

webinarsamvo



Reporte Intención de Compra

HOT SALE 2020

Mayo 8



ACERCA DE

La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) es una organización civil sin fines de lucro constituida en 2014 con el propósito de apoyar e impulsar el desarrollo del Comercio Electrónico en México.

Ya contamos con más de **360** empresas mexicanas e internacionales, de todos los sectores (retail, moda, seguros, viajes, bancos, fondos de inversión...), de todos tipos (start-ups, pure players, bricks y también agencias), que buscan desarrollar su comercio electrónico y beneficiar de las mejores prácticas de la industria.

www.amvo.org.mx/estudios/



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.



ACCESO A NUESTROS ESTUDIOS

P

VERSIÓN PÚBLICA

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

A

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.

EP

VERSIÓN PARTICIPANTES

Generamos información específica y de mayor profundidad a aquellas empresas que reportan indicadores dentro de nuestros estudios para entender la perspectiva de los comercios sobre la venta en línea.



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

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



CONTENIDO

Descripción del Estudio

- Metodología
- Glosario de Categorías
- Perfil demográfico del comprador

Comportamiento durante COVID-19

- Nivel de aislamiento durante COVID-19
- Comportamiento actual del comprador online durante COVID-19

Compra

- Perfil del Comprador Hot Sale
- Notoriedad espontánea
- Principales razones de compra online
- Razones de compra online
- Razones para no comprar por Internet
- Comportamiento de compra a futuro
- intención de compra por categorías durante Hot Sale
- Presupuesto planeado de compra durante Hot Sale
- Métodos de pago
- Percepción de seguridad



RESUMEN EJECUTIVO

Comportamiento durante COVID-19

6 de cada 10 compradores HOT SALE están participando activamente en el aislamiento social, los que llegan a salir de casa lo hacen para salir a trabajar tomando en cuenta las medidas de prevención.

7 de cada 10 compradores HOT SALE quieren aprovechar más las ofertas y descuentos que antes, ya que están teniendo mayor cuidado con su dinero. Muestran un incremento de hábitos de navegación y compra en línea gracias a este periodo en casa, además de un interés por apoyar pequeños negocios.

Intención de Compra durante HOT SALE 2020

7 de cada 10 compradores en línea están pensando comprar durante HOT SALE 2020. El perfil del comprador HOT SALE resalta por incrementar su afinidad por el segmento masculino, entre 25 y 34 años, ganado fuerza a otras regiones fuera de la CDMX.

HOT SALE se posiciona como una campaña en donde se puede encontrar **más promociones y descuentos**, seguido de la capacidad de **comparar precios y variedad**. El rol de las facilidades de pago y beneficios adicionales son muy importantes para el comprador. Sigue latente la preocupación de exponerse al salir de casa.

HOT SALE se posiciona como una campaña en donde se puede encontrar **más promociones y descuentos**, seguido de la capacidad de **comparar precios y variedad**. El rol de las facilidades de pago y beneficios adicionales son muy importantes para el comprador.

Las preocupaciones más latentes para no comprar durante HOT SALE 2020 se concentran en la **incertidumbre de ingresos y falta de presupuesto**. La **falta de ofertas y descuentos atractivos y altos costos de envío** son otras razones.

Los artículos **electrónicos** y relacionados con **ropa**, así como **juguetes y videojuegos**, quien gana terreno este año, son las categorías con mayor interés para este HOT SALE 2020. Categorías como **alimentos** y **cursos educativos** ganan interés en esta edición.

Los principales métodos de pago en línea como la **tarjeta digital bancaria** y las **eWallets** siguen ganando relevancia en la mente del comprador HOT SALE, quien planea utilizar **tarjeta de crédito** principalmente para esta edición.

El presupuesto planeado para HOT SALE 2020 se mantiene estable a pesar de la cuarentena. **4 de cada 10 compradores HOT SALE** piensa gastar entre \$1,000 y \$5,000 pesos.

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: 2,355 encuestas respondidas

Levantamiento: 22 al 25 Abril 2020

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

Alimentos *(perecederos y no perecederos)*

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

Bebidas alcohólicas

Belleza y cuidado personal

Celulares

Cursos educativos *(colegiaturas, cursos, diplomados, talleres, etc.)*

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

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

Electrónicos *(pantallas de TV, cámaras, equipo de cómputo, bocinas, sistemas de audio, etc.)*

Herramientas *(equipo especial)*

Hospedaje *(hoteles, hostales, hospedaje alternativo, etc.)*

*Para cuando se libere la cuarentena

Infantil *(artículos para niños, ropa para bebé, etc.)*

Instrumentos musicales

Juguetes y videojuegos *(consolas, videojuegos, controles, etc.)*

Libros, discos y revistas *(en físico)*

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

Media y contenidos digitales *(servicios de suscripción, descarga de películas, series, música, e-books, etc.)*

Moda *(ropa, calzado, accesorios, lentes, sombreros, artículos de lujo)*

Muebles & Hogar *(artículos de decoración, colchones, jardinería, etc.)*

Salud *(medicamentos de uso libre, tratamientos, pruebas de sangre, etc.)*

Servicios financieros *(seguro de vida, seguro para el hogar, fondos de inversión, etc.)*

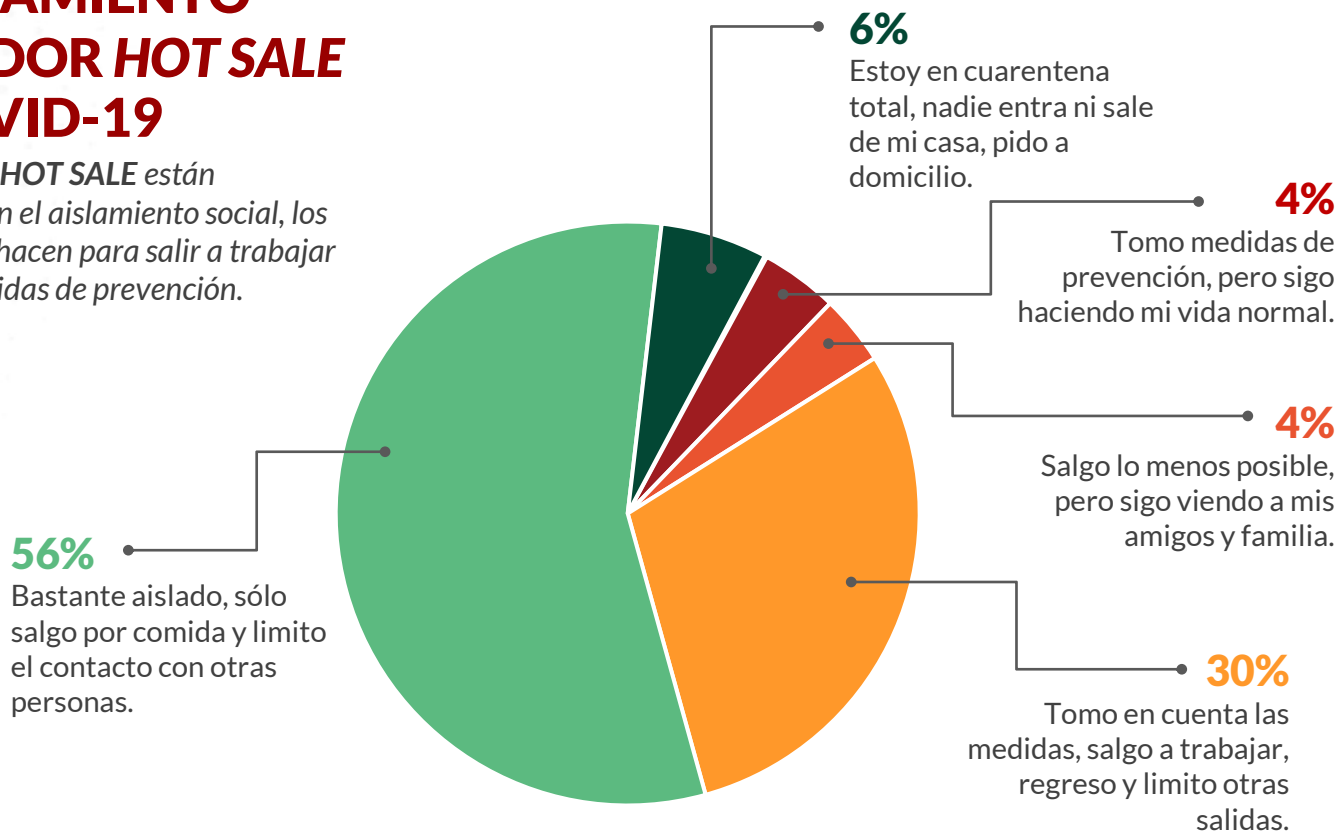
Telecomunicaciones *(plan de renta, recargas, servicio de roaming, etc.)*

Viajes y transporte *(boletos avión, boletos autobús foráneo, paquetes turísticos, etc.)* *Para cuando se libere la cuarentena



NIVEL DE AISLAMIENTO DEL COMPRADOR HOT SALE DURANTE COVID-19

6 de cada 10 compradores HOT SALE están participando activamente en el aislamiento social, los que llegan a salir de casa lo hacen para salir a trabajar tomando en cuenta las medidas de prevención.

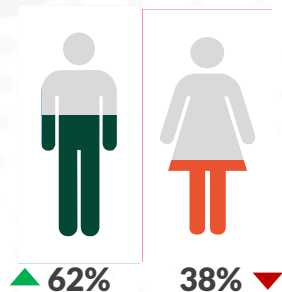


7 de cada 10
compradores en línea
están pensando en comprar
algún producto o servicio durante
Hot Sale 2020

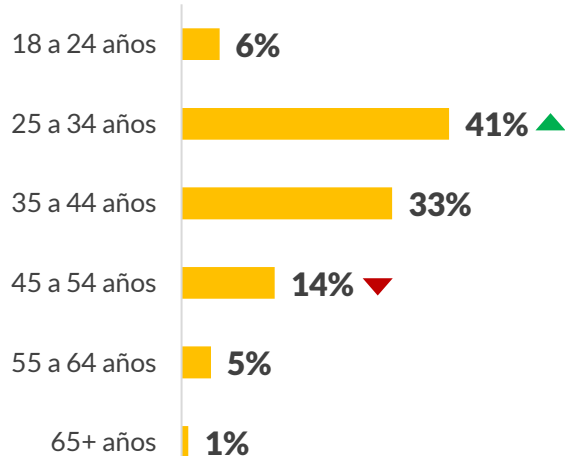
PERFIL DEMOGRÁFICO DEL COMPRADOR *HOT SALE*

El comprador *HOT SALE* resalta por incrementar su afinidad por el segmento masculino, entre 25 y 34 años, ganado fuerza a otras regiones fuera de la CDMX.

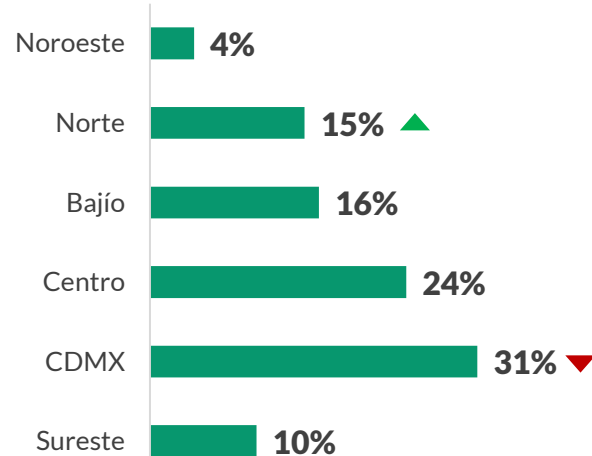
Género



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: 2,355. *Áreas Nielsen.

▲ Diferencias Significativas vs Reporte de Intención de compra 2019
▼

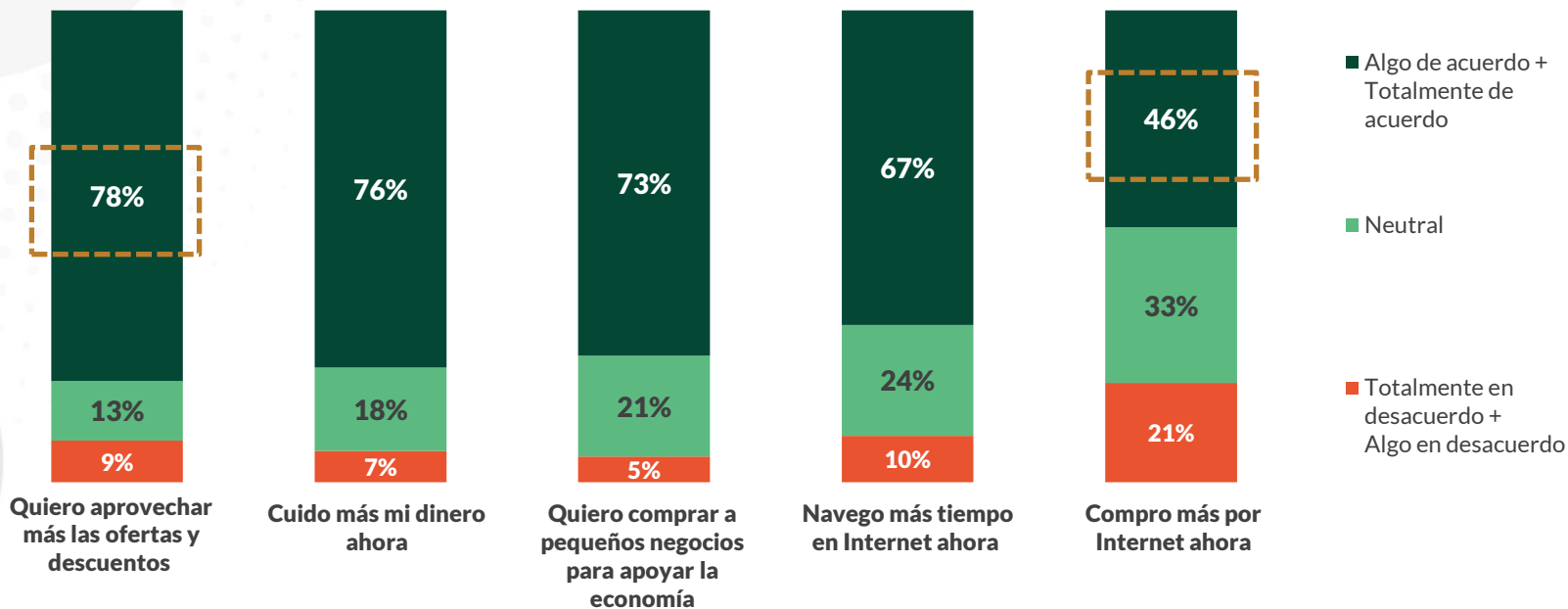
HS | **HOT SALE**

8 de cada 10

Compradores HOT SALE quieren
aprovechar más las ofertas y
descuentos

COMPORTAMIENTO ACTUAL DEL COMPADOR HOT SALE EN TIEMPOS DE COVID-19

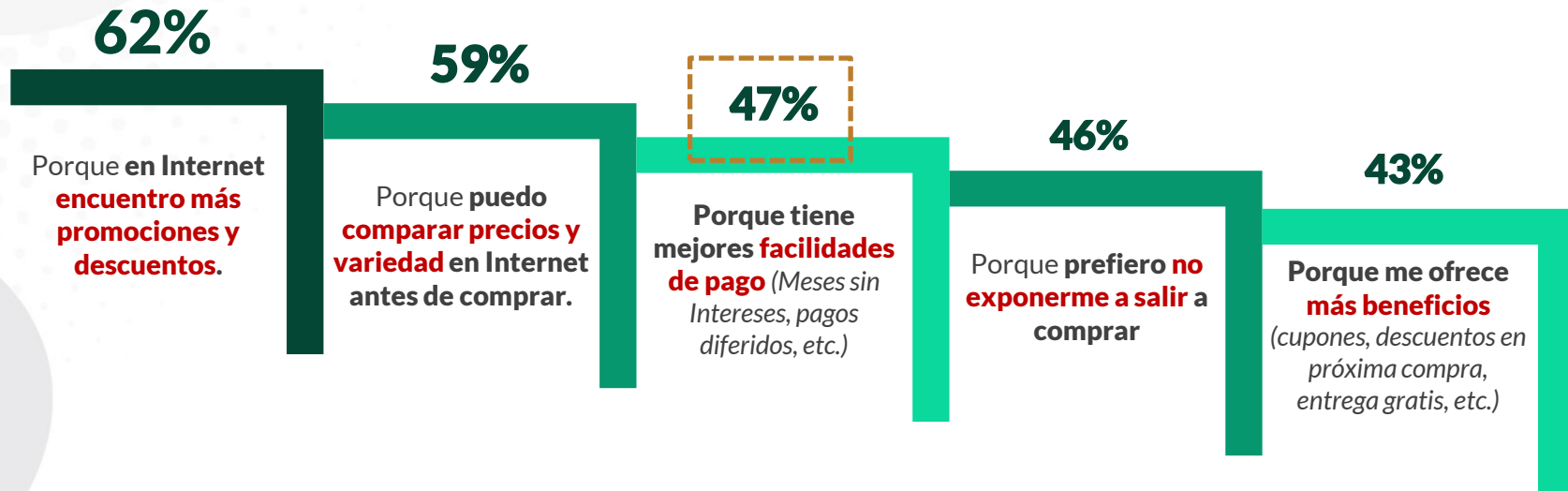
7 de cada 10 compradores HOT SALE quieren aprovechar más las ofertas y descuentos que antes, ya que están teniendo mayor cuidado con su dinero. Muestran un incremento de hábitos de navegación y compra en línea gracias a este periodo en casa, además de un interés por apoyar pequeños negocios.



P. Pensando en antes de la cuarentena y ahora, ¿qué tan de acuerdo estás con los siguientes enunciados?
Base Comprador: 1,330

PRINCIPALES RAZONES DE COMPRA ONLINE DURANTE HOT SALE 2020

HOT SALE se posiciona como una campaña en donde se puede encontrar **más promociones y descuentos**, seguido de la capacidad de **comparar precios y variedad**. El rol de las facilidades de pago y beneficios adicionales son muy importantes para el comprador. Sigue latente la preocupación de exponerse al salir de casa.



P. Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios por Internet para alguna de las temporalidades mencionadas. Por favor selecciona las razones por las que piensas comprar por Internet durante estas temporalidades. Base Comprador: 1,650



RAZONES DE COMPRA ONLINE DURANTE HOT SALE 2020

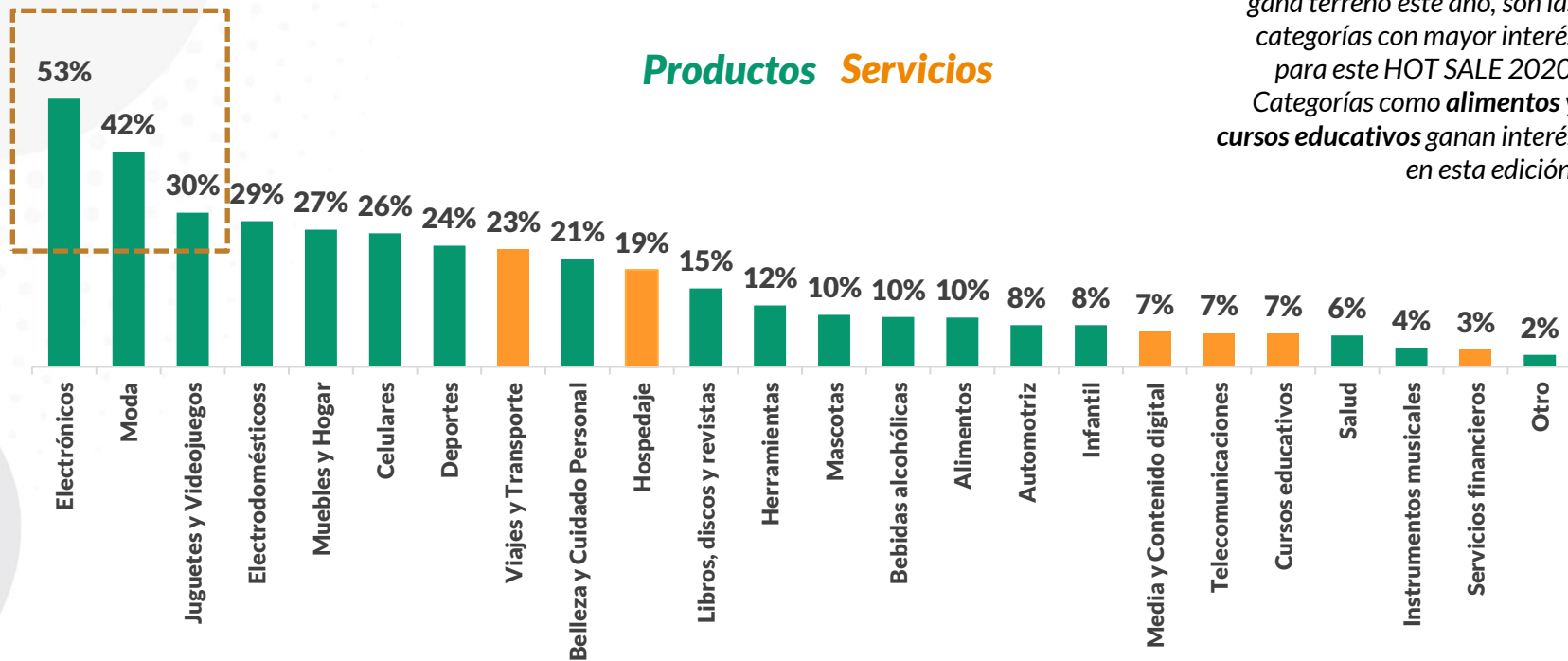
*HOT SALE se posiciona como una campaña en donde se puede encontrar **más promociones y descuentos**, seguido de la capacidad de **comparar precios y variedad**. El rol de las facilidades de pago y beneficios adicionales son muy importantes para el comprador.*



P. Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios por Internet para alguna de las temporalidades mencionadas. Por favor selecciona las razones por las que piensas comprar por Internet durante estas temporalidades. Base Comprador: 1,650

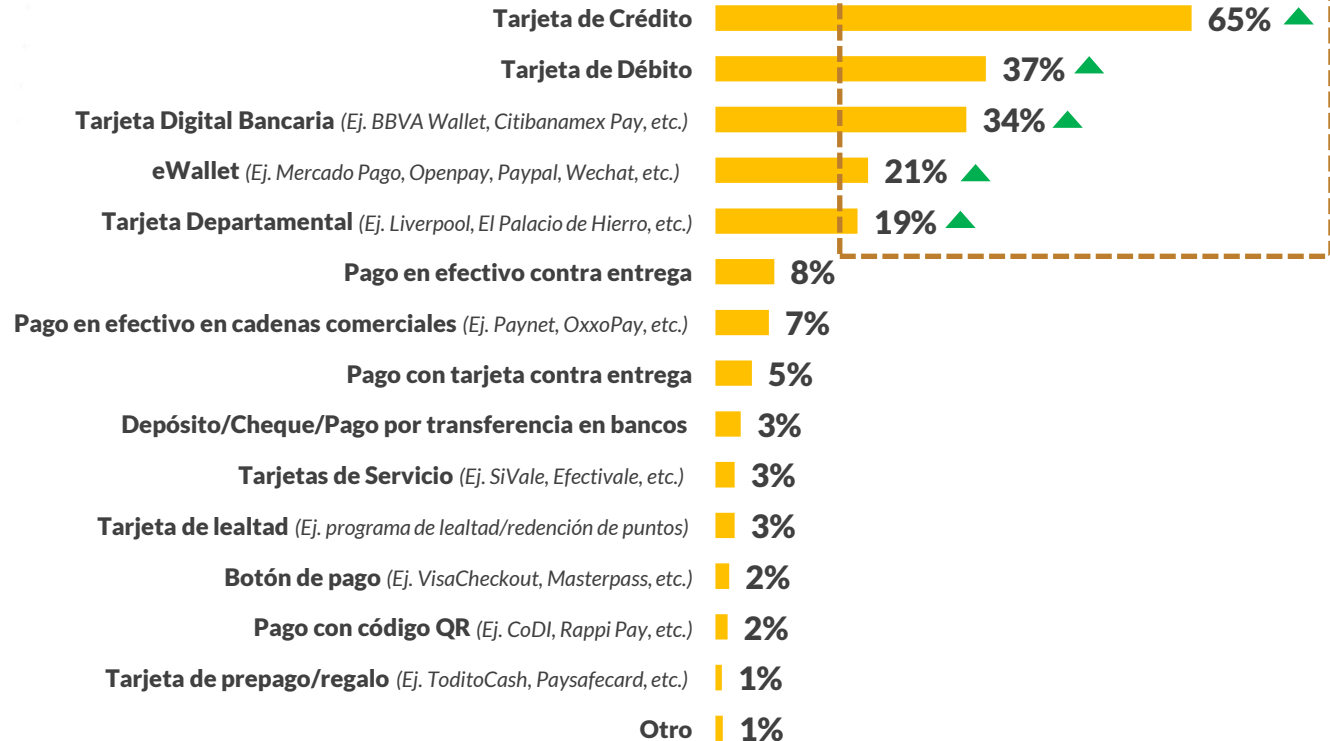
INTENCIÓN DE COMPRA ONLINE POR CATEGORÍAS DURANTE HOT SALE 2020

Los artículos **electrónicos** y relacionados con **ropa**, así como **juguetes** y **videojuegos**, quien gana terreno este año, son las categorías con mayor interés para este HOT SALE 2020. Categorías como **alimentos** y **cursos educativos** ganan interés en esta edición.



MÉTODOS DE PAGO DURANTE HOT SALE 2020

Los principales métodos de pago en línea como la **tarjeta digital bancaria** y las **eWallets** siguen ganando relevancia en la mente del comprador HOT SALE, quien planea utilizar **tarjeta de crédito** principalmente para esta edición.

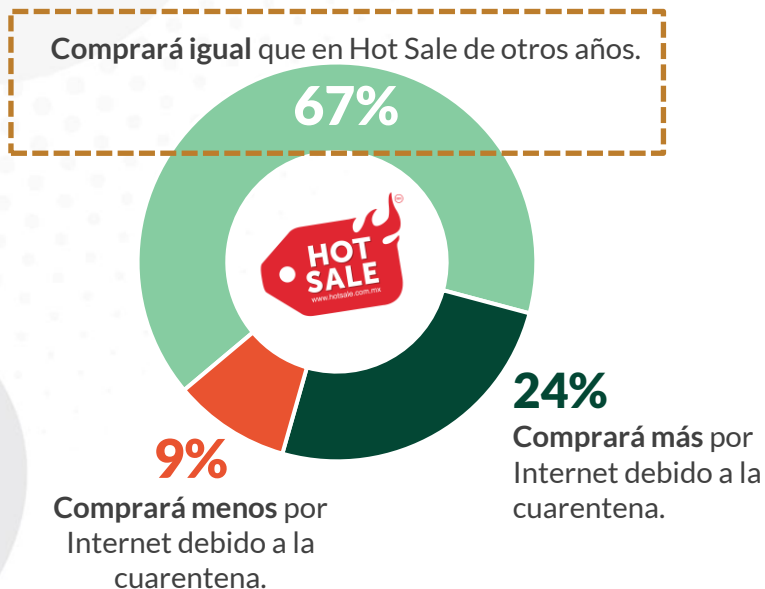


P. ¿Cuál es el método de pago que piensas utilizar para tus compras por Internet durante HOT SALE? Base Comprador: 1,392

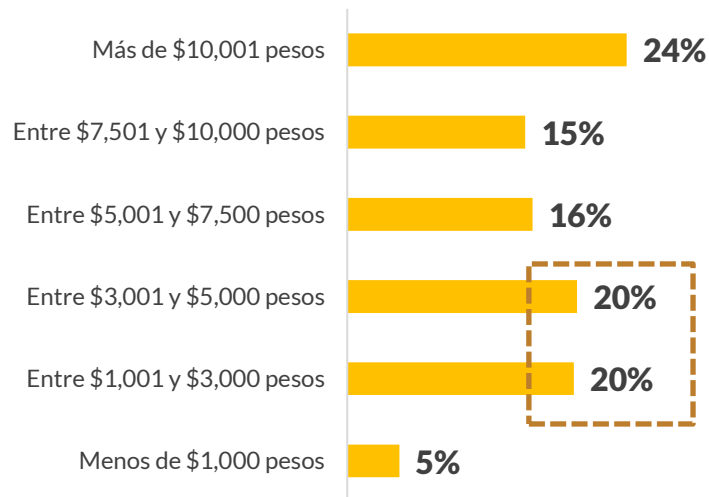
▲ Diferencias Significativas vs Reporte de intención de compra 2019

COMPORTAMIENTO DE COMPRA A FUTURO Y PRESUPUESTO PLANEADO

El presupuesto planeado para HOT SALE 2020 se mantiene estable a pesar de la cuarentena. 4 de cada 10 compradores HOT SALE piensa gastar entre \$1,000 y \$5,000 pesos.



PRESUPUESTO PENSADO GASTAR DURANTE HOT SALE 2020



P. ¿Qué opción describe mejor tus compras por Internet durante HOT SALE? / P. ¿Cuál es el presupuesto que tienes pensado gastar en Internet para Hot Sale (Del 22 de mayo al 1 de junio)? Base Comprador: 1,434

webinarsamvo



Reporte Intención de Compra

HOT SALE 2020

Mayo 8