

8 9 10 MAYO

HOT SALE .COM.AR



MILES DE OPORTUNIDADES
EN UN MISMO LUGAR

dentsu



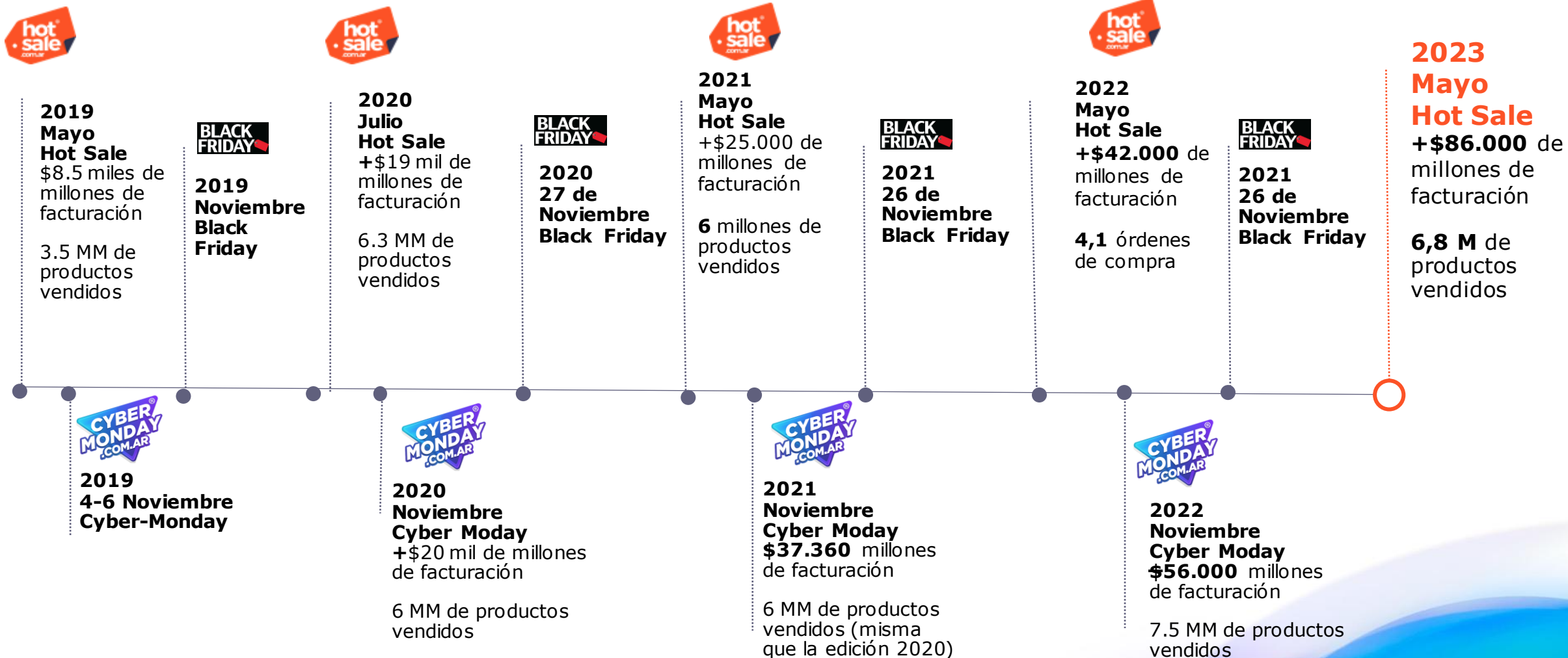
Contents

1. Contexto
2. Highlights Hot Sale 2022
3. Presencia digital
4. Novedades
5. Learnings

01

Contexto

Eventos de comercio electrónico año tras año en Argentina



Resumen 2022

eCommerce 2022 en números



FACTURACIÓN
\$42.167.000 M
+ 10% vs. 2021



PRODUCTOS VENDIDOS
381 millones
+ 52% vs. 2021



TICKET PROMEDIO
\$10.011
+ 54% vs. 2021



AMBA LIDERÓ LAS COMPRAS
Le continúan Córdoba y Santa Fe

Rubros con mayor cantidad de productos vendidos



ALIMENTOS Y BEBIDAS



COSMÉTICA Y PERFUMERÍA



INDUMENTARIA NO DEPORTIVA



HOGAR, MUEBLES Y JARDÍN



02

Highlights Hot Sale 23

Hot Sale 2023



La nueva edición del **Hot Sale** se llevó a cabo desde el 8 de mayo al 11 de mayo. El evento alcanzó una facturación de más de **\$86 mil millones** de pesos, lo que equivale a un **crecimiento de 105%** en facturación, respecto a la edición 2022. Algunas empresas extendieron los beneficios hasta el 14 de mayo.



2.8 MM

de usuarios navegaron el [sitio oficial](#) durante los 3 días



77% de las ventas

Se enviaron a domicilio por empresas de logística

RANGO ETARIO

25-34: 24%
35-44: 21%

RANKING DE PCIAS. QUE MÁS NAVEGARON LA WEB

- 1) CABA y Bs. As.
- 2) Córdoba
- 3) Santa Fe
- 4) Mendoza
- 5) Tucumán



+11%

fue lo que creció el **ticket promedio** (**\$20.800**) respecto al año 2022

960

empresas participantes

vs. **1091** en **2022**



\$86.390.890 MM

de facturación.

+105% vs. 2022

6,8 MM

de productos.

11% vs. 2022

Electrodomésticos y Aires acondicionados pasa a ser la categoría con mayor facturación en el evento

TOP 5 – Categorías con mayor facturación

2022	2023
Pasajes y Turismo	1° Electrodomésticos y Aires acond.
Electrodomésticos y Aires acond.	2° Celulares y Teléfonos
Celulares y Teléfonos	3° Pasajes y Turismo
Electrónica, audio, video y TV	4° Electrónica, audio, video y TV
Hogar, muebles y jardín	5° Computación

- Hogar, Muebles y jardín desaparece del top 5 de mayor facturación.
- Aparece en 2023 Computación en el top 5.
- A tono con el contexto de crisis económica, las que más unidades vendieron fueron alimentos y bebidas.

TOP 5 – Categorías que más unidades vendieron

2022	2023
Productos de cosmética y cuidado personal	1° Alimentos y Bebidas
Alimentos y Bebidas	2° Productos de Belleza
Indumentaria (no deportiva)	3° Indumentaria (no deportiva)
Hogar, muebles y jardín	4° Productos de cosmética y cuidado personal
Electrodomésticos y Aires acond.	5° Hogar, muebles y jardín

03

Presencia digital

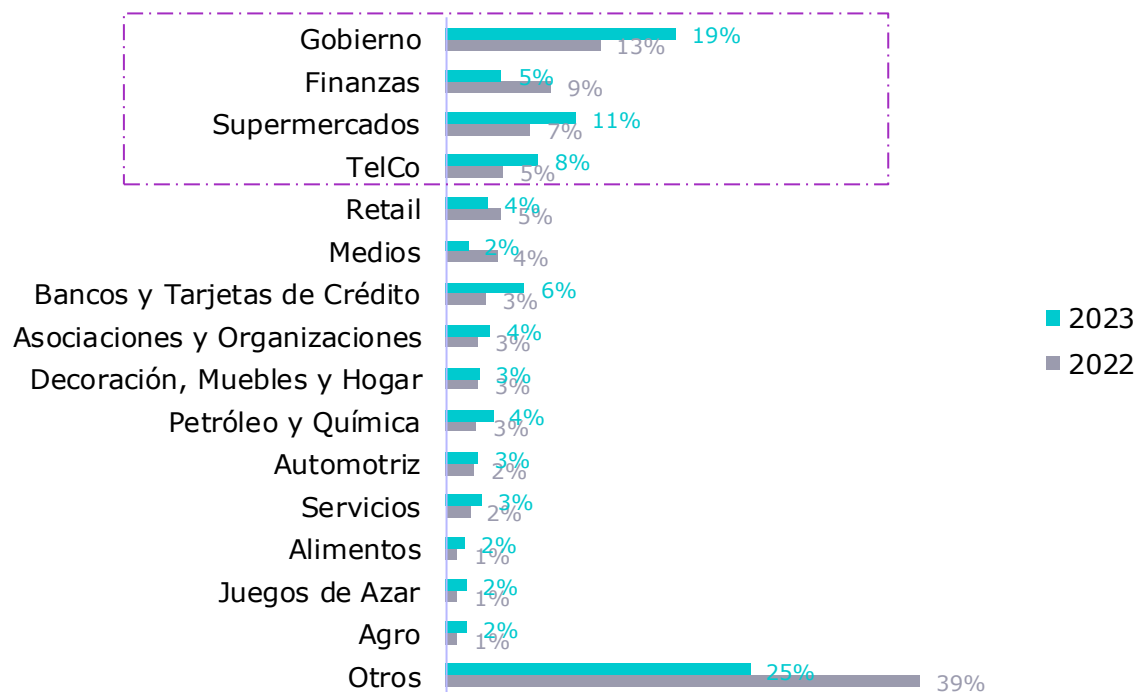


Gobierno*, Supermercados y Telecomunicaciones son los sectores con mayor presencia en el Hot Sale 2023

Comparado con el evento de 2022, el sector que más creció en share fue **Gobierno** y **Supermercados** (+6pts y +4pts respectivamente) y los que más caen son **Finanzas** (-4pts) y **Medios** (-2pts).

A diferencia del año anterior, lidera el top de anunciantes Netflix, seguido de Presidencia de la Nación y Coto.

SOV- Top 15 - Sectores 2023 vs 2022



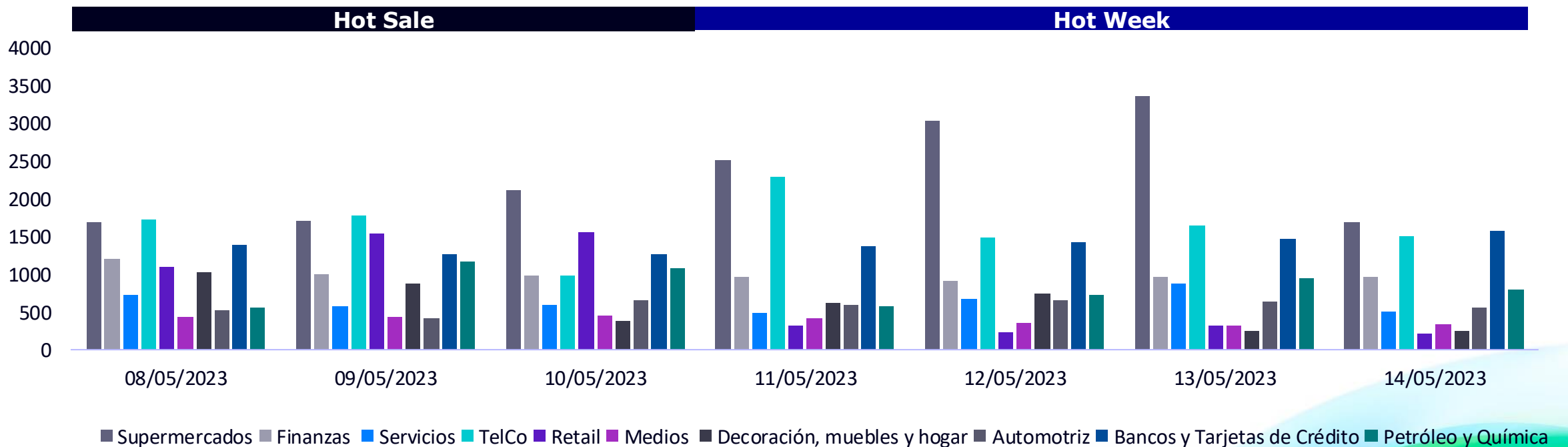
TOP 10 – Anunciantes 2022 vs 2023

2022	2023
Presidencia de la Nación	1° Netflix
Coto	2° Presidencia de la Nación
YPF	3° Coto
Netflix	4° YPF
TCL Electronics	5° Carrefour
Correo Argentino	6° Gobierno de la Prov de Bs.As.
Tiendas Coppel	7° Gobierno de Córdoba
Gobierno de Córdoba	8° Musimundo
Mercado Pago	9° Banco Nación
Montagne Outdoors	10° Gobierno de la C. de Bs.As

Nota: "Gobierno" solo reporta presencia en el período analizado, pero no como parte de Hot Sale.

Durante los 2 primeros días del evento, Supermercados y Telecomunicaciones fueron los sectores con mayor volumen de anuncios

A estos les sigue, **Bancos y tarjetas de créditos**. Hacia el final de la semana, el sector **Supermercados** se mantiene fuerte en cuanto a volumen y lidera toda la semana. **Retail y Finanzas** que lideraban el ranking de los sectores con mayor volumen en anuncios en 2022, en 2023 pierden participación.

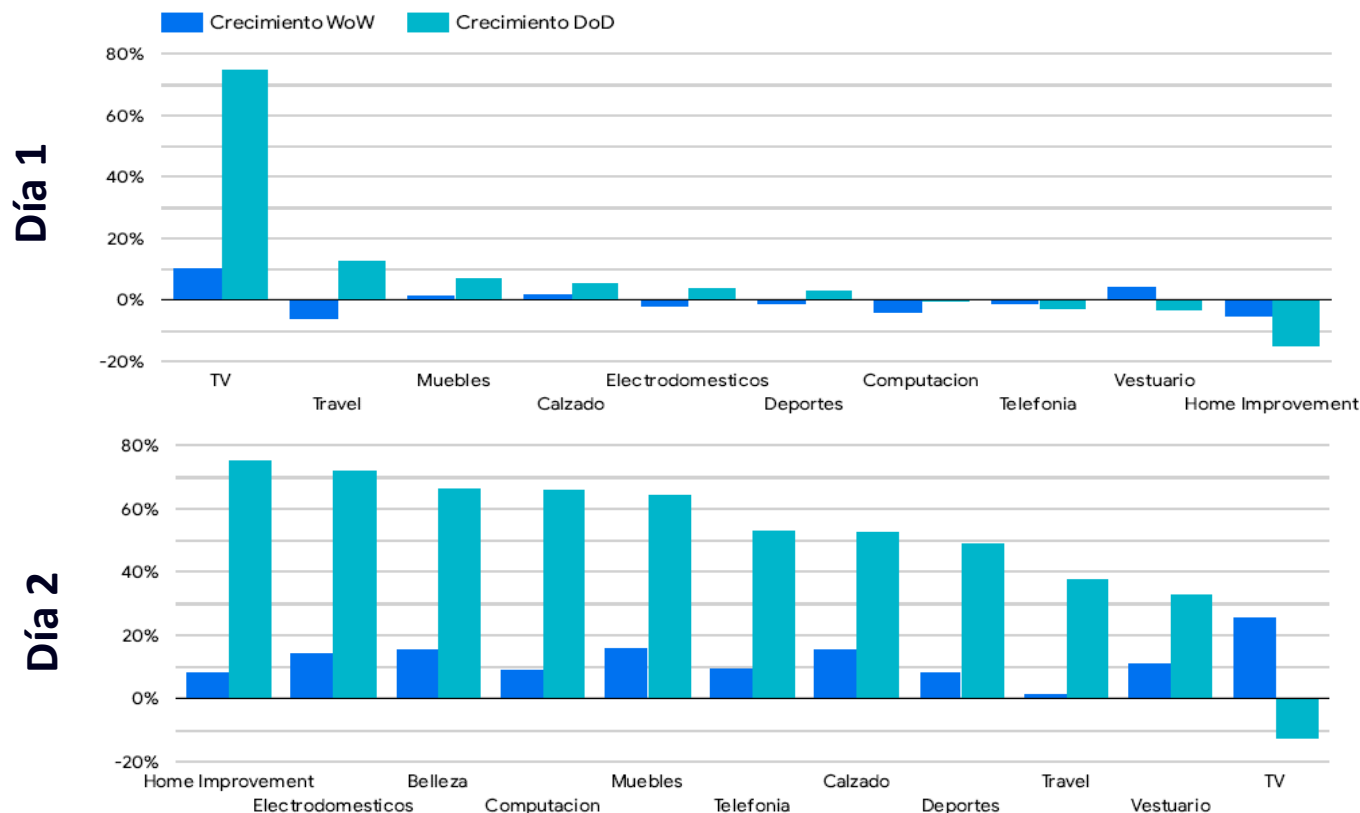


Nota: Gobierno y Asociaciones y Organizaciones se quitó del top de volúmenes de anuncios, por no pertenecer a la categoría de comercio.

Vestuario y calzado fueron las categorías más buscadas durante el evento

En el segundo día, aparece en el top 10 de sectores de búsquedas **TV** y desaparece **belleza**. El DoD día uno lo lidera **TV** que durante el segundo día decae y en el resto de las categorías se observa un crecimiento.

Crecimiento WoW y DoD día 1 y 2 del Hot Sale



TOP 10 – búsquedas Día 1 vs Día 2

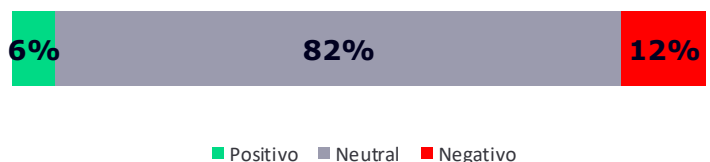
	Día 1	Día 2
Vestuario	1°	Vestuario
Calzado	2°	Calzado
Belleza	3°	Telefonía
Telefonía	4°	Travel
Travel	5°	Muebles
Electrodomesticos	6°	Electrodomesticos
Muebles	7°	Deportes
Deportes	8°	TV
Home improvement	9°	Home improvement
Computación	10°	Computación

Nota: DoD: Volumen de búsqueda para el día anterior vs. el del día anterior menos un día. | WoW: Volumen de búsqueda por los últimos 7 días vs el periodo anterior de 28 días.

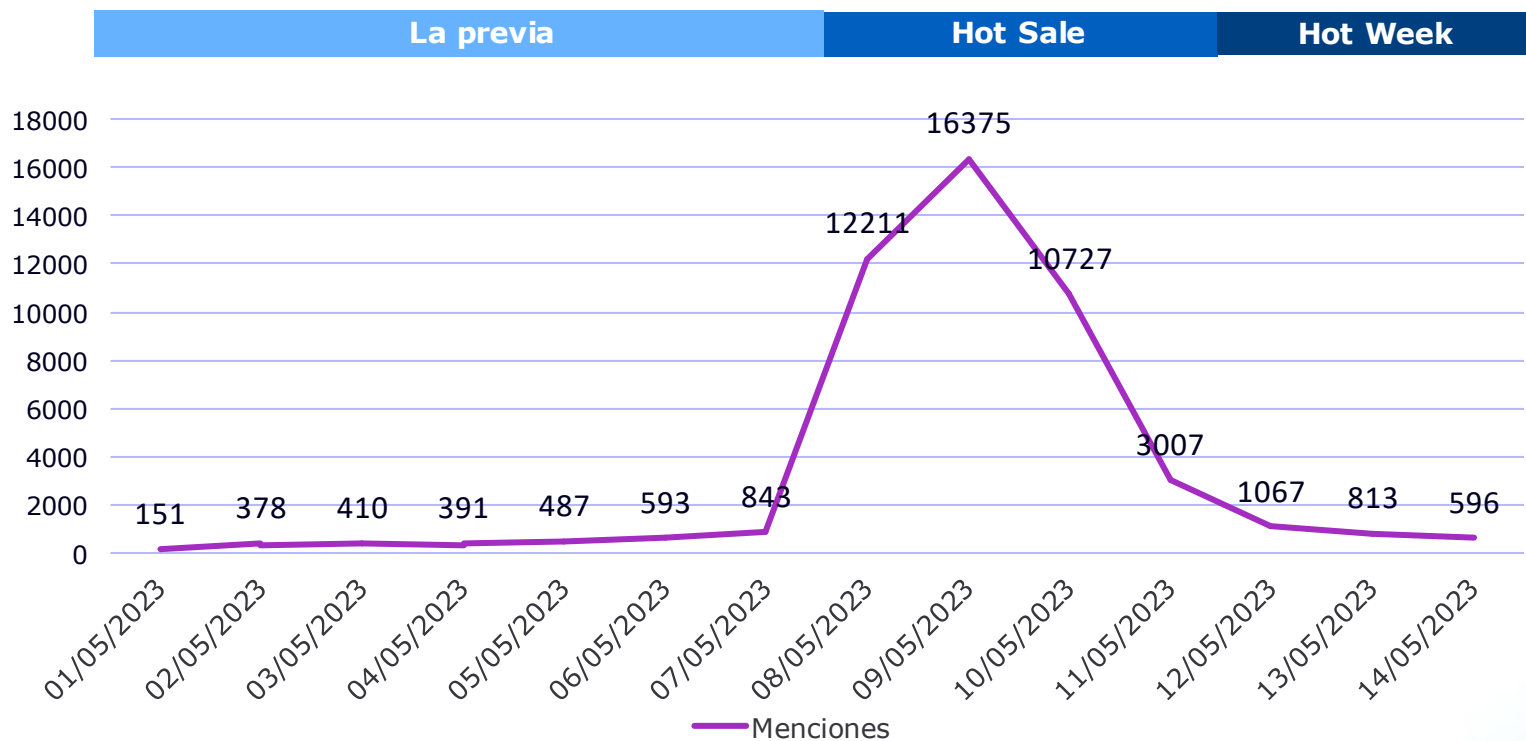
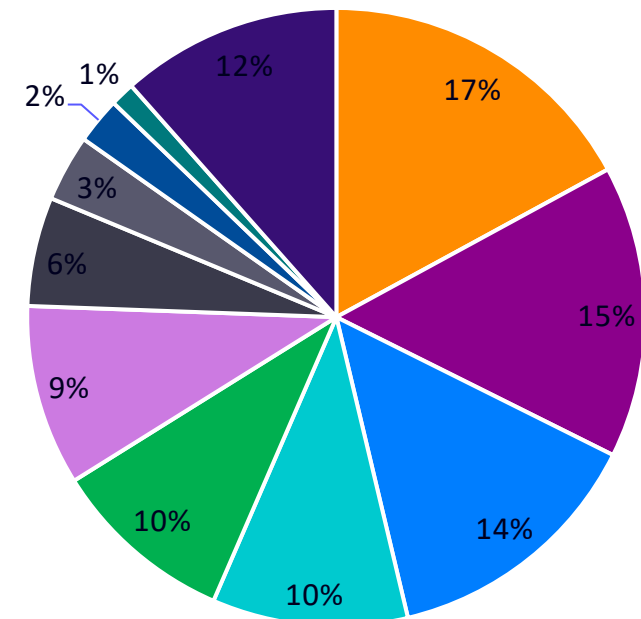
Panorama de la conversación online



Sentiment



Categorías conversadas



- Comunidad online
- Shopping
- salud
- comidas y bebidas
- Referencias
- Otros
- Adultos
- arte y entretenimiento
- personas y sociedad
- bienestar
- electrónica

Reacciones del evento en twitter

Positivo

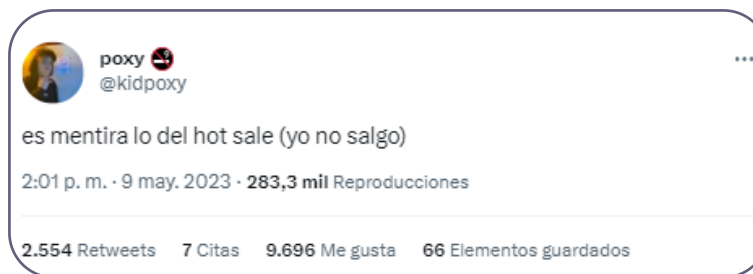
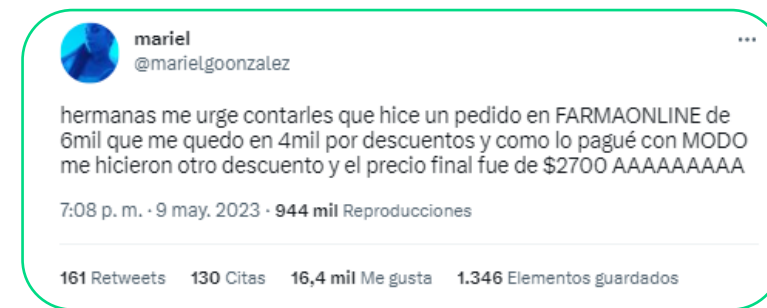
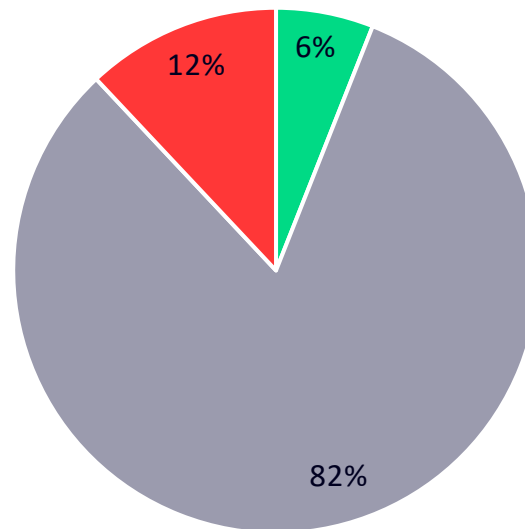
Son menciones que indican la compra o intención de compra de artículos y que aprovecharon de algún modo los descuentos. Muchos usuarios también se pasan tips para acumular descuentos.

Neutral

Son aquellas menciones que no promueven pero tampoco desaniman las compras en el Hot Sale. Algunos usuarios indican que no tienen dinero para aprovechar los descuentos y la mayoría hacen bromas sobre la fecha. Este tipo de interacción representa más del 80% de las interacciones del evento.

Negativo

Al igual que en ediciones anteriores, el sentimiento negativo está impulsado por los usuarios que dudan y consideran un engaño las ofertas del evento.



Temáticas destacadas

Desde chistes hasta compartir la situación económica y tips para comprar con mayor descuentos son algunas de las temáticas con mayor repercusión en twitter.

ampi. @ampiveгаа
hay hot sale de finales aprobados??'tiren dataaxfa
9:43 a. m. · 9 may. 2023 · 804,5 mil Reproducciones
1.276 Retweets

Dante @dante_zip
ay a ver el Hot Sale
9:48 a. m. · 8 may. 2023 · 1,3 M Reproducciones
394 Retweets 27 Citas 14,3 mil Me gusta 2.201 Elementos guardados

Jquin @BravoJoaquin_
che hay hot sale en maple de huevos?
3:16 p. m. · 8 may. 2023 · 695,5 mil Reproducciones
4.552 Retweets 238 Citas 20,8 mil Me gusta 67 Elementos guardados

poxy @kidpoxy
es mentira lo del hot sale (yo no salgo)
2 **Cochi** @CochiAguilar
Muy lindos los hot sale, pero para cuando uno de EL

mariel @marielgoonzalez
hermanas me urge contarles que hice un pedido en FARMAONLINE de 6mil que me quedo en 4mil por descuentos y como lo pagué con MODO me hicieron otro descuento y el precio final fue de \$2700 AAAAAA
7:08 p. m. · 9 may. 2023 · 944 mil Reproducciones
161 Retweets 130 Citas 16,4 mil Me gusta 1.346 Elementos guardados

PALO @palomagomezF
q se haga un hot sale la psicóloga we
10:59 a. m. · 8 may. 2023 · 346,4 mil Reproducciones
1.972 Retweets 97 Citas 7.542 Me gusta 30 Elementos guardados

venus @nacidaenvenus
prefiero ignorar el hotsale cómo una protesta al sistema de consumo desmedido y sin sentido en el que estamos sumergidos (no tengo un peso)
12:22 p. m. · 8 may. 2023 · 258,3 mil Reproducciones
959 Retweets 30 Citas 10,2 mil Me gusta 33 Elementos guardados

Mai @mairasaura
Estoy menstruando a baldazos y todas mis bombachas cómodas están para lavar y me dio un ataque de furia dije AHH NOO a mi esto no me vuelve a pasar así que me compre como 10 mientras fingía demencia y gritaba HOT SALE
3:43 p. m. · 6 may. 2023 · 232,7 mil Reproducciones
160 Retweets 27 Citas 9.222 Me gusta 124 Elementos guardados

Vicky @vickydepasuale
... dedos para no comprar nada en el hot sale pero mi cabeza
12:22 p. m. · 8 may. 2023 · 308,9 mil Reproducciones
1.622 Retweets 155 Citas 6.349 Me gusta 24 Elementos guardados

A mejorar



El evento dejó algunas prácticas que a los usuarios no les gustaron tanto y lo hicieron saber.

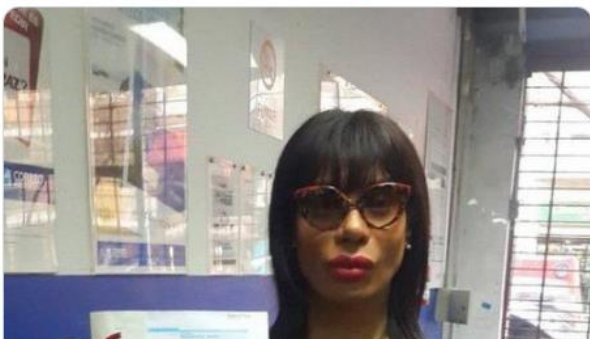
Problemas técnicos en las plataformas de ventas

Problemas de logística: desde cancelación de las compras hasta problemas con los envíos. Muchos de los envíos se demoraron de más o fueron cancelados, afectando el descuento de los productos

El Hot Sale en el marco de la crisis económica: no todos pueden aprovechar las ofertas

Ofertas poco reales o poco tentadoras para los compradores

-  **agustinaaa** @galeanoagus
...
gría entrar al farmaonline para aprovechar el hotsale y se cayó la página la puta q los parió
-  **sofi** @berrettasofi
...
entre a la página de chorros online y si tienen el producto que dicen no tener stock, solo que ahora vale el doble de lo que pague por el hotsale. se envió sola esa denuncia al consumidor 🗨️



-  **maji** @bloodean_ · 13 may.
...
hice un pedido del hot sale en farmacity y m fije ahora recién q onda como va y me salio q PROBABLEMENTE ME LLEGUE EL MES Q VIENE ?

-  **Maquita** @macacuelloo · 10 may.
...
Farmacity online es lo peooooor, una vez compré y demoró casi un mes, encima lo tenían al producto en la tienda física, reclamé pero tenía que esperar a que llegue, y ayer vi una chica en insta que se quejó de lo mismo así que nunca más 🤔 ahora a esperar jajaj
-  **Carli Bustos** @carlii_bustos · 18 may.
...
Acá esperando el pedido que no despachan...

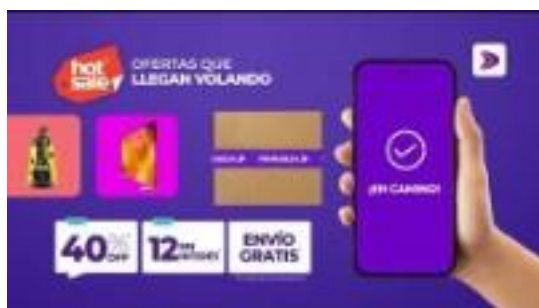
-  **paula** @PaulaCortessi
...
mirando las ofertas del hot sale sin tener un mango

-  **RO** @RomiLannot
...
Mildis pero llegué re pobre sin plata al hot sale :(les fallé hermanas 🤔
12:10 a. m. · 12 may. 2023 · 83 Reproducciones

-  **romi** @bucledestres
...
me mata cuando ponen super oferta nos volvimos locas super descuentos en la web 😂😂 y entras y una remera pasa de estar \$60.000 a estar \$59.999
1:13 a. m. · 8 may. 2023 · 11 Reproducciones
-  **florcita** @itsmeflorcita · 8 may.
...
Tengan cuidado con hot sale que varios aumentan precios antes para luego aplicarles el descuento. Dicho esto, si encuentran buenos descuentos que hayan seguido deposite aquí!
8 10 5.805
-  **Victor..** @alchomdp
...
90% de lo publicado es mentira el descuento ya que lo aumentaron días antes, el que entra ahora compra caro va hace una semana, todo muy trucho bueno estamos en argentina, no hay que comprar nada en estas falsas promociones.. saludos
10:40 a. m. · 8 may. 2023 · 488 Reproducciones

Descuentos y cuotas sin interés: estas fueron algunas de las propuestas del evento

La mayoría ofreció distintos descuentos y 3 -6 cuotas sin interés. Con mayores cuotas se destacan empresas como tienda de Banco Nación y Personal.



Farmacity @Farmacity
 ¡Llegó el HOT SALE de Farmacity! 🍀🍀🍀
 3 días llenos de ofertas para que aproveches hasta 2x1 en todas nuestras categorías sin moverte de tu casa. Ingresá a nuestra web (link en bio) y disfrutá lo mejor del Hot Sale. Tenés tiempo hasta el 12 de mayo. #HOTSALE



04

Novedades

“Style Night”

El domingo 7 de mayo, la marca Style Store realizó el primer evento híbrido en la historia del país para celebrar la previa del Hot Sale 2023.

La celebración alcanzó a más de **100.000 seguidores en vivo** en una de las plataformas de streaming más vistas de LATAM.

De este modo, en el local de Style Store Unicenter se reunieron más de **5.000 personas**, consagrándose como líder en **omnicanalidad**.



05

Learnings

1

En el Hot Sale 2023 hubo un 105% más de órdenes de compra que al año anterior y 6.8 M de productos vendidos (un 11% más que en el 2022). Aunque lo llamativo es que hubo menos empresas participantes.

2

Vestuario y calzado fueron las categorías más buscadas durante el evento en Google. Durante el segundo día, aparece en el top 10 de sectores de búsquedas **TV** y desaparece **belleza**. El DoD día uno lo lidera **TV** que durante el segundo día decae y en el resto de las categorías se observa un crecimiento al respecto del primer día.

3

Electrodomésticos y Aires acondicionados pasa a ser la categoría con mayor facturación en el evento. El sector que más unidades vendió fue alimentos y bebidas, esto nos indica que la mayoría de los consumos estuvieron relacionados al consumo diario.

4

Comparado con el evento de 2022, el sector que más creció en el share fue **Gobierno** y **Supermercados**(+6pts y +4pts respectivamente) y los que más caen son Finanzas (-4pts) y Medios (-2pts). Durante los 2 primeros días del evento, **Supermercados** y **Telecomunicaciones** fueron los sectores con mayor volumen de anuncios

5

Las menciones alcanzaron un total de 48k y el pico máximo de conversaciones tuvo lugar el segundo día. Las categorías más conversadas son **comunidad online, adultos** y **shopping**.

6

Predomina en la conversación un tipo de sentimiento neutral al respecto del evento. La mayoría de estos son chistes y memes al respecto. En cuanto a los problemas relacionados al evento, algunos usuarios señalaron problemas en las plataformas de venta, logística de envíos y descuentos pocos reales. Otros señalaron la poca posibilidad de aprovechar la fecha por la crisis económica.

Gracias

Research team

dentsu