



Se prevé que las entregas de última milla crezcan 60% por Hot Sale

- **La AMVO estima que durante la edición 2021 del Hot Sale, el 20% de los consumidores gastará entre 7,500 y más de 10 mil pesos.**
- **En 2020, el 93% de los consumidores recibió sus productos a domicilio, y un 60% lo hizo con envíos gratis.**
- **El desafío de este año es reducir los tiempos de espera por cada entrega con ayuda de plataformas tecnológicas de logística.**

(Ciudad de México, 17 de mayo del 2021).- La edición del Hot Sale 2021 está por comenzar y las expectativas que genera, principalmente en este año, son bastante altas e interesantes debido a diversos factores como el incremento y aceptación del comercio electrónico y la logística de última milla, que se han convertido en modelos con los que se convive a diario.

La iniciativa se realizó por primera vez en 2014 con el objetivo de fomentar las compras en línea en México a través de importantes descuentos y promociones; estas prácticas han reflejado mayores beneficios y resultados desde el año pasado, cuando la contingencia digitalizó los hábitos de consumo en las personas. En el Hot Sale 2020, las órdenes de compra se incrementaron en más del 200%, lo que nos habla del éxito de las ventas en línea.

En plena cuenta regresiva para Hot Sale 2021, revisamos algunas de las estimaciones que la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) espera para este 23 de mayo, y así resaltar la importancia de un evento como este, no sólo para los nuevos modelos comerciales, sino para la reactivación de la economía a través de la innovación tecnológica.

2021, lo que proyecta el sector de envíos y el e-commerce

La tendencia de crecimiento continúa desde el año pasado y, las previsiones de AMVO sugieren que 8 de cada 10 compradores *online* en México tienen pensado adquirir algún producto o servicio. Además, el 14% de los clientes de esta edición harán su primera transacción por el canal digital. La importancia de estos datos es que reflejan la consolidación del cliente digital, pero también indican la entrada de nuevos consumidores a dichos canales.

En el tema de gastos por clientes, la asociación estima que el 20% de los consumidores destinará entre 7,500 y 10 mil pesos y otro 20% buscará utilizar más de los 10 mil pesos en categorías como electrónicos, moda y electrodomésticos, que son las que están llamando más la atención de los consumidores.



Más de la mitad de los consumidores, (54%) usará esta iniciativa para comparar precios y variedad antes de decidir una compra, sin embargo, lo destacable es que se ha notado un gran aumento en el tema de tranquilidad en las compras. Desde la edición 2020, 8 de cada 10 consumidores afirmaron sentirse seguros o muy seguros de hacer una compra en Hot Sale.

¿Y los envíos a domicilio?

Como efecto de la cuarentena, y debido a las ventajas de las plataformas como la trazabilidad, optimización y comodidad, las soluciones de entregas volverán a ser pieza fundamental para el éxito del Hot Sale. Combinar una buena compra con una entrega hasta la comodidad del hogar, forman la pareja perfecta del comercio electrónico.

En la edición 2020, el envío a domicilio fue la principal forma de recibir un producto, siendo solicitado por más del 90% de clientes. En este sentido, Lalamove proyecta que las entregas de última milla crecerán al menos un 60% durante los días del evento digital. Si bien entre las ventajas más significativas es que 6 de cada 10 compradores recibieron sus compras con envíos gratis, existen desafíos para solucionar este año, por ejemplo, el tiempo de espera, el cual aumentó en 2020 derivado de la contingencia de salud.

Sobre esto, Christophe Milhères, Managing Director de Lalamove México, apuntó: *“Nos hemos concentrado en optimizar los tiempos de entrega de los productos. Sin duda será el reto más grande de la última milla en el Hot Sale, pero así como surgen los desafíos, también se crean las soluciones. En Lalamove nos enfocaremos en reforzar características como optimización de rutas y entregas On Demand para eficientar cada envío y cerrar el ciclo de una compra perfecta”*.

Para este 2021, el Hot Sale seguirá siendo una de las mejores y más relevantes oportunidades para que las empresas impulsen sus ventas a través de ofertas y promociones atractivas para el público. La edición pasada se lograron ventas por 20 mil millones de pesos, es decir un aumento del 158% en la categoría *retail* con respecto a la edición 2019. En la actualidad, se espera un crecimiento similar gracias al establecimiento de los canales digitales y las soluciones de entregas, las cuales concentrarán sus soluciones en reducir tiempos de entrega.