REPORTE

EXPECTATIVAS DE COMPRA EL BUEN FIN 2021

Versión pública

Octubre 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, Multicategoria, 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, Logistica, Consultoria de ecommerce, Soluciones antifraudes y ciberseguridad, Marketplaces, Abogados Contact centers, Hosting...

EL BUEN FIN 2021

www.amvo.org/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.

HOT SALE | HOT TRAVEL .COM.MX | HOT FASHION .COM.MX | BUEN FIN

EL BUEN FIN 2021

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 clave dentro de nuestros estudios para entender el desempeño de resultados de todo el ecosistema.

ESTUDIOS A LA MEDIDA

CONOCE CUÁL FUE TU DESEMPEÑO EN TUS CATEGORÍAS

- Moda
- Electrónicos y Videojuegos
- Muebles y decoración el hogar
- Electrodomésticos
- Belleza y cuidado personal
- Juguetes

Desde
$200,000 MXN
por categoría*

*Disponible sin necesidad de ser parte de la asociación. Fecha límite para confirmar interés **20 de octubre 2021.**

Mayor información:

estudios@amvo.org.mx

¿Qué incluye este reporte especializado?

1. **Experiencia** del comprador

2. **Indicadores comportamentales** de sitios de eCommerce

Esta es la **versión pública** del estudio.
La **versión extendida** es un beneficio exclusivo de los Afiliados a la Asociación Mexicana de Venta Online.
Si deseas tener acceso al reporte completo, afíliate con nosotros.

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

Tabla de Contenido

- Metodología.
- Definición de categorías.
- Probabilidad de compra.
- El interés por la compra omnicanal.
- Nuevos compradores y compradores Recurrentes.
- Principales razones para comprar durante El Buen Fin (general vs online).
- Barreras para no comprar durante El Buen Fin.
- Fuentes de información para decidir comprar.
- Formas de comprar durante El Buen Fin.
- Intención de compra online por categorías.
- Beneficiarios de las compras durante El Buen Fin.
- Métodos de pago online.
- Métodos de entrega preferidos durante El Buen Fin.
- Expectativas de gasto.
- Presupuesto de compra durante El Buen Fin.
- Percepción de seguridad comprando online.

Resumen Ejecutivo

Intención de Compra durante El Buen Fin 2021

8 de cada 10 encuestados declaran tener interés de compra de productos y servicios durante la edición 2021 de El Buen Fin. Sin embargo, el segmento que más resalta con intención de compra son los jóvenes adultos con rangos de edad de 18 a 34 años.

El interés por la compra omnicanal

A diferencia de lo que se vivió en 2020, el usuario que tiene interés de compra durante la campaña es un comprador que principalmente planea utilizar ambos canales (online y físico) para la adquisición de sus productos y servicios. 97% de los potenciales compradores piensan adquirir sus artículos combinando en algún momento las tiendas físicas e Internet.

Por otro lado, 3 de cada 10 potenciales compradores declaran que será la primera vez que adquirirán sus compras a través del canal digital. 68% de los encuestados declaran ser compradores recurrentes del canal online cuando adquieren sus compras durante la campaña.

Razones de compra durante El Buen Fin 2021

Las principales razones de compra durante la campaña se concentran en mayor medida en el aprovechamiento de las ofertas y descuentos, seguido de una percepción de que la campaña es la mejor ofertando esta clase de promociones y una amplia variedad de productos y servicios.

En cuanto a las razones de compra online durante la campaña, se centran principalmente en los beneficios que brinda el canal, como lo son: el comparativo de productos y servicios previo a la compra, el evitar las aglomeraciones y la percepción de que online ofrece mejores promociones a diferencia del canal físico.

Dentro de las razones para no adquirir algún producto o servicio durante El Buen Fin 2021 deriva a que los encuestados declaran que las ofertas y promociones no son tan atractivas, seguido de falta de presupuesto y la incertidumbre de los ingresos aún por la pandemia.

Fuentes de información

Los principales medios de información para decidir dónde comprar sus artículos durante la campaña son medios digitales. 6 de cada 10 potenciales compradores declaran que consultarán principalmente sitios web de tiendas multi-categorías, seguido de los sitios web de sus marcas y tiendas favoritas y medios masivos como Redes Sociales.

6 de cada 10 encuestados declaran que visitarán más de una tienda para realizar sus compras, es decir, harán compras en más de una tienda.

Intención de compra por categorías

La mitad de los usuarios con interés de compra durante El Buen Fin 2021, tiene pensado adquirir principalmente productos de Moda y Electrónicos. Sin embargo, con un creciente interés de compra en productos como: Electrodomésticos, Muebles, Decoración del hogar y celulares.

El usuario final de las compras que se piensan realizar durante la campaña, serán para el mismo comprador, sin embargo, un 60% de las compras serán destinadas para algún miembro de su familia (hijos(as), hermanos(as), abuelos(as), etc.).

Métodos de pago y Métodos de envío

Durante la edición 2021 de El Buen Fin, destaca el interés de pago mediante la Tarjeta de Crédito, seguido de la Tarjeta de Débito y las Tarjetas Digitales Bancarias. Por otro lado, 9 de cada 10 potenciales compradores declara que sus compras por Internet serán enviadas a su hogar.

Percepción de seguridad

9 de cada 10 potenciales compradores perciben que es muy seguro y algo seguro comprar por Internet productos y servicios durante El Buen Fin 2021. Además, la percepción de seguridad de compra online incrementa 2pp vs 2020.

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: 359 encuestas completas

Levantamiento: Septiembre 2021

Representatividad: Nivel 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 Noreste
Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit.

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

CDMX

Definición de categorías

- Alimentos *(frescos o enlatados)*
- Automotriz *(autos, autopartes, etc.)*
- Artículos para Bebés *(ropa, cuidado del bebé, juguetes, etc.)*
- 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, hostal, 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.)*

EL BUEN FIN 2021

8 de cada 10 encuestados

están pensando en adquirir algún producto o servicio durante

EL BUEN FIN 2021

P. ¿Qué tan probable es que compres productos y/o servicios durante la siguiente campaña? Base Total = 359.

Probabilidad de compra

82% de los encuestados declaran estar pensando en adquirir algún producto o servicio durante **EL BUEN FIN 2021**.

P. ¿Qué tan probable es que compres productos y/o servicios durante la siguiente campaña? Base Total = 359.

Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

El interés por la compra omnicanal

9 de cada 10 potenciales compradores
piensan adquirir productos o servicios combinando en algún momento el canal físico y digital durante **EL BUEN FIN 2021**.

9 de cada 10 de los potenciales **compradores** piensan adquirir productos y/o servicios utilizando el canal digital en algún momento de sus compras durante El Buen Fin 2021.
Casi 3 de cada 10 potenciales compradores piensa adquirir sus artículos utilizando únicamente el canal online.

EL BUEN FIN 2021

P. Debido a que indicaste que piensas comprar algún producto y/o servicio durante El Buen Fin 2021, te pedimos por favor nos indiques: ¿qué canal piensas utilizar para comprar?. Base Comprador General = 324.

Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

3 de cada 10

potenciales compradores declara que será la primera vez que adquieren sus compras a través del canal online durante

EL BUEN FIN 2021

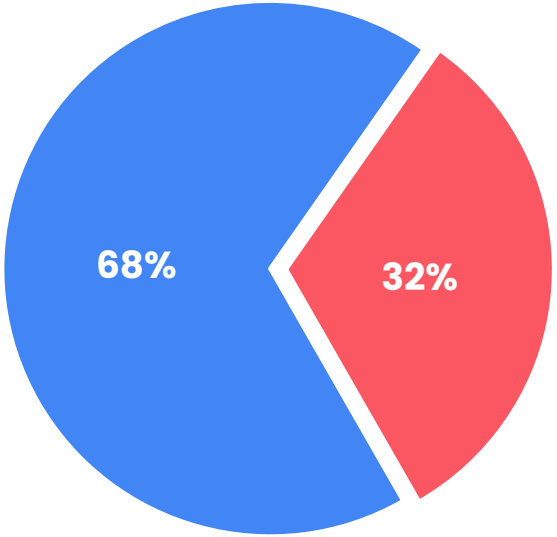
P. ¿Cómo piensas comprar productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin 2021?. Base Comprador Digital = 314.

Nuevos compradores y compradores Recurrentes

Por Internet | durante El Buen Fin 2021

Poco más de **3 de cada 10 potenciales compradores utilizarán por primera vez el canal online** para adquirir sus productos y servicios durante la edición 2021 de El Buen Fin.

Ha comprado por Internet en ediciones pasadas de El Buen Fin



Es la **primera ves que comprará por Internet** durante El Buen Fin

P. ¿Cómo piensas comprar productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin 2021?. Base Comprador Digital = 314. Pregunta nueva.

▲▼ Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

Razones para comprar durante El Buen Fin 2021

En General

	70%	Para **aprovechar descuentos y promociones** en ese momento.
-9pp ▼	**33%**	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.**
	23%	Compraré durante El Buen Fin porque **he planeado o ahorrado** para adquirir lo que quiero durante esta campaña.
	18%	Puedo **comprar varios artículos haciendo rendir mucho mi dinero.**
	12%	La campaña **se acomoda justo cuando necesito mis compras**.
	6%	Porque **no pude comprar en otras campañas** del año.
	1%	*Para **adelantar algunas compras.**
	1%	Otros

En Internet

+7pp ▲	**58%**	Porque puedo **comparar precios y variedad** en Internet antes de comprar.
	48%	Compraré por Internet para **evitar aglomeraciones** en la tienda física.
+9pp ▲	**46%**	Las **tiendas en línea ofrecen mejores descuentos y ofertas** que en la tienda física.
+10pp ▲	**40%**	Porque me **ofrece más beneficios** *(cupones, descuentos en próxima compra, entrega gratis, etc.).*
+7pp ▲	**40%**	Porque tiene **mejores facilidades de pago** *(Meses sin Intereses, pagos diferidos, etc.).*
	39%	*Porque **puedo conocer las reseñas de otros compradores.**
+6pp ▲	**38%**	Porque **puedo pagar de diversas formas** por Internet.
	38%	Porque **recibo mis compras rápida y fácilmente**.
-9pp ▼	**36%**	Porque **prefiero no exponerme a salir a comprar**.

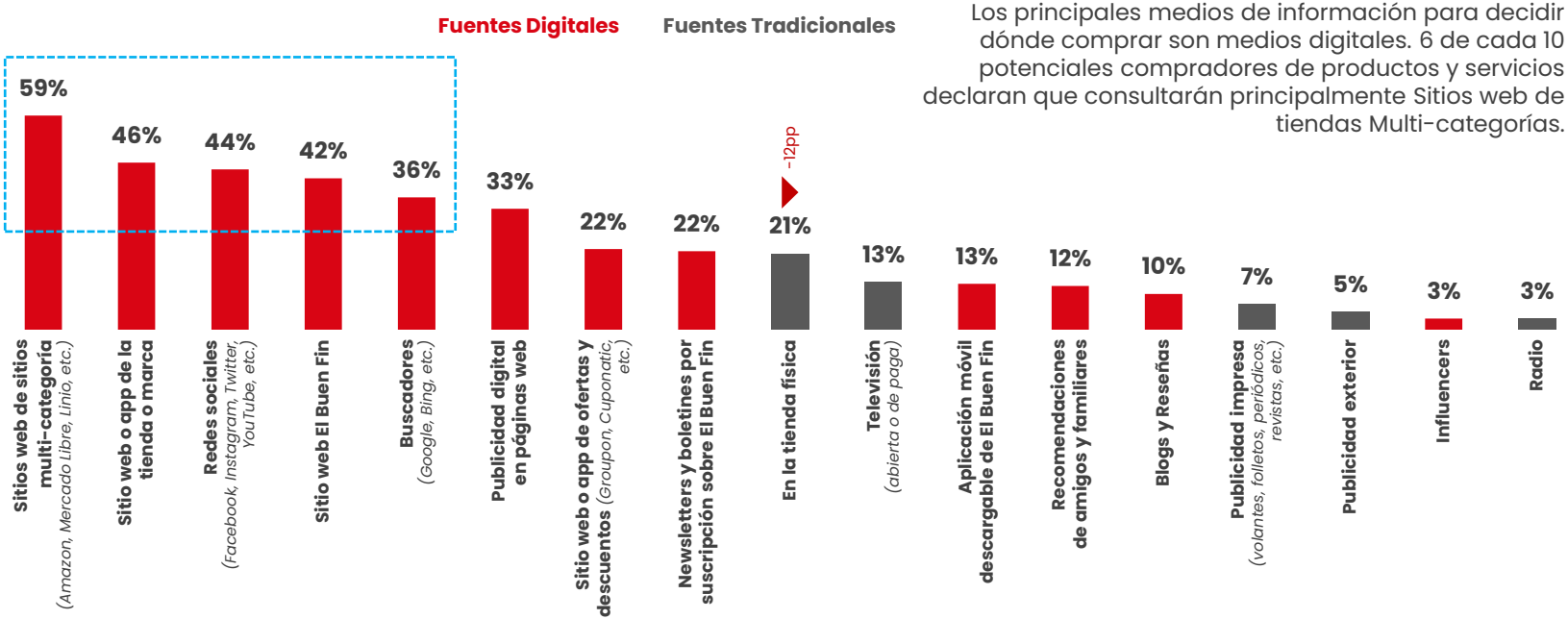
EL BUEN FIN 2021

P. Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios durante El Buen Fin 2021, por favor selecciona las razones por las que piensas comprar durante esta campaña. Base Comprador General = 324 / Indicaste que piensas comprar productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin 2021 en lugar de ir a la tienda física, por favor selecciona las razones. Base Comprador Digital = 314.
*Nuevas variables.

▲▼ Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

Fuentes de información para decidir comprar

Durante El Buen Fin 2021



Los principales medios de información para decidir dónde comprar son medios digitales. 6 de cada 10 potenciales compradores de productos y servicios declaran que consultarán principalmente Sitios web de tiendas Multi-categorías.

EL BUEN FIN 2021

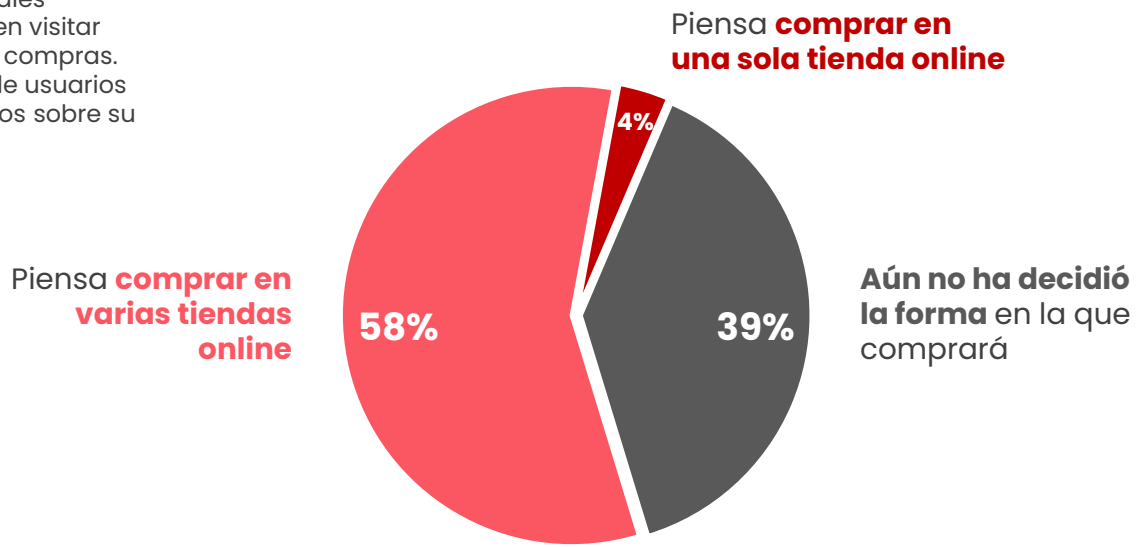
P. ¿Cuáles son los medios informativos que piensas consultar para concretar la compra de productos y/o servicios durante El Buen Fin 2021. Base Comprador General = 324. *Nueva variable.

Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

Forma de comprar durante El Buen Fin 2021

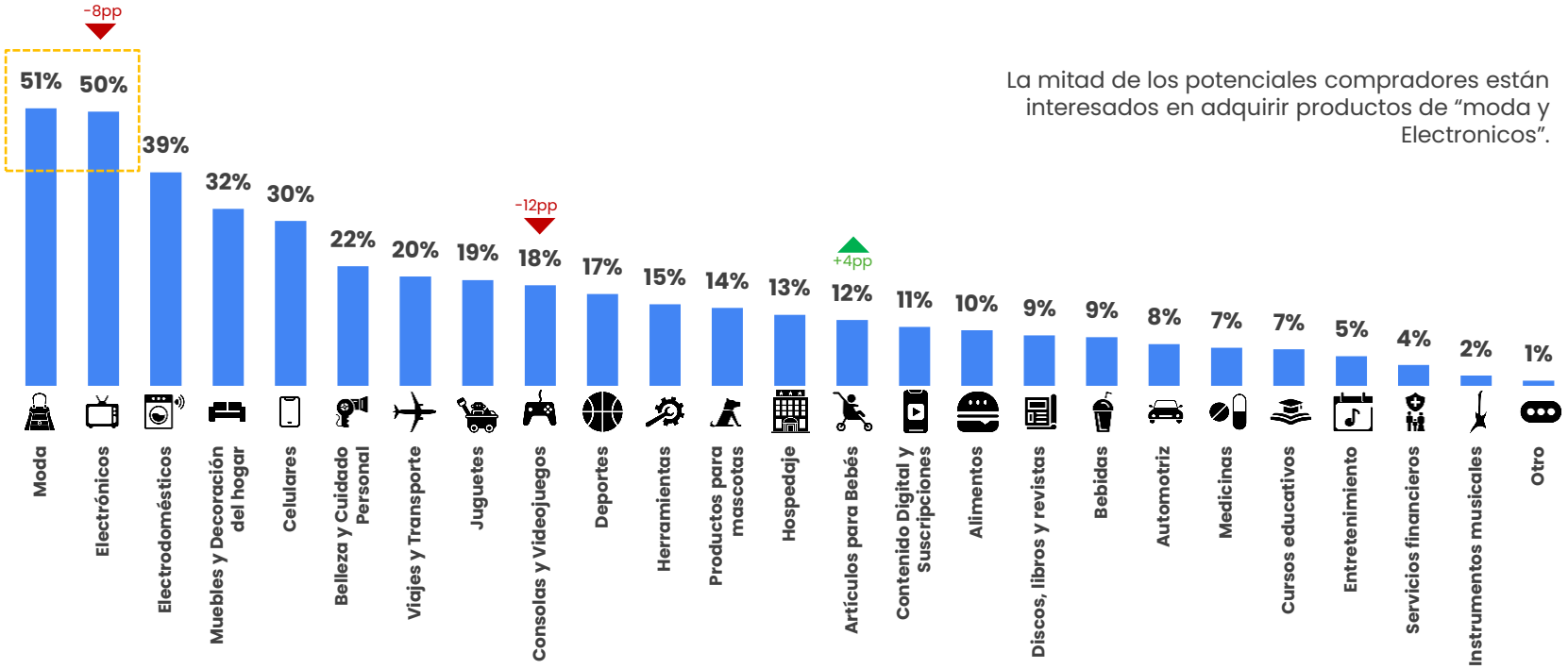
Por Internet | durante El Buen Fin 2021

Más de la mitad de los potenciales compradores tienen pensado en visitar varias tiendas para decidir sus compras. Mientras tanto, existe un área de usuarios que aún se encuentran indecisos sobre su forma de compra.



P. ¿Cómo piensas comprar productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin 2021? Base Comprador Digital = 314. *Nueva pregunta.

Intención de compra online por categorías



La mitad de los potenciales compradores están interesados en adquirir productos de “moda y Electronicos”.

EL BUEN FIN 2021

P. Debido a que indicaste que comprarás productos y/o servicios por Internet durante El Buen Fin 2021, te pedimos por favor nos indiques lo que piensas adquirir. Base Comprador Digital = 314. *Artículos para bebés = Bebés en 2020.

▲▼ Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

Beneficiarios de las compras durante El Buen Fin

Casi 9 de cada 10 potenciales compradores comprarán producto y/o servicios para si mismos. Por otro lado, 60% de las compras también serán dirigidos para los familiares de los potenciales compradores.

86%
Para mí

59%
Para algún familiar
(hijos(as), hermanos(as), abuelos(as), etc.)

39%
Para mi pareja

14%
Para mi mascota

3%
Para algún amigo(a)

P. ¿Para quién van dirigidas las compras que harás por Internet durante El Buen Fin 2021? Base Comprador Digital = 314. *Nueva pregunta.

Métodos de pago online durante El Buen Fin

Durante la edición 2021 de El Buen Fin, destaca el interés de pago mediante la Tarjeta de Crédito, seguido de la tarjeta de débito y las tarjetas digitales bancarias.

Reporte de Resultados 2020

	Utilizados en 2020
Tarjeta de Débito	66%
Tarjeta de Crédito	61%
Tarjeta Digital Bancaria	43%
Tarjeta Departamental	40%
Pago en efectivo contra entrega	36%

P. ¿Cuál es el método de pago que piensas utilizar para tus compras por Internet durante El Buen Fin 2021? Base Comprador Digital = 314. Fuente: Reporte de Resultados El Buen Fin 2020. AMVO & Netquest. *Nueva variable.

Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

Método de entrega preferido durante El Buen Fin

9 de cada 10 potenciales compradores tiene pensado utilizar el envío a casa durante las compras por Internet de productos y servicios durante El Buen Fin.

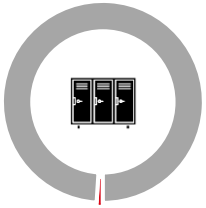
91%
Envío a mi hogar

17%
Recoger en tienda física
(ej. Sucursal, Click & Collect)

11%
Envío a mi oficina/trabajo

7%
Envío a casa de un amigo / familiar

7%
Recoger en punto de retiro / oficinas de mensajería
(ej. Oxxo, DHL, Estafeta, RedPack, etc.)



1%
*Casilleros inteligentes
(ej. Amazon Hub Lockers, etc.)

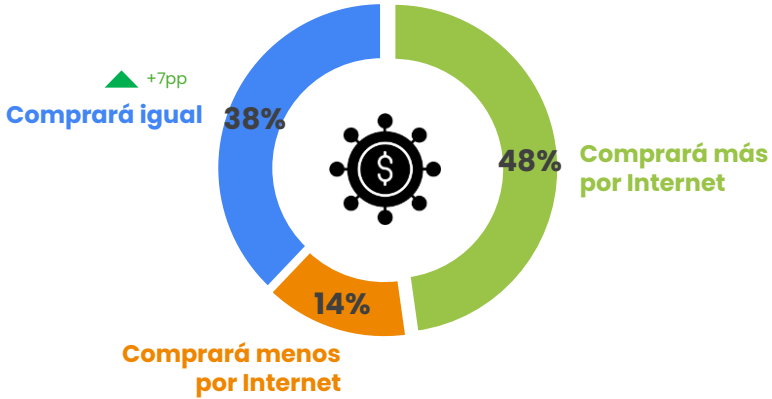
P. ¿A dónde prefieres enviar tus productos una vez que los compres por Internet durante El Buen Fin? Base Comprador Digital = 314. *Nueva pregunta.

Casi 5 de cada 10 potenciales compradores tienen pensado gastar más por Internet durante sus compras en EL BUEN FIN 2021

P. ¿Qué opción describe mejor tus compras por Internet durante El Buen Fin 2021? Base Comprador Digital = 314.

Expectativas de gasto

Casi **5 de cada 10 potenciales compradores** durante El Buen Fin 2021, **tienen pensado gastar más** durante sus compras por Internet.

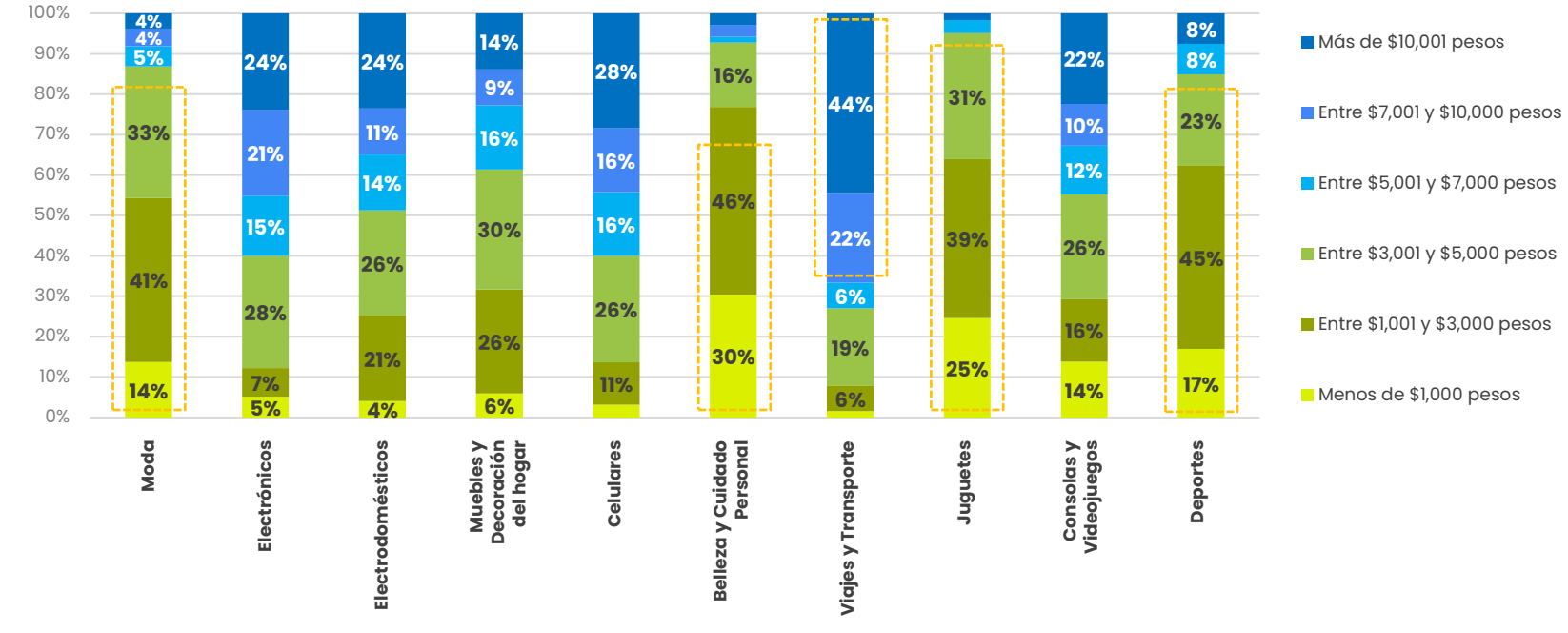


P. ¿Qué opción describe mejor tus compras por Internet durante El Buen Fin 2021? Base Comprador Digital = 314.

▲▼ Diferencias Significativas vs Reporte de Expectativas El Buen Fin 2020

Presupuesto planeado de compra

Por Internet | durante El Buen Fin 2021



Base	160	155	123	101	*95	*69	*63	*61	*58	*53

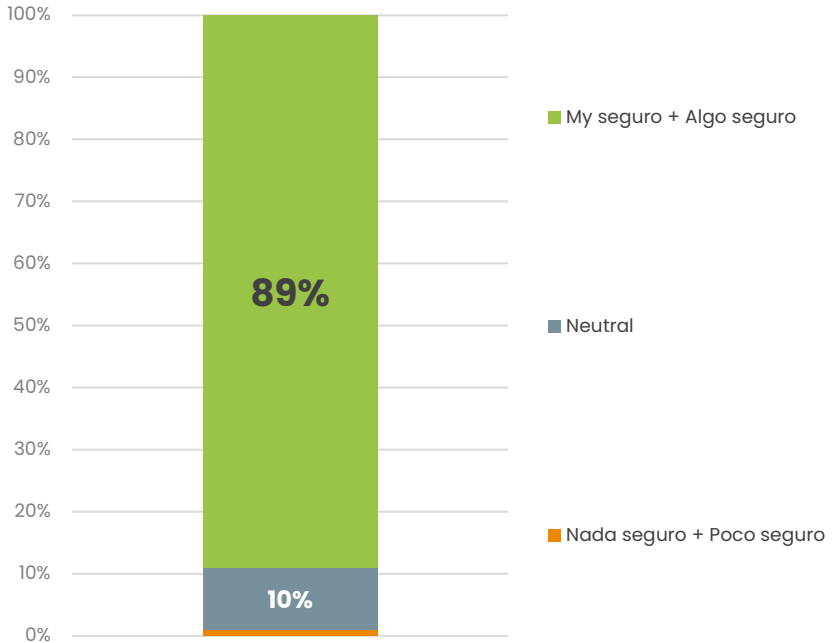
P. ¿Cuál es el presupuesto que tienes pensado gastar por Internet durante El Buen Fin? Base por categoría.
**Resultados no representativos por base insuficiente, solo datos direccionales. *Nueva pregunta.

Percepción de seguridad al comprar

Por Internet | durante El Buen Fin 2021

9 de cada 10 potenciales compradores perciben que es muy seguro o algo seguro comprar por Internet productos y servicios durante El Buen Fin. En esta edición, sigue afianzándose la percepción de seguridad de compra online.

Percepción de seguridad	2020
Muy seguro + Algo seguro	87%
Neutral	10%
Nada seguro + Poco seguro	3%

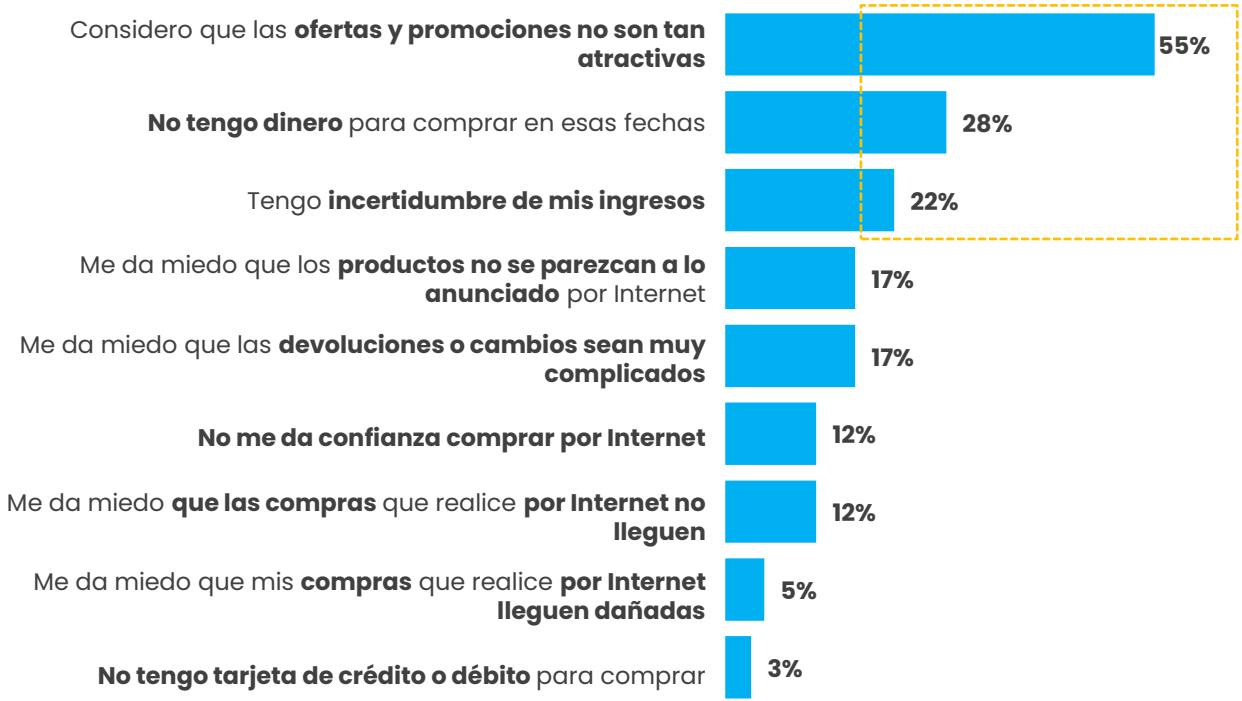


EL BUEN FIN 2021

P. ¿Qué tan seguro crees que sea comprar por Internet durante El Buen Fin 2021? Base Comprador Digital = 314.
Fuente: Reporte de Resultados El Buen Fin 2020. AMVO & Netquest.

Barreras para no comprar durante El Buen Fin

Más de la mitad de aquellos no interesados en comprar durante este El Buen Fin perciben que los descuentos ofrecidos por las empresas participantes no son tan atractivos, además de la falta de presupuesto y la incertidumbre en los ingresos.



EL BUEN FIN 2021

P. Debido a que indicaste que no tienes pensado en comprar algún producto o servicio durante El Buen Fin 2021, te pedimos por favor nos indiques: ¿cuáles son las razones? Base No Comprador = 60. **Resultados no representativos por base insuficiente, solo datos direccionales. *Nueva pregunta.

asociación mexicana
de venta online

Gracias.

www.amvo.org/publicaciones/

Mayor información:
estudios@amvo.org.mx