

TEMA: Alimentación

SUBTEMA: Consumidores disminuirán presupuesto

REFERENCIA: América Retail. (15 de mayo de 2020). México: 74% de los consumidores disminuirán su presupuesto para el Hot Sale 2020. Recuperado de <https://bit.ly/3lOUnTV>

NOTA:

**México: 74% de los consumidores disminuirán su presupuesto para el Hot Sale**

**2020**

Si bien nos encontramos en medio de una pandemia global, la cual ha implicado diversas restricciones para la sociedad e incluso marcas y retailers se han visto afectados por el impacto del COVID-19, se puede empezar a distinguir una luz al final del camino ya que al menos los consumidores decidirán hacer algunas compras para este próximo Hot Sale.

La edición de este año se llevará a cabo del 22 de mayo al 1 de junio, es por ello que Tiendeo.mx, la plataforma de ofertas y catálogos en línea y compañía líder en soluciones drive-to-store para el retail, ha realizado una encuesta para conocer las tendencias de compra de los mexicanos en esta próxima fecha comercial de gran relevancia para diversos sectores.

¿Los mexicanos comprarán o no en este Hot Sale?

De acuerdo con la encuesta aplicada a usuarios de la plataforma, el 72 por ciento de los mexicanos sí comprará en este Hot Sale, aunque como era de esperarse un 74 por

ciento destinará mucho menos presupuesto este año, en tanto que un 24 por ciento ocupará el mismo presupuesto y un mínimo 2 por ciento gastará más que en 2019.

El impacto de la pandemia en el bolsillo de los mexicanos es evidente ya que, de acuerdo con los encuestados, el 44 por ciento de ellos gastará entre 500 y 2,000 pesos.

Los productos de electrónica serán los más demandados, ya que un 39 por ciento de los usuarios de la plataforma piensan adquirirlos. La categoría de alimentación se ubica en segundo lugar con un 38 por ciento de probabilidad de compra, artículos para el hogar y muebles con 36 por ciento y moda con un 32 por ciento.

Por otra parte, de acuerdo con el análisis el presupuesto medio de los mexicanos para este próximo Hot Sale es de \$ 2,668.00 pesos.

**Cambios en los hábitos de consumo de los mexicanos tras COVID-19**

Los mexicanos han modificado sus hábitos de consumo, debido a los recientes cambios radicales que como sociedad han tenido que enfrentar este año, y prueba de ello es que para este Hot Sale un importante 63 por ciento comprará solo productos que realmente necesita, un 10 por ciento contempla adquirir productos que no pudo comprar en tiendas físicas que permanecen cerradas y tan solo un 6 por ciento comprará productos que no ha encontrado en las tiendas.

Por otra parte, el 22 por ciento aún no tiene definida su compra y decidirá al momento de hacer una revisión de las ofertas y acorde a su presupuesto.

Un punto importante y que ha dado un giro, es que, como resultado de las medidas de confinamiento, ha aumentado el número de consumidores que ahora buscan ofertas en medios digitales o incluso compran online, prueba de ello es que el 81 por ciento de

los encuestados dice informarse mucho más ahora a través de plataformas digitales, en tanto que tan solo un 19 por ciento lo sigue haciendo en medios impresos.

Finalmente, un 75 por ciento de los mexicanos piensan realizar sus compras en tiendas online de las marcas o retailers de su interés, frente a un 25 por ciento que lo hará directamente en market places (Amazon, Ebay, Mercado Libre, entre otros).

## COMENTARIO

Este año se realizará la séptima edición del Hot Sale en México, que representa uno de los mayores eventos de ventas online en donde se ofrecen diferentes descuentos y promociones para compradores a través de internet. El evento que tendrá una mayor duración de días en esta ocasión, busca invitar a la población a comprar desde sus hogares, según dato de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO)<sup>1</sup>, en su pasada edición, el Hot Sale registró ventas totales por 11,082 millones de pesos, una edición en la que participaron alrededor de 2 millones de nuevos consumidores quienes adquirieron en total 14.3 millones de artículos entre las tiendas participantes.

Esta iniciativa tiene como fin fomentar el comercio a través de medios digitales con ofertas que no encontrarías en las mismas tiendas en físico, la cultura de compra online en nuestro país es relativamente nueva, sin embargo, el contexto actual podría contribuir a que esta opción se consolide en el mercado mexicano como la primera

---

<sup>1</sup> Galeano, S. (15 de mayo de 2020). Llega el Hot Sale 2020: la campaña de ventas online más grande de México. *Marketing for Ecommerce Mx*. Recuperado de

<https://bit.ly/33hEqP3>

opción para los consumidores, pues además de representar una opción más cómoda evitando filas y el tumulto en tiendas, no es necesario romper las medidas sanitarias para acceder a productos que están en promoción.

**RESPONSABLE**

Cynthia Guadalupe Hernández Rojas