



t26 Insights

Tendencias alrededor de Hot Sale 2023

SUMARIO

Interés

Búsquedas

Retailers

Productos

Ecommerce

Bancos

EL INTERÉS POR HOT SALE 2023 ESTÁ LIGERAMENTE POR DEBAJO DEL QUE SE DIÓ EL AÑO PASADO HASTA ESTAS MISMAS FECHAS.

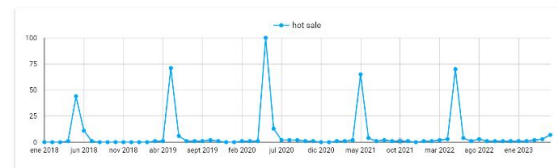
En lo que va de 2023 -hasta inicios de mayo- ya se están haciendo 493 mil búsquedas mensuales de Hot Sale, aunque a estas alturas de 2022 había un 12.7% más interés que ahora.

Esto también lo vemos cuando hacemos zoom a la primera semana de mayo, donde se ha registrado 5.5x veces menos interés en 2023 respecto al interés que había en el mismo período en 2022.

Es probable que los mexicanos estén mostrando un poco más de cautela debido a la inflación, a los recientes gastos de períodos vacacionales y puentes, etc.. y por ello el interés está ligeramente por debajo, aunque también puede deberse a un comportamiento relacionado con un menor nivel de impacto de la comunicación de la temporalidad o razones similares.

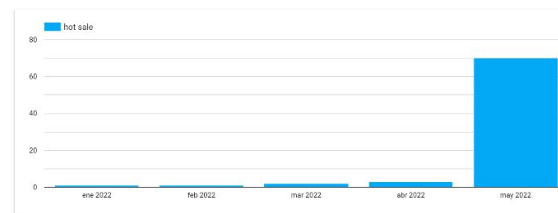
2018-2023

Interés a lo largo del tiempo



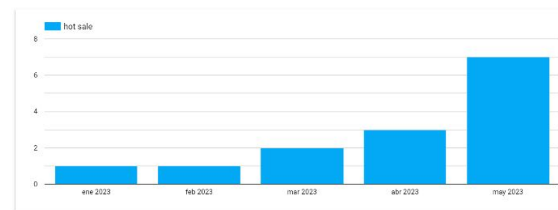
2022

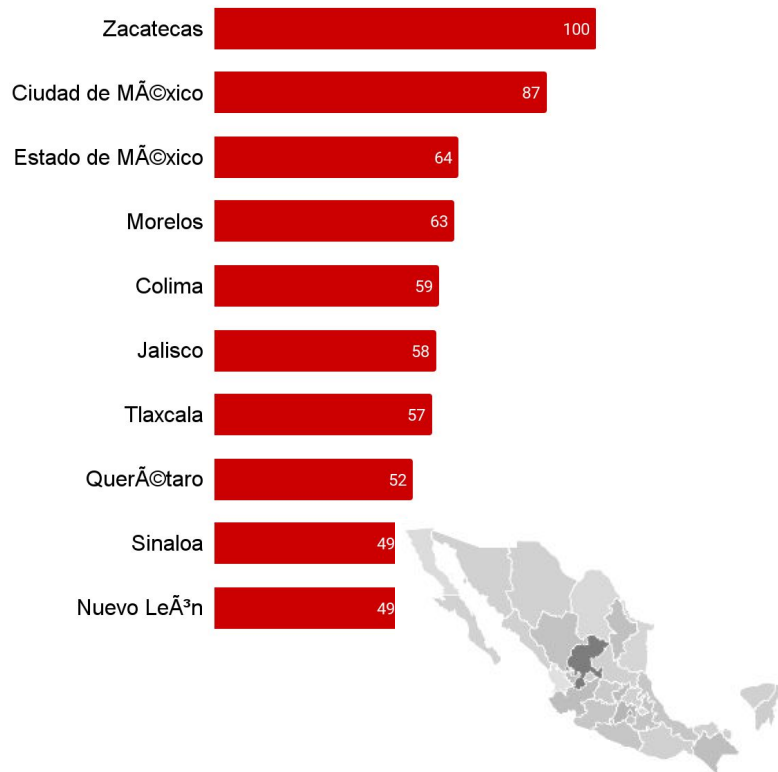
Interés comparado



2023

Interés comparado





EL INTERÉS POR HOT SALE SE SIGUE CONCENTRANDO EN LAS REGIONES CENTRO Y OCCIDENTE DEL PAÍS

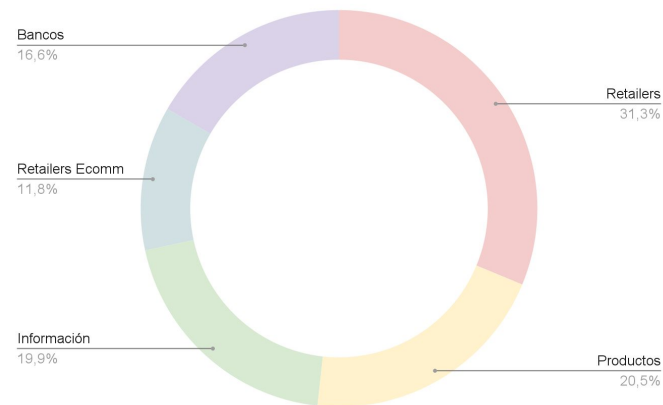
Es en los Estados del centro y occidente donde se registra -proporcionalmente a su población- mayor interés de las personas por la temporalidad.

En Zacatecas, CDMX y EDOMEX se busca hasta con el doble de intensidad Hot Sale que en otros Estados como Querétaro, Sinaloa y Nuevo León.

En los Estados del norte del país es donde menos interés se muestra por Hot Sale.

ESTE AÑO LOS MEXICANOS DEMUESTRAN QUE YA CONOCEN CUÁNDO Y CÓMO SERÁ EL HOT SALE Y ESTÁN CONCENTRANDO SU INTERÉS EN LOS RETAILERS Y LOS PRODUCTOS, A DIFERENCIA DE 2022, CUANDO EL INTERÉS PRINCIPAL ERA CONOCER LAS FECHAS.

En el mismo período del año -de enero a la primera semana de mayo- mientras que en 2022 el interés de los mexicanos estaba concentrado en tener información de fechas, mecanismos y participantes (52% del total de búsquedas) este año el interés está enfocado en los Retailers Tradicionales (31% del total de búsquedas), mientras que la información ahora solo representa el 20% del total de búsquedas.



ESTE AÑO SE ESTÁ BUSCANDO HASTA 74% MENOS VECES INFORMACIÓN GENERAL QUE EL AÑO PASADO.

Esto no es necesariamente malo ya que el nivel de interés por Hot Sale se mantiene en los rangos de los últimos años, más bien puede ser un indicador de que los mexicanos ya tienen claro las fechas, mecanismos, descuentos, participantes, etc...

Este comportamiento puede deberse a que ha habido un mejor posicionamiento de la información e igualmente a la madurez del mercado



Posición	Retailer	Vol Búsquedas	Var Pos vs 2022
1	Liverpool	17240	-
2	Walmart	15240	-
2	Coppel	6490	-
3	Sam's Club	4500	-
4	Home Depot	2300	-
5	Sears	2210	-
6	Aurrerá	2160	-
7	Elektra	2050	+3
8	Chedraui	1720	-
9	Costco	1440	+3
10	Soriana	1010	nuevo
11	Palacio de Hierro	910	-2
12	Sanborns	1310	-1
13	Suburbia	780	nuevo
14	Best Buy	510	nuevo

LOS RETAILERS TRADICIONALES SON EL PRINCIPAL INTERÉS DE LOS MEXICANOS ESTE AÑO Y LA MAYORÍA CONSERVÓ SU POSICIONAMIENTO EN BÚSQUEDAS RESPECTO A 2022

El foco a estas alturas del año ya está fuertemente en los retailers tradicionales y se ha mantenido constante en los últimos años.

RETAILERS TRADICIONALES MÁS BUSCADOS EN HOT SALE 2023

+44.6k
búsquedas mensuales

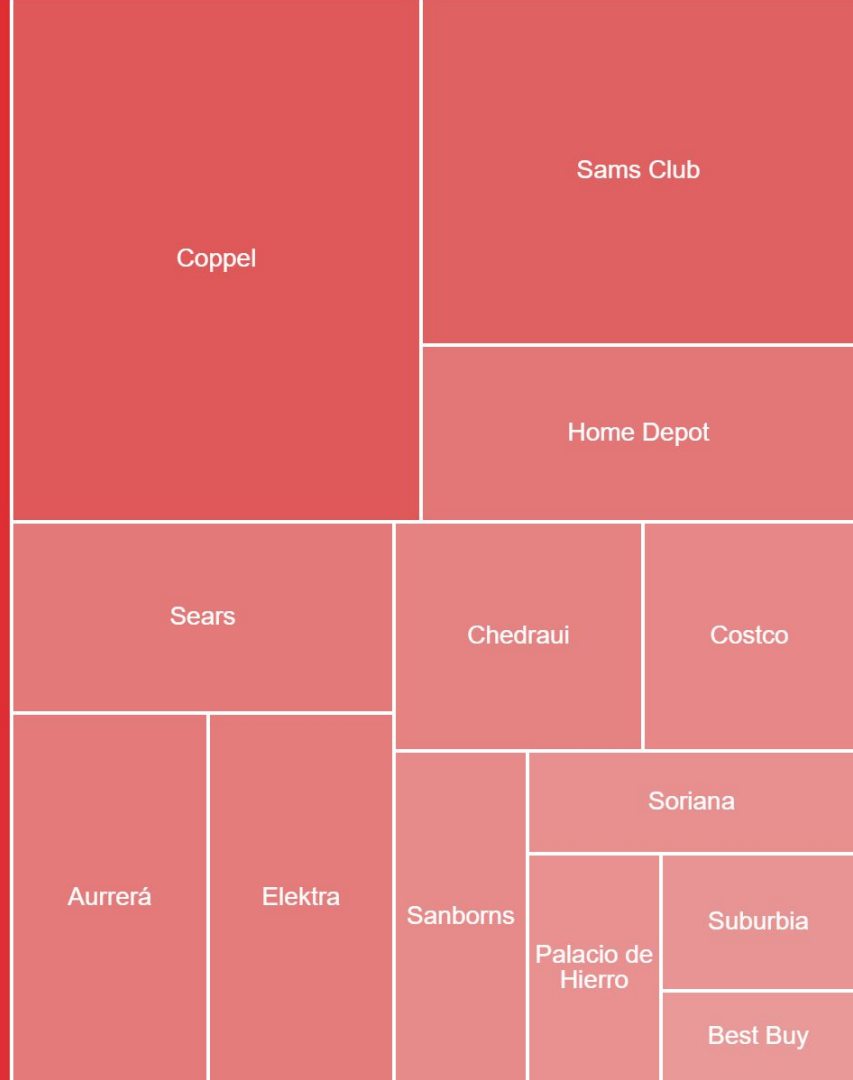
Elektra & Costco subieron tres lugares respectivamente en el ranking, lo que puede ser resultado de un mejor impacto de marca y/o campañas de la temporada.

Palacio de Hierro y Sanborns caen 2 y 1 lugar respectivamente mientras que Soriana, Suburbia y Best Buy entraron en el ranking este año.

t2ó

Fuente: Análisis de búsquedas del sector. Semrush, Google Trends, 2018-2023

Liverpool



COMO CADA AÑO, LOS CELULARES, VIAJES, ROPA Y CALZADO SON LOS PRODUCTOS MÁS BUSCADOS, AUNQUE NOTAMOS UNA MAYOR TENDENCIA A MEJORAR EL HOGAR RESPECTO A 2022.

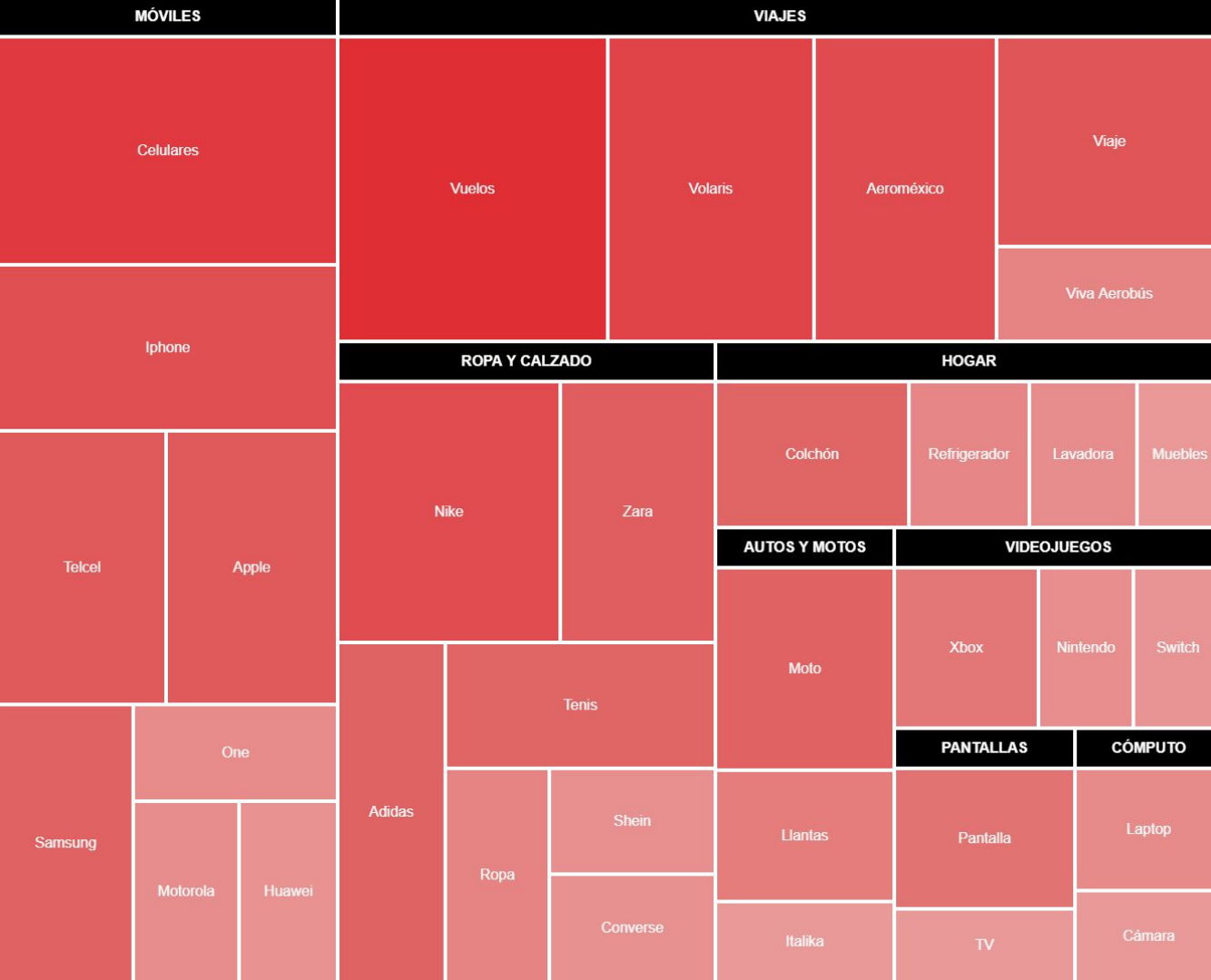
En términos absolutos, respecto al mismo período de 2022, el interés por los productos está 9% por debajo este año y las variaciones respecto al año pasado -como más intención para mejorar el hogar y menos búsquedas de cómputo y viajes- nos indican **una posible maduración del mercado que está buscando proporcionalmente un poco más productos útiles para la familia y un poco menos compras impulsivas o de oportunidad.**

Productos

-9% vs 2022

39210

Posición	Retailer	Vol Búsquedas	Var Pos vs 2022
1	Celulares	10890	+1
2	Viajes	9930	-1
3	Ropa	7900	-
4	Hogar	3060	+2
5	Autos y Motos	2640	-
6	Videojuegos	2130	nuevo
7	Pantallas	1480	nuevo
8	Cómputo	1180	-4



PRODUCTOS MÁS BUSCADOS EN HOT SALE 2023

+39k
búsquedas mensuales

Destaca la variación este año entre el top 1 Móviles y 2 Viajes, que intercambiaron lugares respecto a 2022.

El reposicionamiento de dos lugares en el interés por productos del hogar puede indicar que una mayor proporción de mexicanos están pensando en compras más útiles respecto al año pasado.

La caída proporcional de búsquedas de equipos de cómputo -especialmente laptops- nos indica que la fiebre de años pasados por estos productos -impulsada por la pandemia- puede estar ahora en picada al volver a la normalidad.



Retailers
Ecomm

22510

+10%

Posición	Retailer	Vol Búsquedas	Var Pos vs 2022
1	Amazon	15910 (+23%)	-
3	Mercado Libre	6120 (-19%)	-
4	Linio	480	nuevo

CADA VEZ VES MÁS LOS MEXICANOS SE ESTÁN VOLCANDO A LOS RETAILERS PURAMENTE DIGITALES DURANTE HOT SALE, AUNQUE AÚN ESTÁN LEJOS DE LOS TRADICIONALES.

En 2023 el interés por este tipo de retailers creció 10% respecto al año pasado. Amazon no solo sigue conservando el primer lugar sino que además este año el interés por este sitio creció 23% vs 2022 y el de Mercado Libre decreció en 19%, lo que podría ser un indicador clave del mejor posicionamiento de la primera en temporalidades clave.

El tímido interés por Linio podría ser solo por este año aunque podría consolidarse en las siguientes ediciones si hace un buen trabajo de posicionamiento.

SE REGISTRA UN FUERTE CRECIMIENTO EN EL INTERÉS POR EL FINANCIAMIENTO, LAS PROMOCIONES Y LAS FACILIDADES DE PAGO QUE OTORGAN LOS BANCOS PARA ESTE HOT SALE, LO QUE REPRESENTA UNA OPORTUNIDAD PARA EL SECTOR.

En términos absolutos, respecto al mismo período de 2022, el interés por los bancos creció 85%. Esto se debió a que Santander, Paypal y HSBC están recibiendo el triple de búsquedas, BBVA está siendo dos veces más buscada y otras como Banorte, prácticamente multiplicaron por 7 el interés entre los mexicanos para este Hot Sale. Este mejor posicionamiento del sector en la temporada puede ser resultado de un mejor enfoque en campañas, ofertas y/o facilidades de las marcas.

Bancos

31870

+85% vs 2022

Posición	Retailer	Vol Búsquedas	Var Pos vs 2022
1	Banamex	10120	+1
2	Banorte	7570	+3
3	Santander	4000	-
4	Bancomer	3780	-4
5	Paypal	3220	-1
6	HSBC	3180	-

t2ó