**8 de cada 10 mexicanos comprará en Hot Sale 2022; sube esta cifra vs 2021**

* *66% de los usuarios realizaron compras que no tenían planeadas durante Hot Sale 2021, mostrando que en esta campaña destacan las compras impulsivas.*
* *70% de las personas piensa en combinar sus compras, las hará desde tiendas digitales oficiales, marketplaces y otras físicas que se han sumado a esta campaña que inició siendo para el internet.*

La primera gran temporada de descuentos del año está a punto de tocar tierra: Hot Sale se ha posicionado como una de las campañas más importantes en línea, tanto para los vendedores como para consumidores.

De acuerdo con la AMVO, Hot Sale creció más del 15% durante el 2021 con respecto al año que lo precedió y, tan sólo en [Mercado Libre](https://www.mercadolibre.com.mx/), el crecimiento de compras durante la campaña fue de más del 37%, 2.5 veces más que la tendencia nacional, según un informe de Mercado Ads. Incluso las ventas de los últimos meses dentro del *marketplace* ya superan al Hot Sale 2021, por lo que hay gran optimismo en los resultados de la edición 2022.

Asimismo, las visitas al sitio durante un evento como Hot Sale incrementan hasta un 22%, con 18 millones de sesiones por día y se realizan más de 2,700 búsquedas por minuto, entre las que destacan marcas como Xiaomi, iPhone, Xbox, Nintendo Switch, Adidas, Samsung, Nike y BMW.

**Esto se va a descontrolar**

Un estudio de IPSOS muestra que las categorías con mayor intención de compra online para este Hot Sale 2022 son Ropa y calzado con 54%, quedándose en el favorito; sin embargo, Tecnología regresa con un 42% y Celulares y accesorios con un 40%, ¿será que los antiguos reyes buscan recuperar la corona?, ya que durante 2021 las más vendidas fueron Ropa y calzado con 52%, Hogar, Belleza y Cuidado personal con 49% y Muebles y Jardín con un 35%, según Mercado Ads.

Por otro lado, este mismo estudio vaticina que 8 de cada 10 mexicanos comprarán durante la campaña de este año, se incrementa el número pues el año pasado eran 7 los que manifestaron tener intención de compra. Además, esta vez se visualiza una campaña más personal y familiar, ya que el 67% piensa realizar compras para disfrutarlas personalmente, el 68% piensa en su familia, y muy por debajo, con un 25% piensan en la pareja.

La omnicanalidad se mantiene firme y presente, incluso en esta campaña que fue pensada en un principio para las ventas en línea, debido a que tanto emprendedores como grandes *retailers* expandieron la mirada hacia la diversificación de sus ventas, interviniendo en distintos puntos: desde tiendas físicas, *marketplaces*, redes sociales y tiendas oficiales en línea. IPSOS también muestra que 9 de 10 mexicanos consideran comprar *online*, y el 70% de las personas piensa en combinar sus opciones de compra desde las tiendas digitales y las físicas que ya se han sumado a esta campaña de forma sorpresiva, aprovechando las ventajas que ésta podría ofrecer en sus distintos puntos de venta.

**Compras impulsivas**

Las compras impulsivas destacan en el evento, pues el 66% de los usuarios compró algo que no tenía en sus planes, lo que muestra que navegar por las diferentes opciones y ofertas que se presentan en Mercado Libre atraen y cierran ventas, aunque estas no hayan sido pensadas con anterioridad.

Otro dato importante que comparte IPSOS es que 6 de cada 10 usuarios comienzan a buscar sus productos entre 1 y 3 meses antes, y durante este tiempo, el 80% de los usuarios utiliza el listado de “Favoritos” para planear mejor sus compras, esperando alguna promoción durante la campaña, juntar varios productos en una sola orden y recibir notificaciones sobre el producto.

Esta temporada de descuentos ya está en puerta, y junto con ella miles de pequeñas y grandes empresas, emprendedores y marcas prestigiosas esperan enamorar a los consumidores con importantes ofertas que les permitan destacarse. Mercado Libre mantiene la confianza de sus usuarios al verificar descuentos reales en millones de artículos, llegando hasta en 24 horas o menos a distintos puntos a nivel nacional.

**Sobre Mercado Libre**

Fundada en 1999, Mercado Libre es la compañía de tecnología líder en comercio electrónico de América Latina. A través de sus plataformas Mercado Libre, Mercado Pago y Mercado Envios, ofrece soluciones para que individuos y empresas puedan comprar, vender, anunciar, enviar y pagar por bienes y servicios por internet.

Mercado Libre brinda servicio a millones de usuarios y crea un mercado online para la negociación de una amplia variedad de bienes y servicios de una forma fácil, segura y eficiente. El sitio está entre los 50 sitios con mayores visitas del mundo en términos de páginas vistas y es la plataforma de consumo masivo con mayor cantidad de visitantes únicos en los países más importantes en donde opera, según se desprende de métricas provistas por comScore Networks. La Compañía cotiza sus acciones en el Nasdaq (NASDAQ: MELI) desde su oferta pública inicial en el año 2007 y es una de los mejores lugares para trabajar en el mundo según ranking GPTW.