



asociación mexicana
de venta online

Reporte Intención de compra

EL BUEN FIN 2020

Versión Pública

Octubre 2020

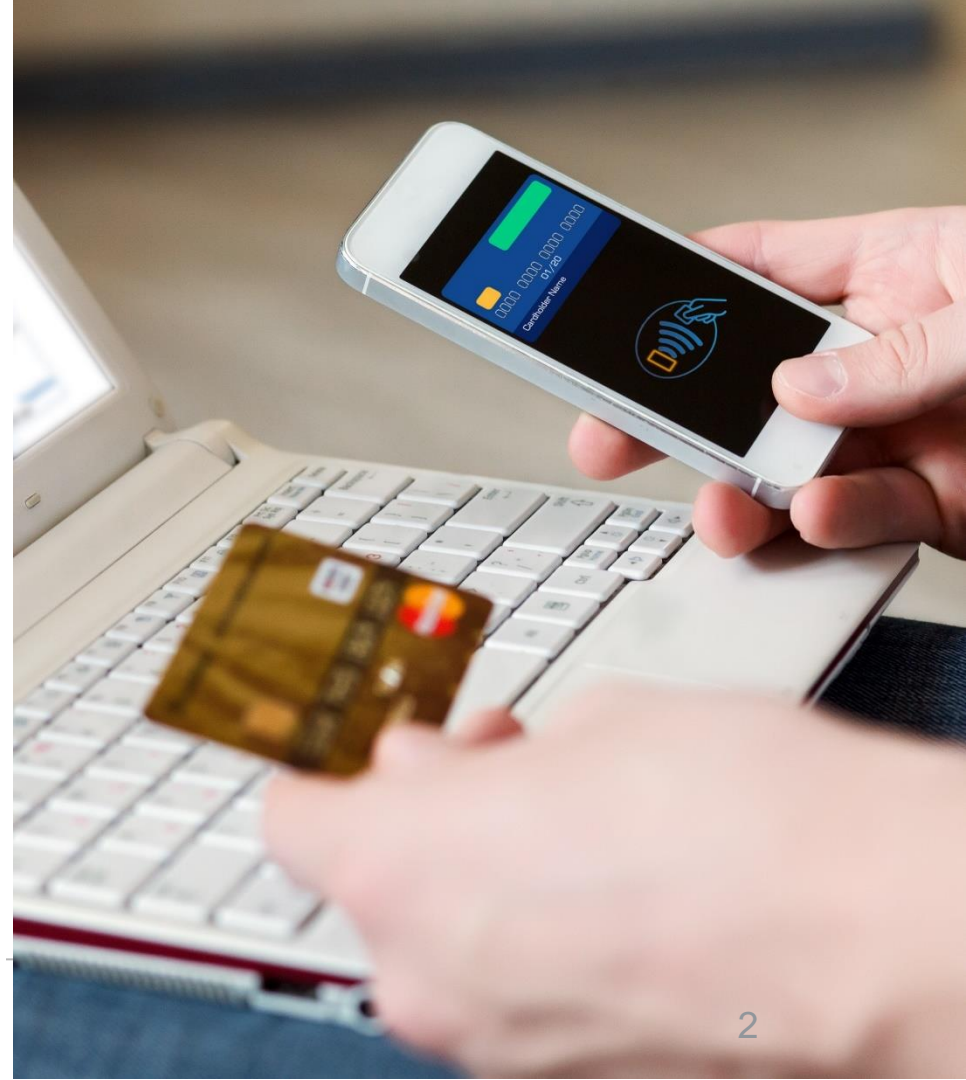


ACERCA DE



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 **400** 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/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



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.

Resumen Ejecutivo

Sin duda el nuevo contexto pandémico ha generado drásticos cambios en los consumidores y su interacción con el canal digital. El interés en la campaña sigue siendo fuerte, donde **7 de cada 10 compradores** online está pensando comprar algún producto o servicio durante El Buen Fin 2020. A nivel regional, los estados del Bajío presentan un mayor interés sobre el promedio nacional.

El canal digital será crucial en esta edición, pues **41%** de los interesados en la campaña piensa elegir **únicamente el canal online** durante esta edición de la campaña, resalta la región Norte por tener mayor preferencia de compra omnicanal.

La campaña se considera un momento para aprovechar ofertas y promociones por Para una tercera parte de los interesados en la campaña, ésta será la primera vez que comprarán en línea durante Buen Fin 2020, principalmente para **evitar aglomeraciones en tiendas físicas** y **evitar el riesgo de contagio**, aunque de manera general piensan participar en la campaña debido a que quieren **aprovechar los descuentos y promociones** en ese momento y donde pueden encontrar una **gran variedad de productos y servicios**.

El 53% de los interesados en comprar productos o servicios durante El Buen Fin consultarán **sitios multi-categoría** o directamente en el **sitio o app de la tienda o marca** que están interesados. Resalta el rol de las **redes sociales** y **el propio sitio de El Buen Fin** como fuentes de información más relevantes durante esta edición.

La mitad de los interesados en comprar por Internet durante El Buen Fin 2020 piensan adquirir artículos **Electrónicos** y de **Moda**. Por otro lado, resalta el interés por comprar en línea artículos de mayor formato como **Electrodomésticos** y **Muebles & decoración del hogar** durante esta edición.

Por otro lado, tanto las categorías enfocadas en **Belleza y Cuidado personal** como en Apparel (considerando **Moda** y **Deportes**), son las más regularmente adquiridas por canales digitales en general.

Durante esta edición de la campaña, destaca el mayor interés por pagar por Internet a través de **tarjeta de crédito**, así como el aumento en relevancia de las **eWallets y tarjetas departamentales** en comparación con ediciones anteriores de El Buen Fin.

La mitad de los encuestados declaran que gastarán más en el canal digital, donde **2 de cada 10** piensa gastar más de **\$10,000 pesos**, lo que demuestra la confianza que se está generando en el canal online, donde **8 de cada 10 consumidores se siente seguro** al comprar por Internet durante la campaña.



METODOLOGÍA

El levantamiento de información fue 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: 1,752 encuestas respondidas a compradores online entre 18 y 64 años de edad.

Levantamiento: 8 al 11 de Septiembre 2020.

Representatividad: Nacional. Áreas Nielsen.

Zona Bajío 16%

Aguascalientes, Jalisco, Guanajuato, Colima, Michoacán.

Zona Centro 25%

Hidalgo, Querétaro, Morelos, Estado de México, Tlaxcala, Puebla, Guerrero.

Zona Sureste 12%

Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Veracruz, Oaxaca, Tabasco.

Zona Noreste 6%

Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit.

























Zona Norte 13%

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

CDMX 30%



DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS

-  Alimentos (*frescos o enlatados*)
-  Automotriz (*autos, autopartes, etc.*)
-  Bebés (*ropa, cuidado del bebé, artículos para bebé*)
-  Bebidas (*alcohólicas, no alcohólicas*)
-  Belleza y Cuidado Personal
-  Celulares
-  Contenido Digital y Suscripciones (*Suscripciones, descarga de música, películas, etc.*)
-  Cursos educativos (*colegiaturas, cursos, diplomados, talleres, etc.*)
-  Deportes (*artículos deportivos, equipo especial, etc.*)
-  Electrónicos (*Pantallas TV, teatro en casa, cámaras, Blue Ray, etc.*)
-  Electrodomésticos (*refrigeradores, lavadoras, hornos, licuadoras, etc.*)
-  Entretenimiento (*boletos para eventos*)
-  Hospedaje (*hotel, B&B, hostel, hospedaje alternativo*)
-  Herramientas (*equipo especial*)
-  Instrumentos musicales
-  Juguetes
-  Consolas y Videojuegos
-  Medicinas
-  Discos, libros y revistas
-  Moda (*ropa, accesorios y calzado*)
-  Muebles y Decoración del hogar
-  Productos para mascotas (*alimento para mascotas, productos de aseo, accesorios, etc.*)
-  Viajes y Transporte (*boletos de avión, autobús, auto, etc.*)
-  Servicios financieros (*seguro de vida, seguro para el hogar, fondos de inversión, etc.*)

7 de cada 10 compradores online

están pensando en adquirir algún
producto o servicio durante
El Buen Fin 2020



asociación mexicana
de venta online



Probabilidad de compra por región

72% de los compradores están pensando en comprar algún producto o servicio durante El Buen Fin 2020



La Región Bajío resalta del promedio nacional en su interés en participar en la campaña este año. Las regiones con menor interés en participar resaltan Zona Norte y CDMX.

	Zona Noreste*	Zona Norte	Zona Bajío	Zona Centro	Zona CDMX	Zona Sureste	Nivel Nacional
T2B = Muy probable + Algo probable	67%	69%	77%	73%	70%	73%	72%
B2B = Nada probable + Poco probable	18%	21%	13%	20%	21%	18%	19%
Score Neto (T2B - B2B)	49%	48%	64%	53%	49%	55%	53%

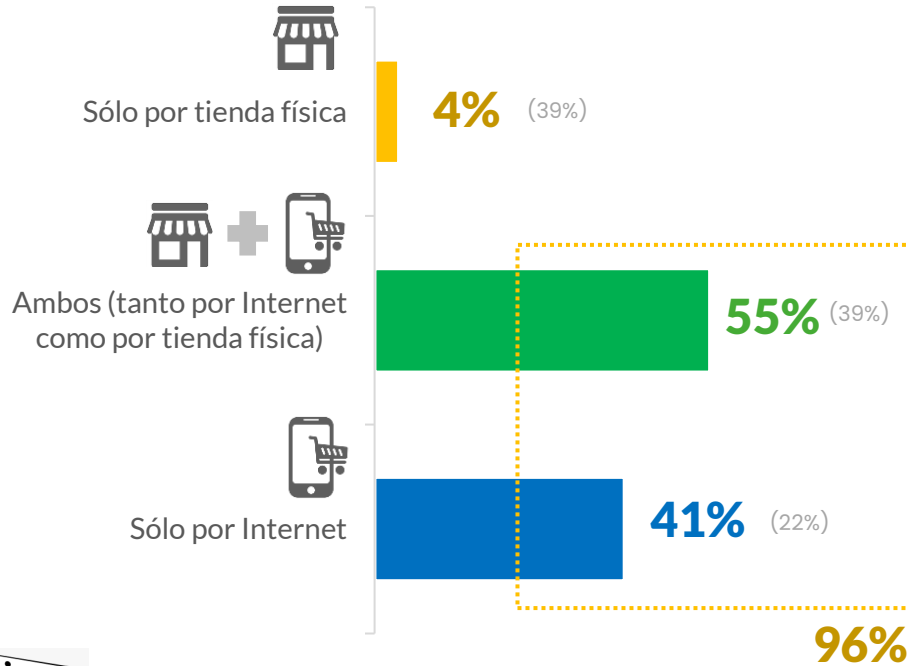


P. ¿Qué tan probable es que compres productos y/o servicios durante El Buen Fin 2020? Base Total = 1,678, Base Noroeste = 97, Base Norte = 217, Base Bajío = 266, Base Centro = 428, Base CDMX = 508, Base Sureste = 198. * Base insuficiente menor a 100 casos.



4 de cada 10
potenciales compradores
de El Buen Fin 2020 piensan
comprar **sólo por Internet**

El interés por la compra omnicanal durante El Buen Fin 2020

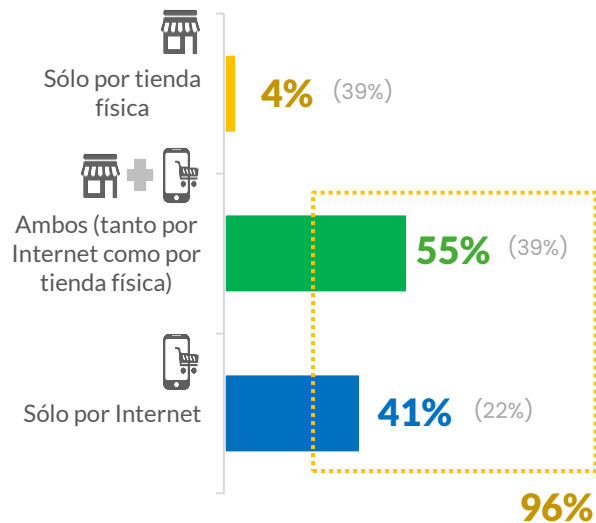


9 de cada 10 compradores piensan adquirir productos o servicios combinando el canal físico y el canal digital durante El Buen Fin 2020.

A diferencia de otras ediciones, el interés por únicamente comprar en línea incrementa dado el contexto pandémico.



El interés por la compra omnicanal durante El Buen Fin 2020



Siendo una tendencia el interés de comprar combinando canales físicos y digitales a nivel nacional. La región Norte muestra tener el mayor interés de combinar ambos canales.

	Zona Noreste*	Zona Norte	Zona Bajío	Zona Centro	Zona CDMX	Zona Sureste	Nivel Nacional
Comprador sólo por Internet	47%	34%	40%	39%	45%	44%	41%
Comprador Ambos (tanto por Internet como por tienda física)	47%	60%	57%	58%	50%	55%	55%
Comprador Offline	6%	6%	3%	4%	5%	2%	4%
Comprador Omnichannel	94%	94%	97%	96%	95%	98%	96%



P. ¿Qué tan probable es que compres productos y/o servicios durante El Buen Fin 2020? Base Total = 1,678. , Base Noroeste = 97, Base Norte = 217, Base Bajío = 266, Base Centro = 428, Base CDMX = 508, Base Sureste = 198. * Base insuficiente menor a 100 casos.



asociación mexicana
de venta online



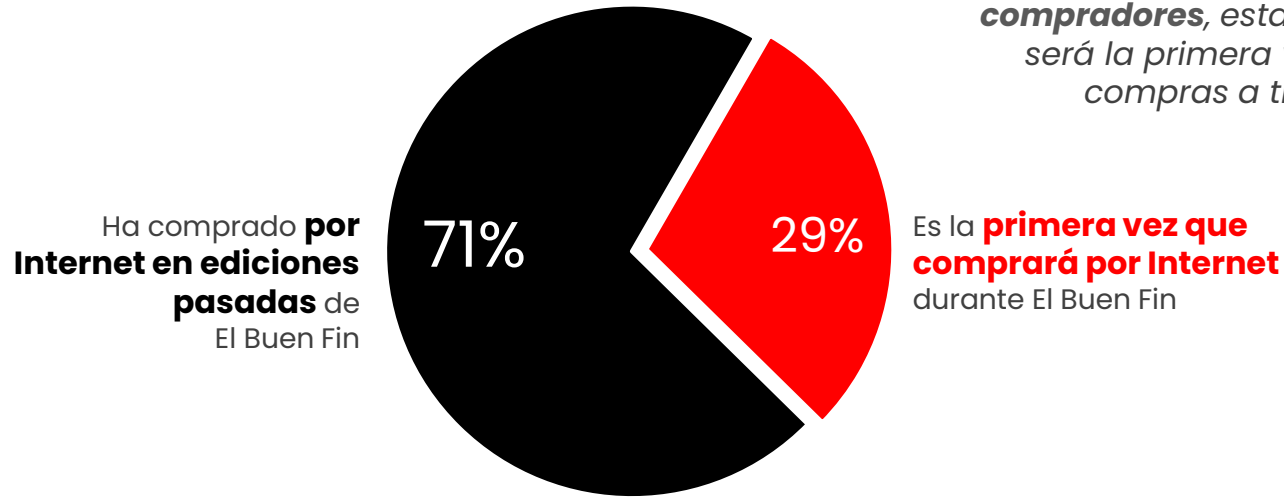
3 de cada 10

potenciales compradores

será la primera vez que adquieran
sus compras a través del canal digital

Nuevos compradores y compradores recurrentes del canal digital durante El Buen Fin 2020

Para 3 de cada 10 potenciales compradores, esta edición de El Buen Fin será la primera vez que adquieran sus compras a través del canal digital.



P. ¿Qué opción describe mejor tus planes de compras por Internet durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020)? Base Comprador = 1,027

Razones para comprar durante El Buen Fin 2020

En General

- 74% Para aprovechar **descuentos y promociones** en ese momento.
- 42% Tiene **mejores promociones y descuentos** que en otras campañas de descuentos que ocurren en el año.
- 29% Porque El Buen Fin ofrece una amplia **variedad de productos y servicios**.
- 25% Compraré durante El Buen Fin porque **he planeado o ahorrado** para adquirir lo que quiero durante esta campaña.
- 22% Puedo comprar varios artículos haciendo **rendir mucho mi dinero**
- 11% La campaña se acomoda **justo cuando necesito mis compras**.
- 6% Porque **no pude comprar en otras campañas** del año.
- 2% Otros (*para aprovechar los meses sin intereses, tendré dinero disponible para esa fecha*).

Por Internet

- 51% Porque puedo **comparar precios y variedad en Internet** antes de comprar.
- 51% Compraré por Internet para **evitar aglomeraciones** en la tienda física.
- 45% Porque prefiero **no exponerme a salir a comprar**.
- 37% Las tiendas **en línea ofrecen mejores descuentos u ofertas** que en la tienda física.
- 33% Porque tiene **mejores facilidades de pago** (Meses sin intereses, pagos diferidos, etc.).
- 32% Porque actualmente encuentro **más variedad de productos que en tiendas físicas**.
- 32% Porque puedo **pagar de diversas formas** por Internet.
- 30% Porque me **ofrece más beneficios** (cupones, descuentos en próxima compra, entrega gratis, etc.)



P. Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020), por favor selecciona las razones por las que piensas comprar durante esta campaña. Base Comprador = 1,202 / Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020), por favor selecciona las razones. Base Comprador Omnichannel = 1,154

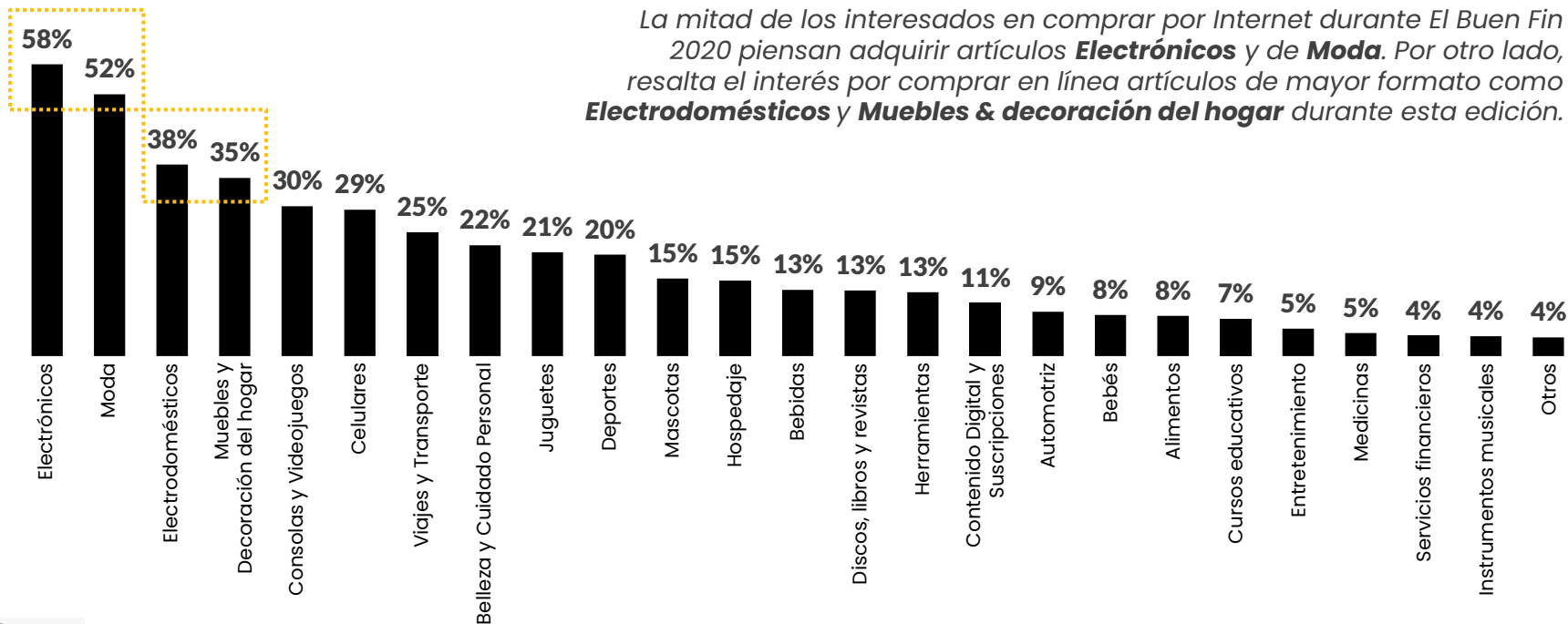
Fuentes de información para decidir qué comprar durante El Buen Fin 2020

La mitad de los interesados en comprar productos o servicios durante El Buen Fin consultarán **sitios multi-categoría** o directamente en el **sitio o app de la tienda o marca** que están interesados. Resalta el rol de las **redes sociales** y el **propio sitio de El Buen Fin** como fuentes de información más relevantes durante esta edición.



P. ¿Cuáles son los medios informativos que piensas consultar para concretar la compra de productos y/o servicios durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020)? Base Comprador = 1,202

Intención de compra online por categorías

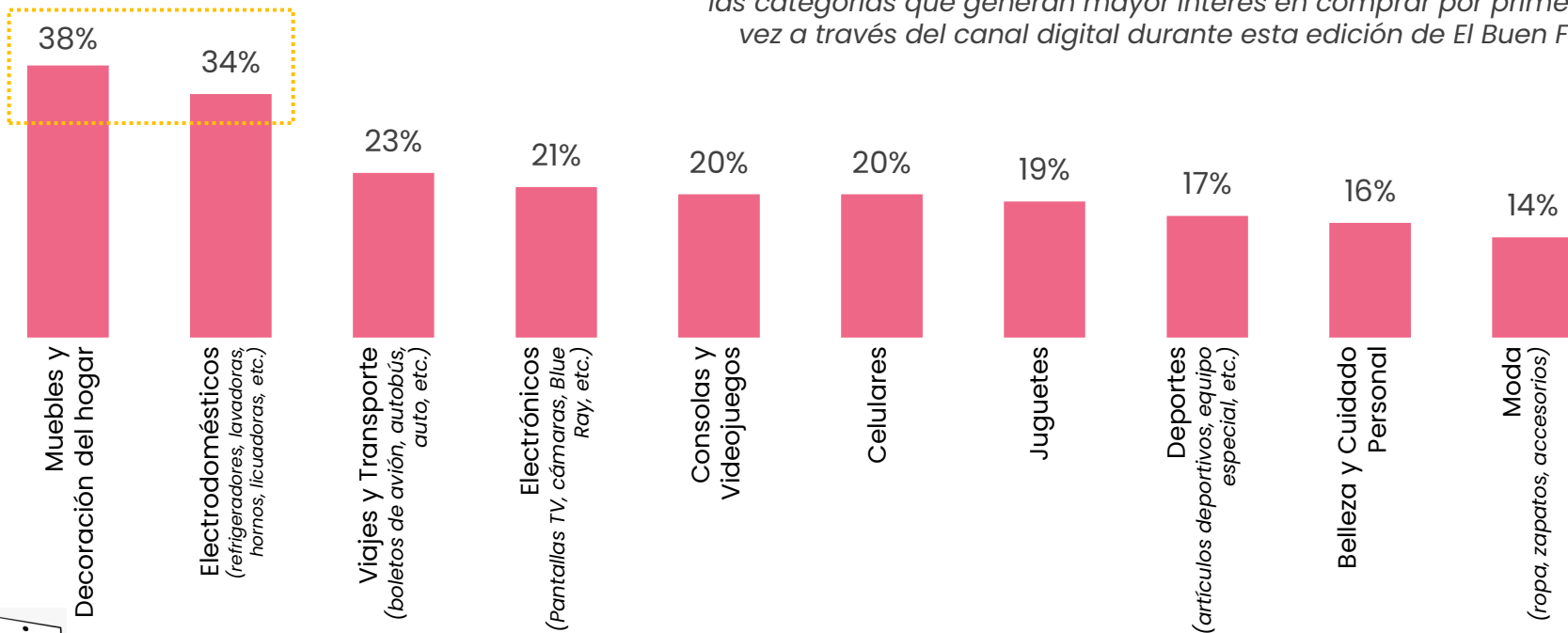


P. Debido a que indicaste que comprarás productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020), te pedimos que nos indiques lo que piensas adquirir. Base Comprador Omnichannel = 1,027

Categorías con mayor intención de compra

Por primera vez por Internet

Tanto **Muebles & Decoración del Hogar**, como **Electrodomésticos** son las categorías que generan mayor interés en comprar por primera vez a través del canal digital durante esta edición de El Buen Fin.

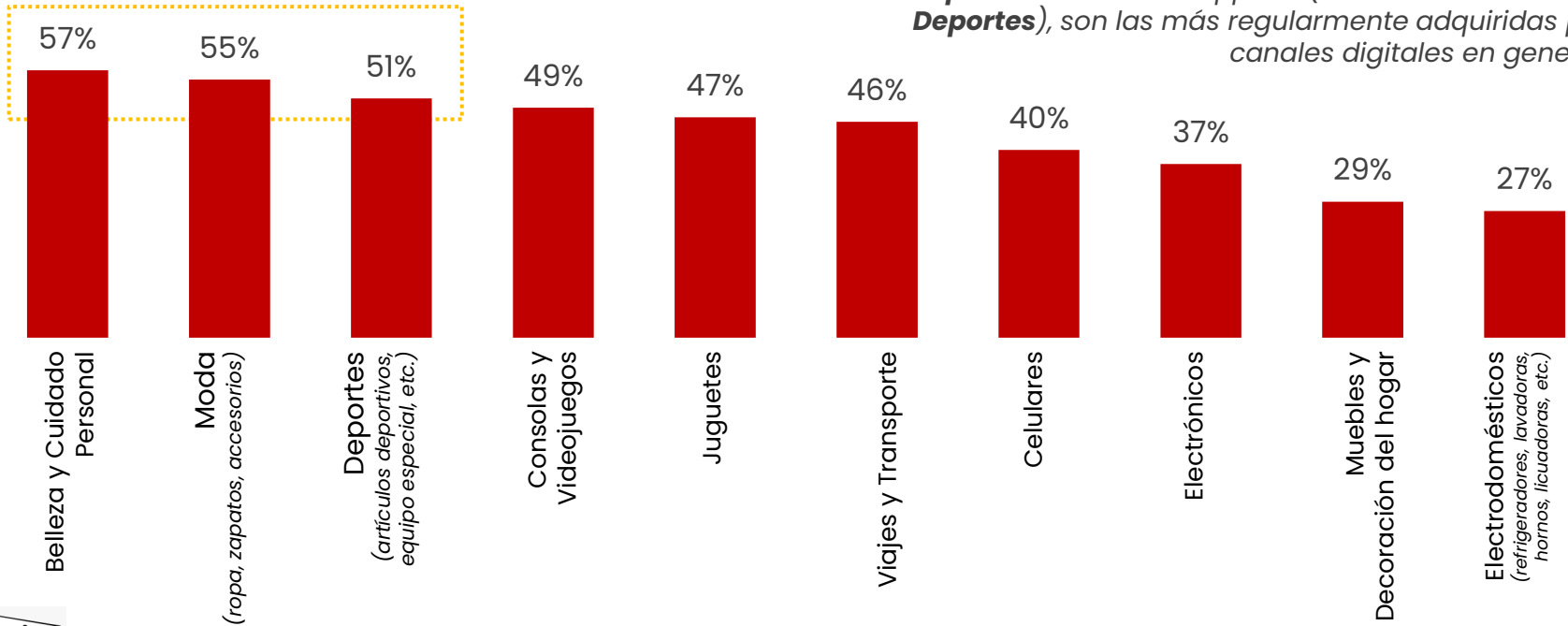


P. Indicaste que comprarás los siguientes productos y/o servicios durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020), selecciona la opción que mejor refleje tu forma de comprarlos. Base Comprador Omnichannel = 1,027. Categorías con base representativa mayor a 200 casos.

Categorías con mayor intención de compra

Adquiridas regularmente por Internet

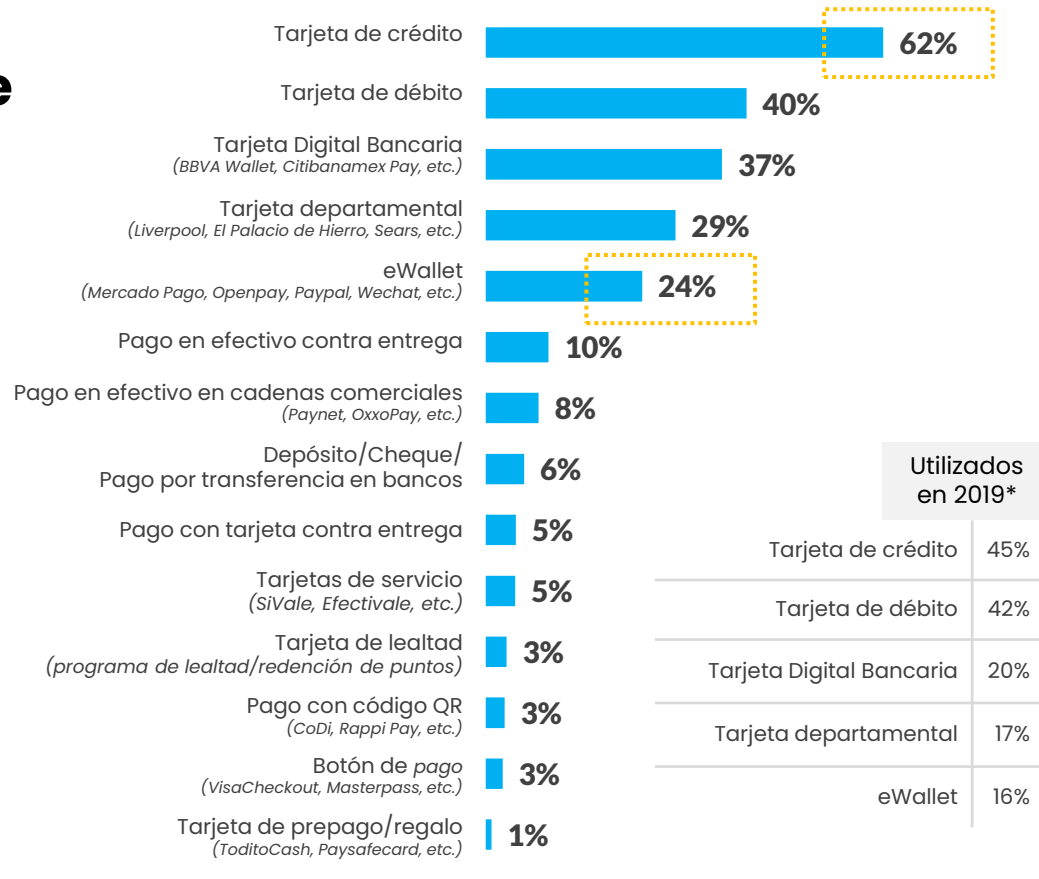
Tanto las categorías enfocadas en **Belleza y Cuidado personal** como en **Apparel** (considerando **Moda y Deportes**), son las más regularmente adquiridas por canales digitales en general.



P. Indicaste que comprarás los siguientes productos y/o servicios durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020), selecciona la opción que mejor refleje tu forma de comprarlos. Base Comprador Omnichannel = 1,027. Categorías con base representativa mayor a 200 casos.

Los métodos de pago online que piensan utilizar los compradores durante El Buen Fin 2020

Durante esta edición de la campaña, destaca el mayor interés por pagar por Internet a través de tarjeta de crédito, así como el aumento en relevancia de las eWallets y tarjetas departamentales en comparación con ediciones anteriores de El Buen Fin.



P. ¿Cuál es el método de pago que piensas utilizar para tus compras por Internet durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre de 2020)? Base Comprador Omnichannel = 1,027. *Fuente: Reporte Resultados El Buen Fin 2019. AMVO & Netquest



asociación mexicana
de venta online

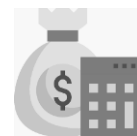
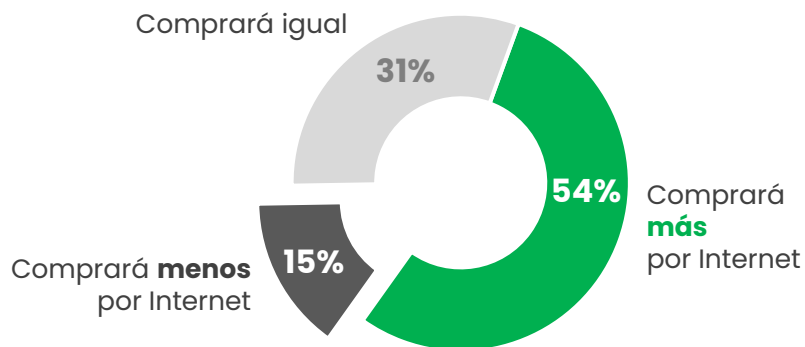


5 de cada 10
potenciales compradores
tienen pensado **gastar más por Internet**
durante esta edición de la campaña

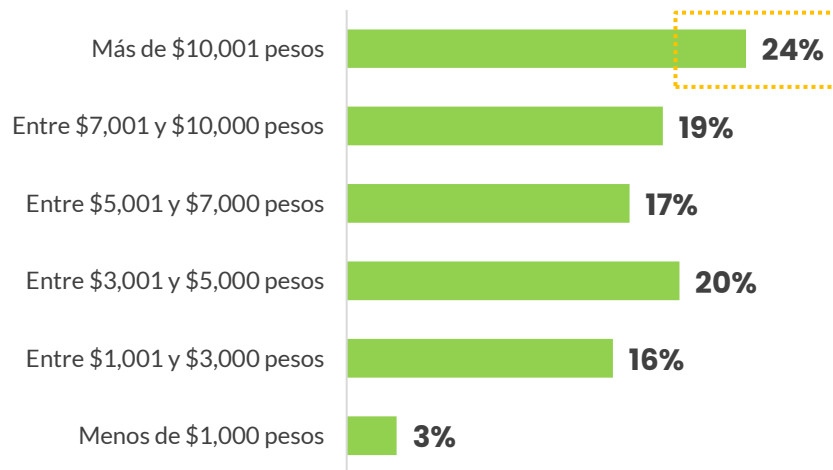
Expectativas de gasto y presupuesto planeado durante El Buen Fin 2020

2 de cada 10 interesados en participar en la campaña planean gastar más de \$10,000 pesos en sus compras por Internet.

5 de cada 10 encuestados declaran que tienen pensado gastar más por Internet durante esta edición de la campaña.



Presupuesto planeado para compras por Internet durante El Buen Fin 2020



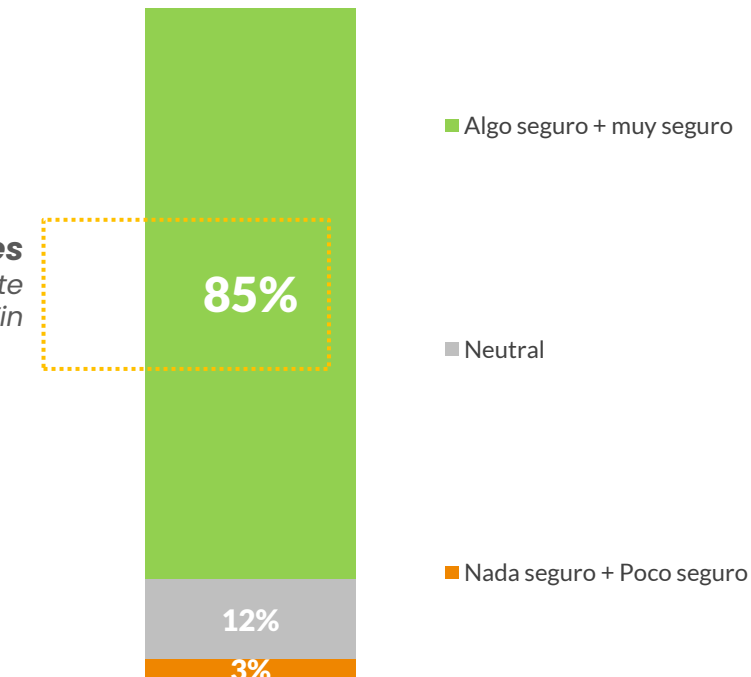
P. ¿Cuál es el presupuesto que tienes pensado gastar por Internet durante El Buen Fin 2020? Base Comprador Omnichannel = 1,002 / ¿Qué opción describe tus compras por Internet durante El Buen Fin (del 9 al 20 de noviembre 2020)? Base Comprador Omnichannel = 941

Percepción de seguridad comprando online durante El Buen Fin 2020

8 de cada 10 potenciales compradores se sienten seguros al comprar por Internet durante Esta edición de El Buen Fin

Percepción de seguridad*	2019
Muy seguro + Algo seguro	73%
Neutral	23%
Nada seguro + Poco seguro	4%

La percepción positiva de la seguridad al comprar en línea va en aumento durante esta edición.





Gracias.

www.amvo.org.mx/publicaciones/



asociación mexicana
de venta online