

**VOLVERÁN A LA CAZA DE OFERTAS 9 DE CADA 10 CONSUMIDORES: ESTUDIO**

Un 94% preferirá compras digitales en este Buen Fin

Expectativas. La Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) estimó transacciones masivas tras dos años complicados por el Covid-19

EMANUEL MENDOZA CÁNCINGO

Uno de cada 10 compradores participará por primera vez en esta edición de ofertas de El Buen Fin 2023, estimó un estudio elaborado por la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) donde se precisó que hasta 94% de los compradores lo hará a través de alguna vía digital.

Según datos del Reporte de Expectativas de compra que realizó la AMVO, un mes antes de arrancar las ofertas 8 de cada 10 internautas mostraron interés en adquirir algún producto o servicio.

“La gran sorpresa para esta edición es que de verdad esperamos un consumo masivo, pero tiene que ver con el efecto de que venimos saliendo de años Covid, lo cual también da mucha visibilidad a más marcas”, comentó Daniela Orozco, directora de Inteligencia y Estudios de Mercado.

El Buen Fin que se realizará entre el 17 y el 20 de noviembre este año se ha popularizado entre los mexicanos y de acuerdo al análisis 9 de cada 10 compradores potenciales volverá a comprar este año y han participado en ediciones anteriores.

Solo 11% declaró que comprará en El Buen Fin por primera vez, un porcentaje compuesto sobre todo por personas mayores de 45 años. “Esta es una buena oportunidad para los negocios de todos los tamaños de poder segmentar las estrategias a los perfiles demográficos de sus consumidores”, destacó la asociación.

Entre las razones para la compra se encuentran el aprovechar los descuentos y promociones según un 68% de encuestados, aprovechar algún servicio 54% y encontrar mejores promociones según el 44%.

Hay una gran oportunidad para las marcas pequeñas de crecer y adquirir nuevos posibles clientes a través de las ofertas”

DANIELA OROZCO
Analista de la AMVO



EXPECTATIVA. Un 69% de mexicanos aceptó que aprovechará los descuentos en esta edición.

Daniela Orozco analista de la AMVO, agregó que “hay una gran oportunidad para marcas pequeñas de seguirse posicionando y utilizar estas ofertas como la generación de nuevos clientes, muchos compradores serán recurrentes y otros más se están animando a participar en esta edición”.

El 94% de los potenciales compradores tiene planeado realizar compras combinando canales físicos y digitales. Mientras que 3 de cada 10 tienen pensado realizar sus compras exclusivamente en un canal digital.

Acerca de las categorías que despiertan mayor interés, el informe destaca Moda, Electrónicos y Viajes. Se observa una tendencia al alza en el interés de distintas categorías, marcada por la preferencia de distintas generaciones; por ejemplo, personas de 25 a 34 años están interesadas principalmente en categorías de Moda y Belleza, los de 35 a 44 años planean comprar Electrónicos. Por su parte, el grupo de edad de 45 a 54 años está interesado en adquirir Viajes.

Y para aprovechar los descuentos, seis de cada 10 declararon que revisan precios de los posibles productos a comprar hasta con un mes de anticipación.

Referente a los métodos de pago, la tarjeta de crédito continúa como preferido entre los compradores potenciales.

Pero hay otros métodos, como las tarjetas de débito y departamental y otros métodos de pago no bancarizados, que toman relevancia en comparación con el año anterior. También

¡GANGA!

Ocho de cada 10

Internautas mostraron interés de participar en los descuentos de El Buen Fin 2023, según un sondeo a consumidores digitales.

De 25 a 34 años

Prefieren adquirir productos de los canales de moda y belleza, sector que ha crecido considerablemente en compras online.

Hasta 86%

Prefirá que su compra sea entregada en la puerta de su domicilio; mientras 6% irá a un casillero inteligente.

es visible la oportunidad que existe para reforzar el uso de métodos alternativos como las compras a plazo sin tarjeta para aumentar la frecuencia de compra en línea.

Sobre las preferencias de entrega de los productos adquiridos, el envío a domicilio se posicionó este año según la encuesta como el método favorito para 86%, pero también hay un mayor interés de recolectar los productos comprados en tienda física 21% y en casilleros inteligentes un 6%.