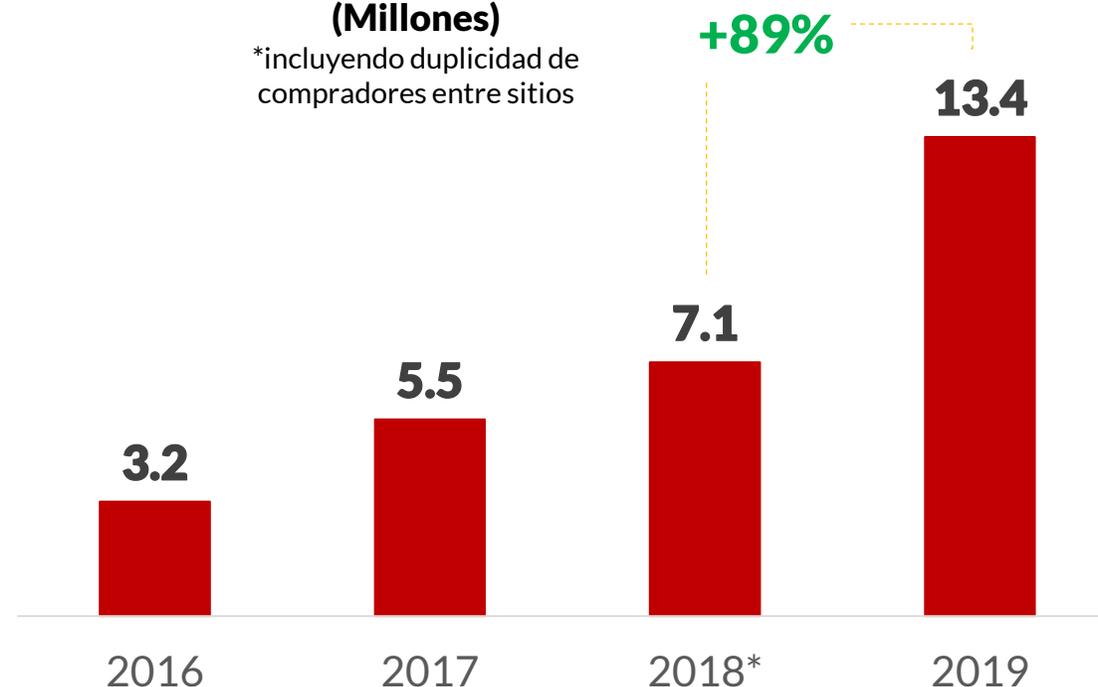
**2 millones**  
de Nuevos Compradores  
durante Hot Sale 2019



Se han generado **9.6 Millones** de nuevos compradores durante las 6 ediciones de Hot Sale (2014 a 2019)

## Compradores (Millones)

\*incluyendo duplicidad de compradores entre sitios



HOT SALE 2019 generó un monto vendido de  
**\$11,082 millones de pesos**

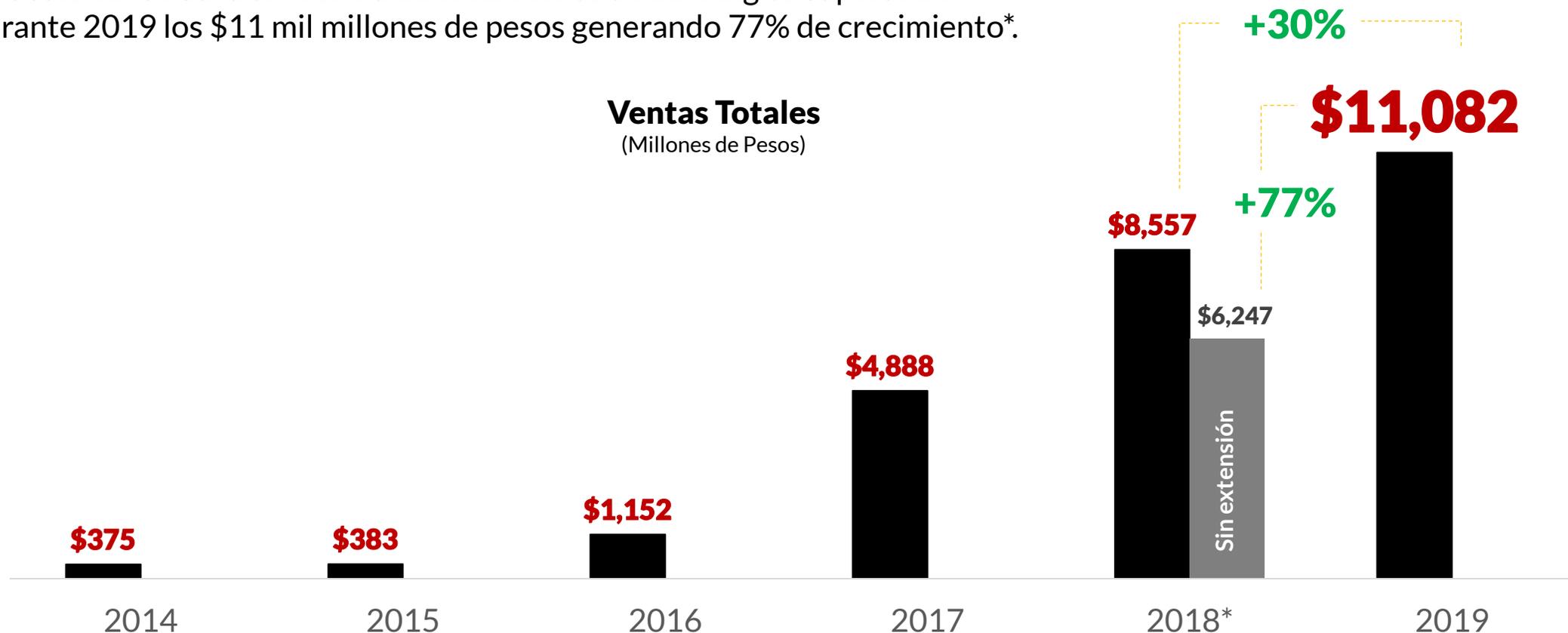
**+77%**

de crecimiento vs 2018\*

P. ¿Cuáles fueron las ventas netas de su compañía durante el periodo de Hot Sale 2019, en pesos mexicanos (sin incluir comisiones, sin IVA)?  
Empresas participantes = 224 \*Crecimiento comparado vs 2018 con extensión de días. Hot Sale 2018 (27 de mayo al 1 de junio + Extensión 2 y 3 de junio 2018) Hot Sale 2019 = 26 al 31 de Mayo

# EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS TOTALES DE HOT SALE

Hot Sale continúa la tendencia de crecimiento a doble dígito superando durante 2019 los \$11 mil millones de pesos generando 77% de crecimiento\*.





**14.3 millones**  
de unidades vendidas  
durante Hot Sale 2019

**+23%**  
de crecimiento vs 2018\*

P. ¿Cuál fue la cantidad total de productos/servicios que vendió durante Hot Sale 2019? Empresas participantes = 224

\*Crecimiento comparado vs 2018 con extensión de días. Hot Sale 2018 (27 de mayo al 1 de junio + Extensión 2 y 3 de junio 2018) Hot Sale 2019 = 26 al 31 de Mayo

HOT SALE 2019 generó  
**6.5 millones**  
de órdenes de  
compra

**2.6**

Artículos por orden  
de compra

**+30%**

Vs 2018  
(2.0)



P. Cuál fue la cantidad total de ordenes de compra que tuvo durante Hot Sale 2019 / ¿Cuál fue la cantidad total de productos/servicios que vendió durante Hot Sale 2019? Empresas participantes = 224

# TICKET PROMEDIO DURANTE HOT SALE 2019

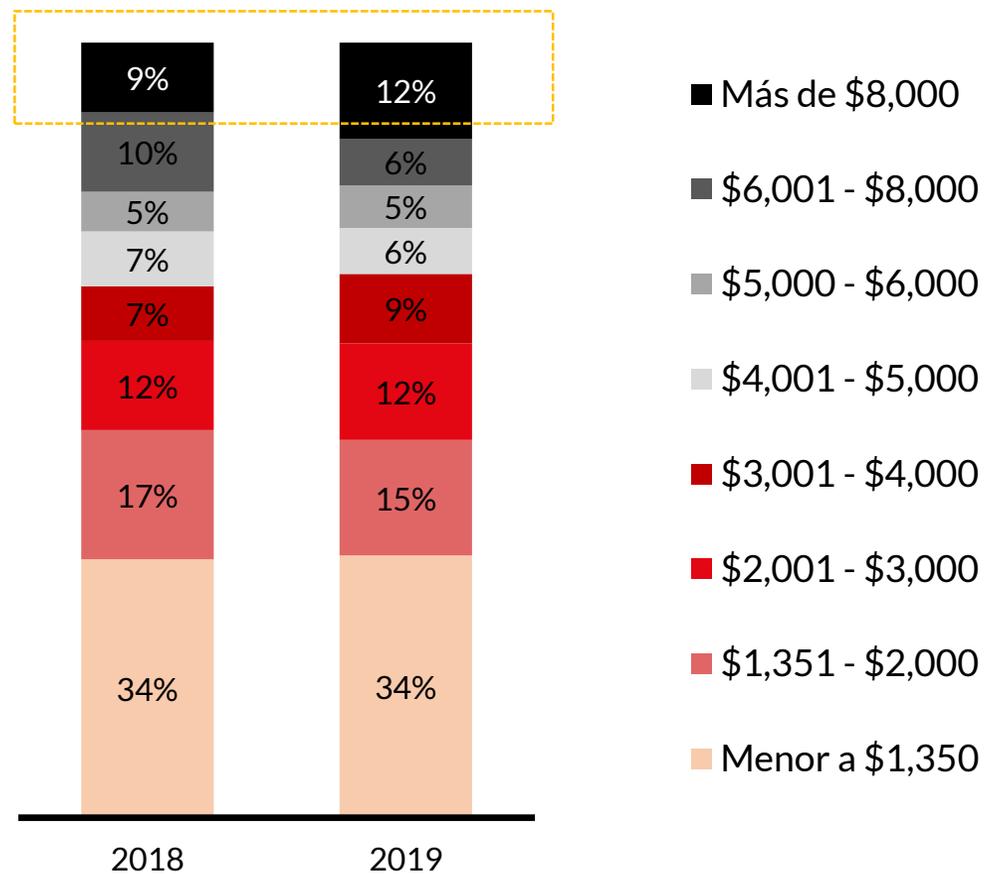
En esta edición aumentaron los tickets de mayor monto.

## \$2,200

### Ticket Promedio

## +63%

Vs Ticket Promedio 2018  
(\$1,350)



# INDUSTRIAS CON MAYOR PARTICIPACIÓN EN VENTAS TOTALES



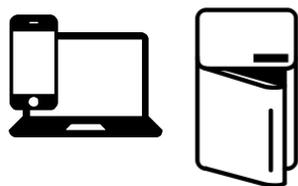
**VIAJES:**  
Vuelos + Hoteles +  
Paquetes + Autobús

Ticket  
promedio

**\$4,250**

Artículos por  
orden de compra

**1.0**



**Electrónica +  
Electrodomésticos**

**\$5,075**

**1.5**

# INDUSTRIAS CON MAYOR PARTICIPACIÓN EN UNIDADES VENDIDAS



**MODA:**  
Accesorios +  
Calzado + Ropa

Ticket  
promedio

**\$950**

Artículos por  
orden de compra

**3.0**



**MUEBLES**

**\$6,700**

**2.5**



# EXPERIENCIA DE COMPRA

Usos y Hábitos de compra

Experiencia durante la campaña

Compradores y No Compradores



---

# METODOLOGÍA

El levantamiento de información es realizado a través del panel online Netquest, 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:** 1,006 encuestas respondidas
- **Levantamiento:** Junio 2019
- **Perfil:** internauta mexicano entre 18 a 65 años que compraron en Hot Sale:
  - **Compradores:** 795 encuestas
  - **No Compradores:** 211 encuestas
- **Representatividad:** Nivel nacional (Áreas Nielsen)



Hot Sale 2019  
**cumplió o superó**  
las expectativas de ofertas y promociones de  
**9 de cada 10**  
**compradores**



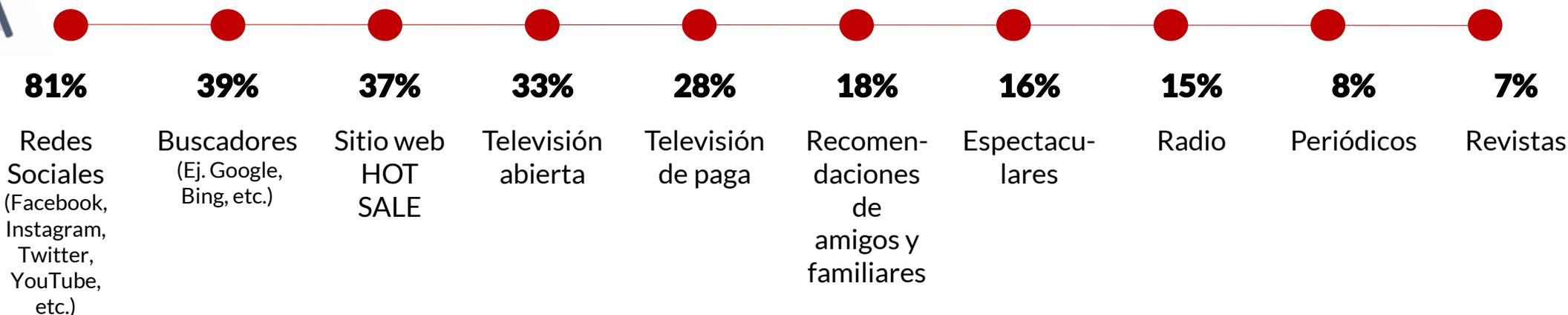
**7 de cada 10**  
Compradores online  
considera que HOT SALE  
es una **marca famosa**

P. ¿Consideras que HOT SALE es una marca famosa? Compradores Online = 1,006

# PRESENCIA DE MARCA HOT SALE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

\*De acuerdo a compradores

Seguido de las redes sociales y los buscadores, el sitio Web de Hot Sale se vuelve la tercera fuente de información donde los compradores se enteraron de Hot Sale.



# NOTORIEDAD ESPONTÁNEA DE MARCAS DURANTE HOT SALE

Los principales retailers se encuentran en el *Top of Mind* del consumidor. Otros *brick&clicks* comienzan a tomar relevancia al ser asociadas con la campaña Hot Sale.



# TOP 5 RAZONES DE COMPRA DURANTE HOT SALE

Más promociones y descuentos  
que en tiendas físicas

53%

Más promociones y descuentos por Internet  
que en otras campañas de descuentos en el año

44%

Evitar aglomeraciones en tienda física  
cuando hay campañas de descuentos

36%

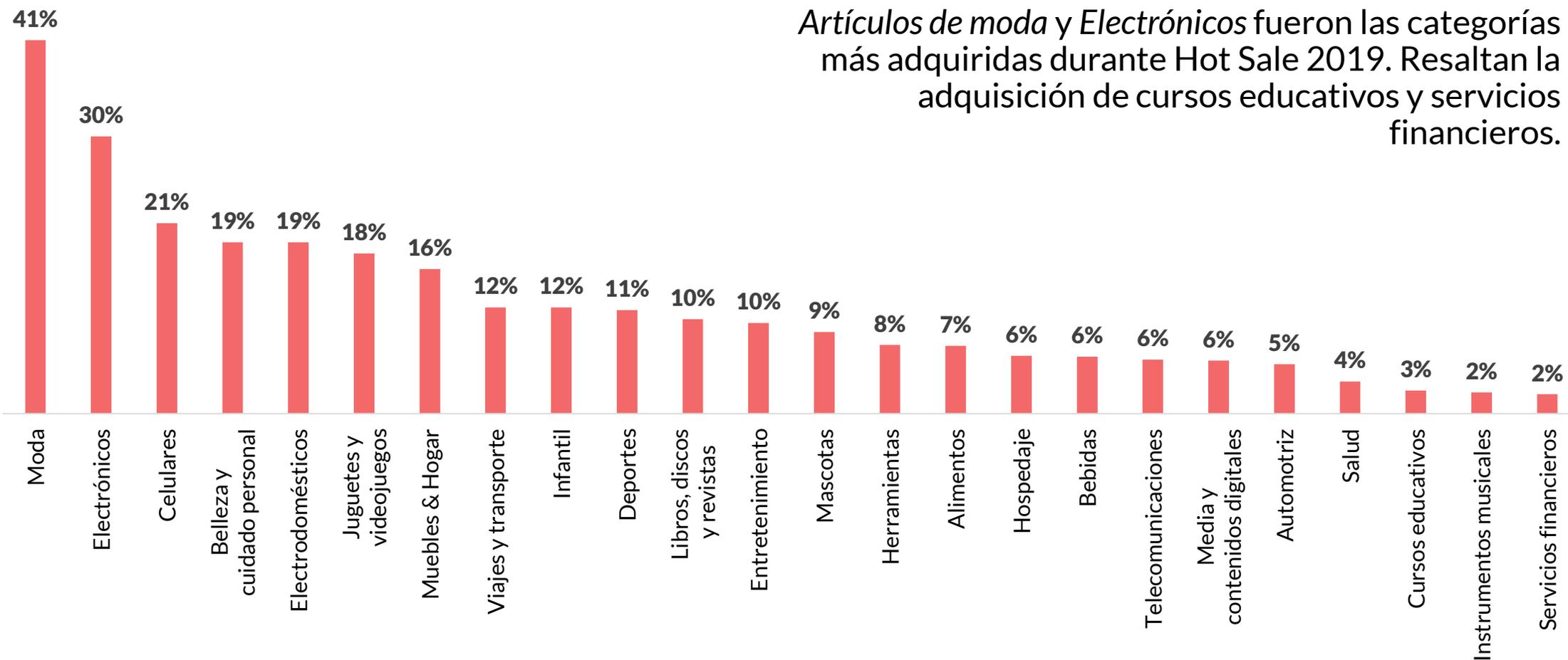
Encontrar productos que no están  
disponibles en tiendas físicas

34%

Hacer rendir el dinero al poder  
comprar varios productos y servicios

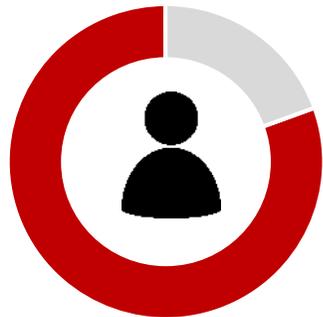
31%

# CATEGORÍAS COMPRADAS DURANTE HOT SALE



# PARA QUIÉN FUE LA COMPRA REALIZADA DURANTE HOT SALE

La mayoría de las compras son para el mismo comprador.  
Resalta la compra de productos y servicios para su negocio.



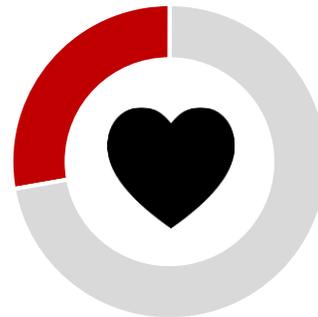
**82%**

Para mí



**45%**

Para mi familia



**28%**

Para mi pareja



**7%**

Para mi mascota



**5%**

Para mis amigos/as

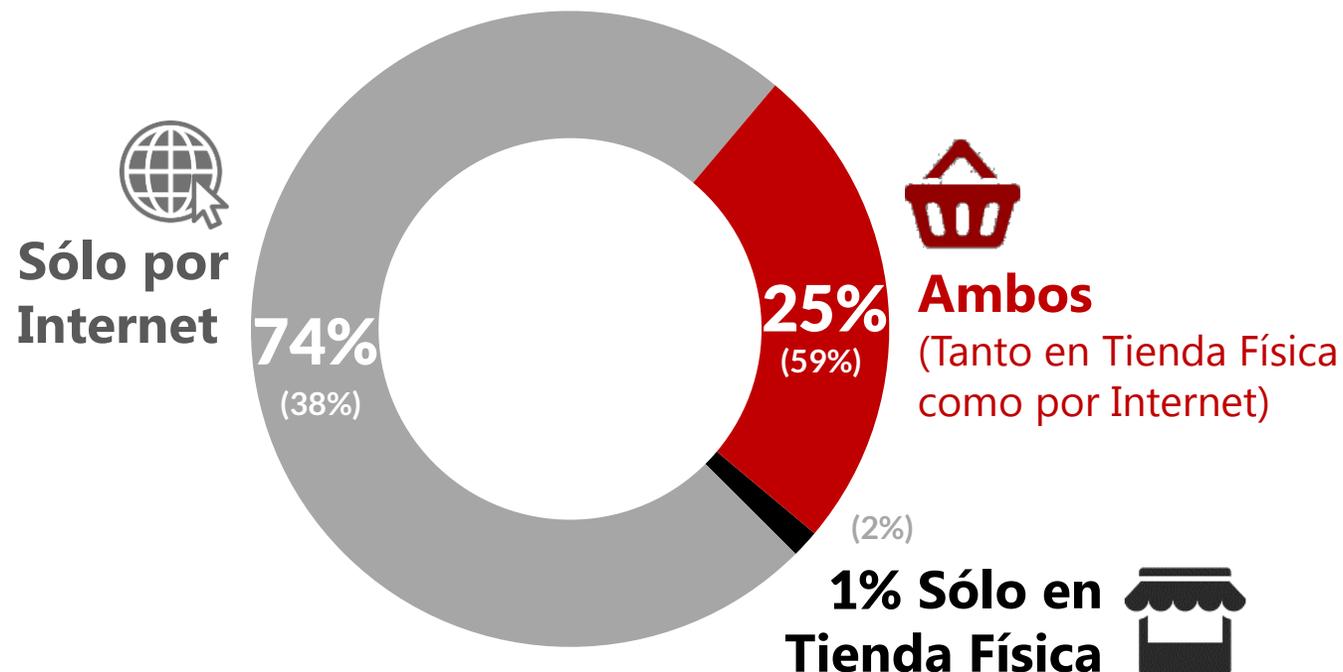


**2%**

Para mi negocio

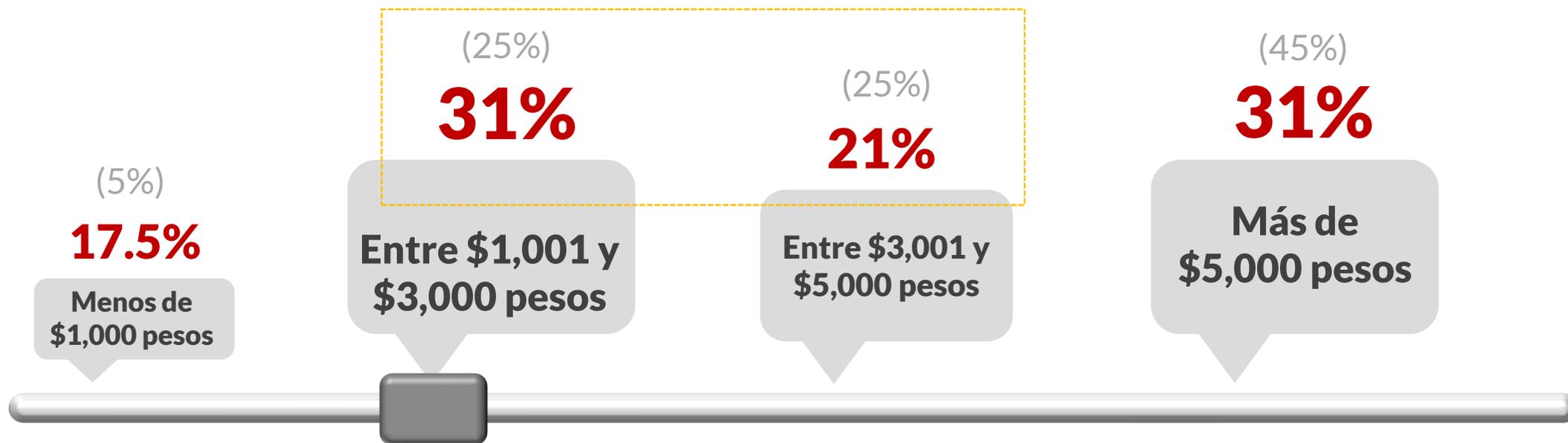
# LUGAR PARA COMPRAR DURANTE HOT SALE

A pesar de que el comprador estaba dispuesto a comprar en canales físicos y digitales, finalmente decidió utilizar el canal online para adquirir sus productos durante Hot Sale debido a las ofertas ofrecidas en este canal, presentando gran potencial de ampliar los puntos de contacto.



# MONTO GASTADO DURANTE HOT SALE

Finalmente los compradores no gastaron tanto como tenían pensado. Sin embargo, más de la mitad gastó entre los \$1,000 y los \$5,000 pesos lo cual refleja mayor confianza en comprar en línea.



# SEGURIDAD AL COMPRAR EN LÍNEA DURANTE HOT SALE

8 de cada 10 compradores

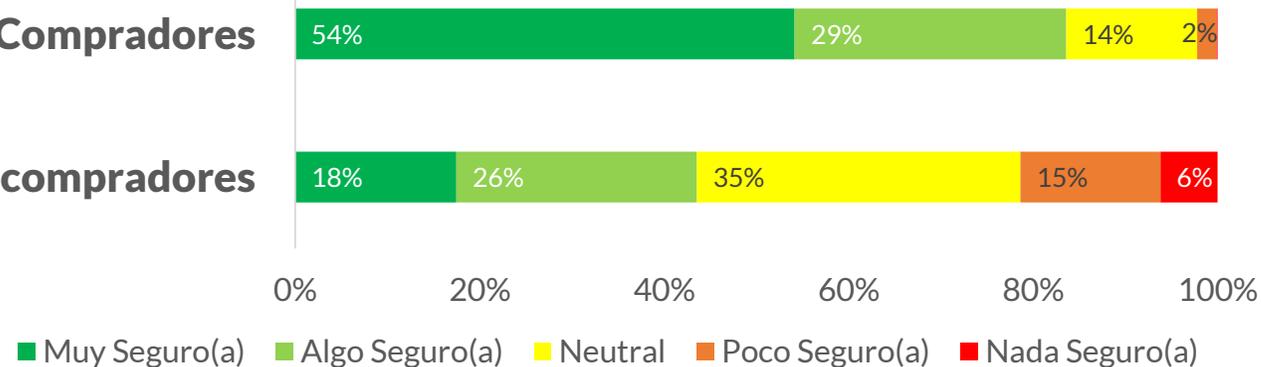
se siente seguro o muy seguro al comprar en línea durante Hot Sale.

Un miedo aún latente entre los **No Compradores de Hot Sale** sigue siendo no sentirse seguros al comprar en línea.

Compradores

No compradores

¿Qué tan seguro te sientes al comprar en línea durante Hot Sale?





# MONITOREO DE SITIOS DE VENTA ONLINE

Visitas  
Alcance  
Tasas de conversión



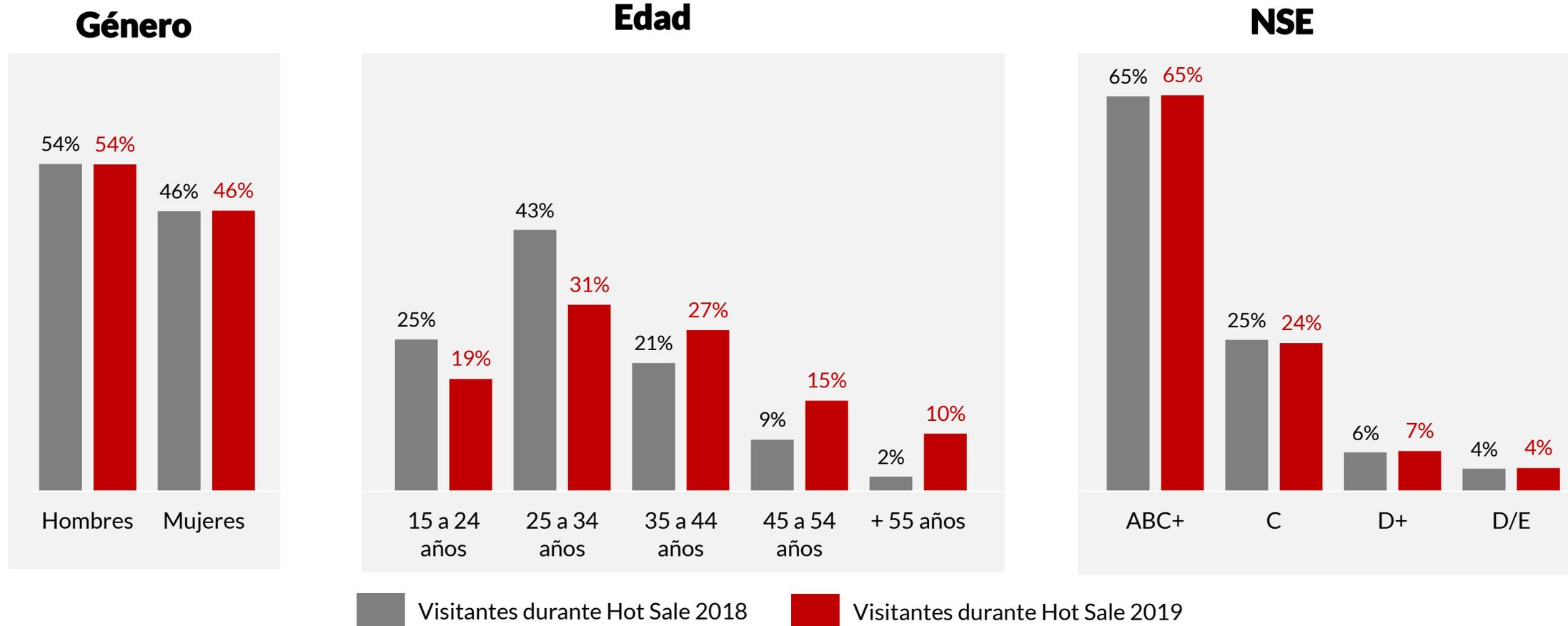
NETRICA  
by netquest

AMVO  
ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE

# PERFIL DEMOGRÁFICO

## HOT SALE 2018 VS HOT SALE 2019

Durante 2019, no sólo los *millennials* visitaron sitios de comercio electrónico. Los segmentos de edad mayores de 35 años visitaron más sitios de comercio electrónico que el año pasado.



# RANKING SITIOS PARTICIPANTES MÁS VISITADOS HOT SALE 2019

Mercado Libre y Amazon lideran la lista; sin embargo, otros *retailers* y *pure players* comienzan a ganar relevancia en el Ranking.

		Vs Hot Sale 2018*
1	 mercado libre	=
2	 amazon	=
3	 Coppel	+2
4	 Liverpool	-1
5	 elektra	+1
6	 BEST BUY	Nuevo
7	 CHEDRAUI	+6
8	 LINIO	-1
9	 Tienda TELMEX	Nuevo
10	 Claro-shop	Nuevo



# HÁBITOS DE BÚSQUEDA

Investigación sobre Hot Sale en Buscadores



Hot Sale 2019 generó

+50M

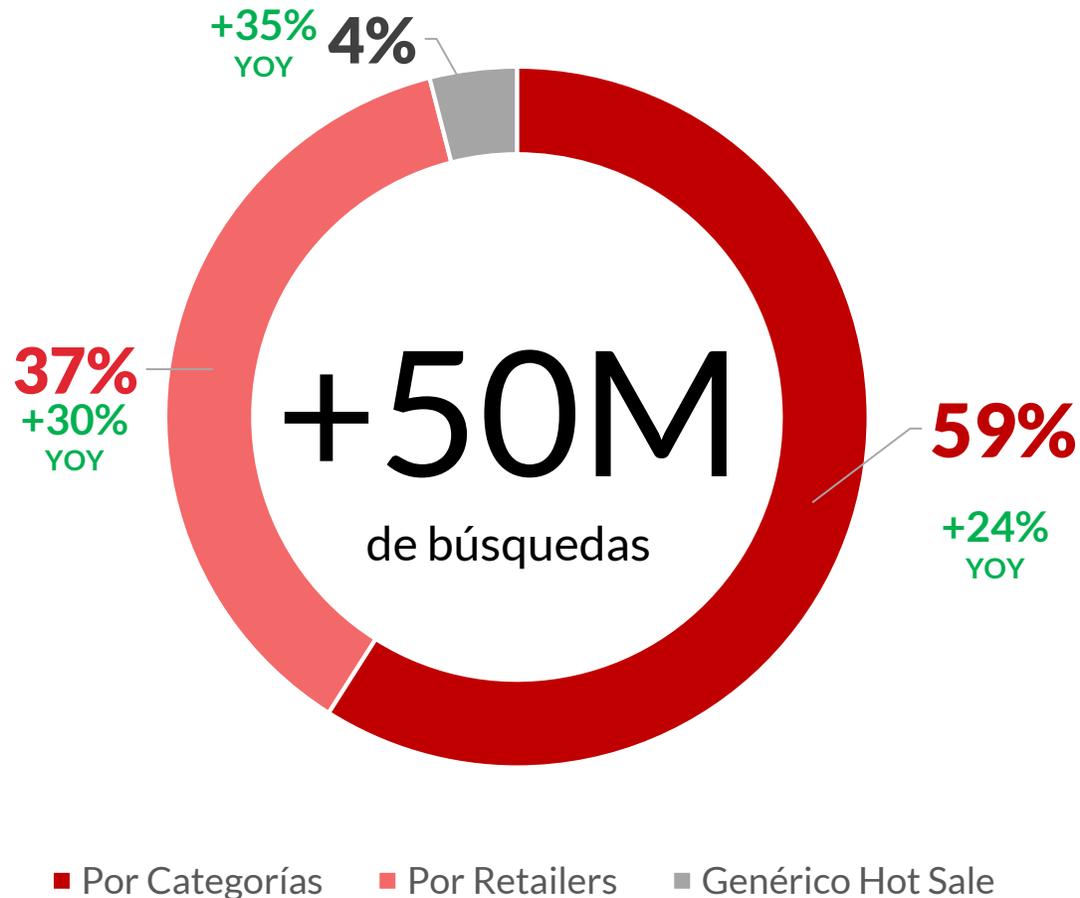
búsquedas

Lo que representa un crecimiento de

+26% YoY

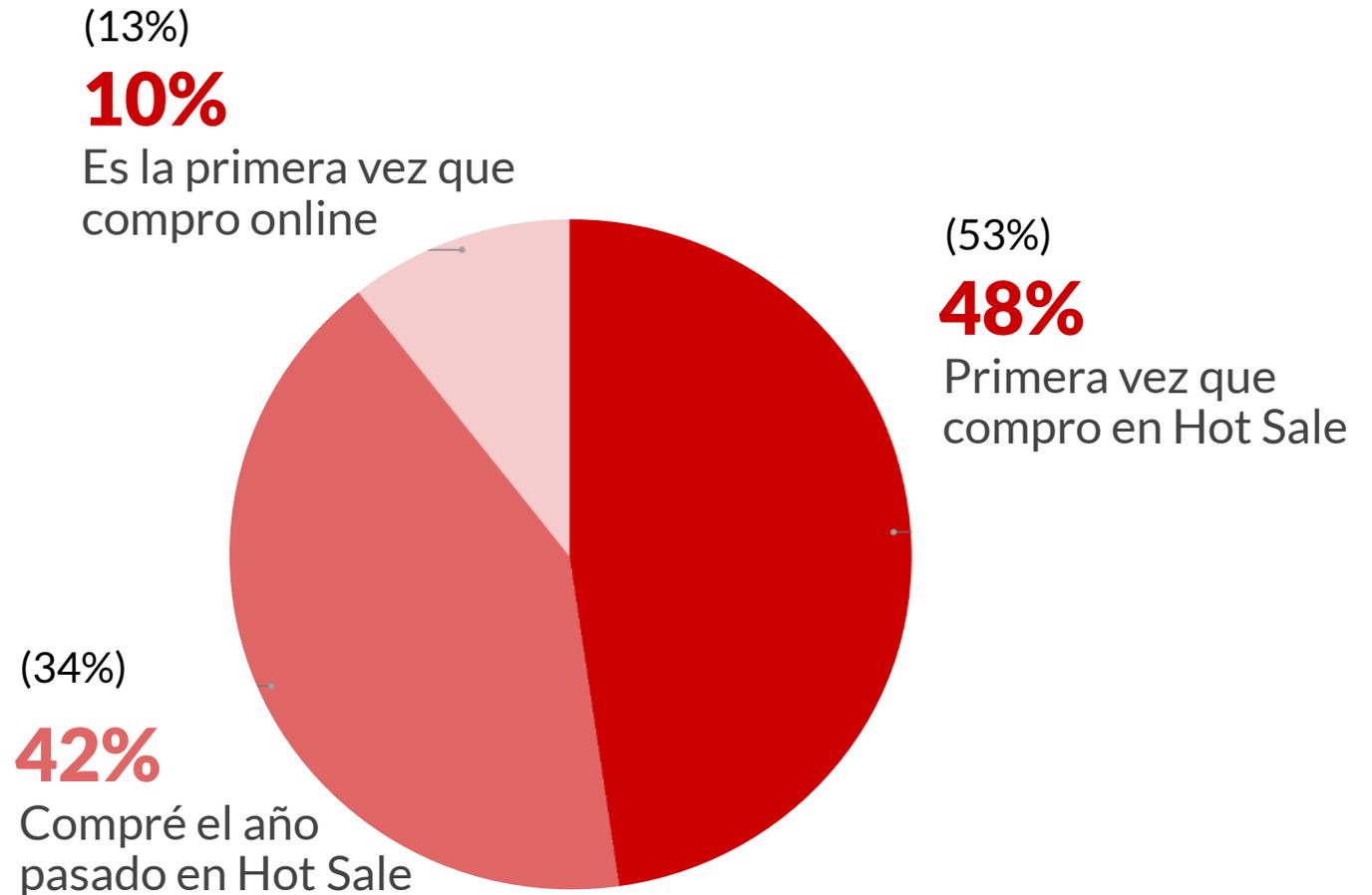
# DISTRIBUCIÓN DE BÚSQUEDAS DURANTE HOT SALE 2019

Los términos genéricos de Hot Sale crecieron por encima de *Retailers* y *Categorías*.



# EXPERIENCIA COMPRANDO EN HOT SALE

Hot Sale impulsa el ecosistema del e-commerce ya que 10% de los compradores es la primera vez que compran online. Por otro lado, comienza a crecer la proporción de compradores recurrentes de la campaña.





# PERFORMANCE SITIO WEB HOT SALE

Visitas  
Alcance  
Click-outs



# HIGHLIGHTS SITIO HOT SALE

**3,737M**

impresiones  
2.26x vs 2018

**15M +190%**

más visitas vs 2018

**5:56**

minutos  
1.86x vs 2018

**93%**

más páginas  
vistas

**18%**

más sesiones  
por usuario



# AMVO

ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTA ONLINE



## GRACIAS.

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

Para mayor información sobre el reporte:

Daniela Orozco  
Research Manager AMVO

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

Con la colaboración de:







