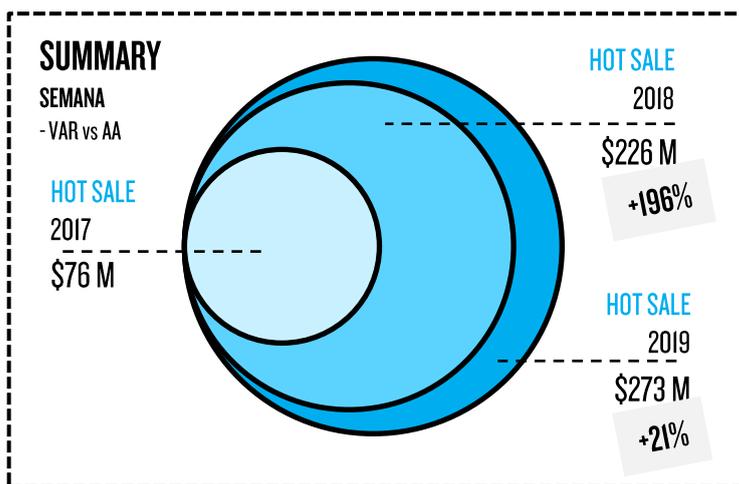


WHAT'S NEXT IN E-COMMERCE

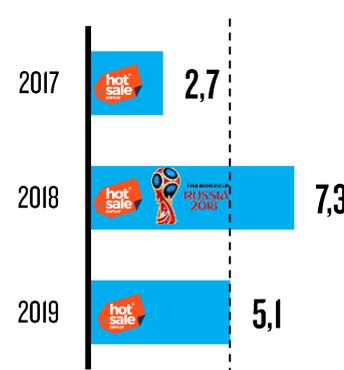
ESPECIAL EVENTOS 

HOT SALE COMO UNA OPORTUNIDAD PARA LAS CATEGORÍAS DE CONSUMO MASIVO

Las ventas de FMCG despegan en los tres días del evento, en simultáneo con las ventas de electro. Más allá de que la tasa de crecimiento se ve comprometida por el efecto mundial del año pasado, a dos años Hot Sale creció 259%, y sigue ganando importancia relativa

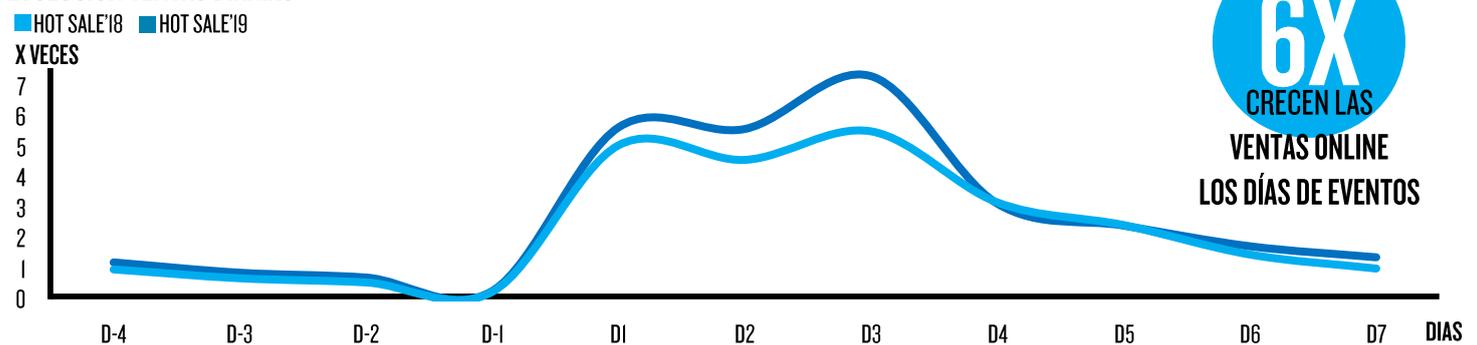


PESO SEMANA HOT SALE VENTAS ON / OFF



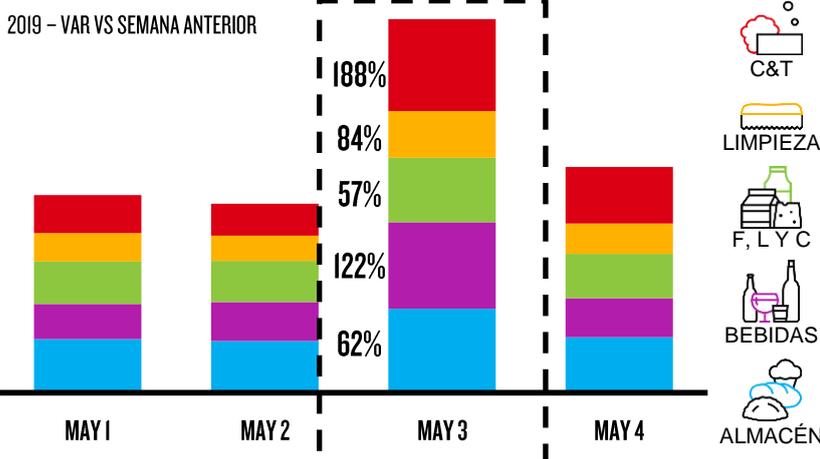
38%
REPRESENTAN LOS 3 DÍAS DE HOT SALE DE LAS VENTAS DE MAYO DE E-COMMERCE

EVOLUCIÓN VENTAS DIARIAS



6X
CRECEN LAS VENTAS ONLINE LOS DÍAS DE EVENTOS

EVOLUCIÓN SEMANAS



MAIN HIGHLIGHTS

Hot Sale se sigue posicionando en el canal, alcanzando máximos sobre las ventas offline.

Consumo masivo en esta semana particular duplica su facturación, donde categorías de bebidas y C&T llegan a triplicar su volumen versus una semana sin evento.

Este año las ventas de Cosmética & Tocador fueron las que más crecieron, con categorías como maquillajes y cremas faciales. En bebidas, se destacaron las alcohólicas: fernets, cervezas y whisky.

AA: Año Anterior - MA: Mes Anterior
Fuente: ACV, Scantrack E-commerce, 219 categorías, semanas Nielsen. Facturación.