

Datos esenciales para que tu marca arrase en El Buen Fin 2023

Un estudio revelador que te ayudará a desplegar las últimas campañas del año como nunca.



Aunque en 2022 las compras de los mexicanos tuvo una reducción del 54% en gastos mensuales, 2023 se presenta con una recuperación en la confianza hacia la economía nacional y los hogares mexicanos.

¿Listos para impulsar las ventas online en el último trimestre del año?

Accede a los datos y estadísticas que hemos extraído para que puedas apoyar tu próxima estrategia en el período más alto de compras del año.



El impacto de la inflación en El Buen Fin

Ventas

La inflación opacó El Buen Fin en 2022 con un 30% menos de lo esperado en ventas. Sin embargo, el ticket promedio creció de \$5,800 a \$7,700, más de 24 puntos porcentuales.

Ventas totales en cada edición de El Buen Fin



Confianza del consumidor

La confianza del consumidor decreció en 2020, aunque ha ido aumentando a lo largo del tiempo. En el último año, su mejor nivel aparece desde noviembre del 2021.

Confianza del consumidor, en el mejor nivel desde nov. 2021



Las compras durante El Buen Fin 2022

Ventas totales

Se generó \$134.4 mil millones de pesos

60%

de los internautas compraron en El Buen Fin 2022

Destacan: hombres, ABC+, bancarizados

40%

no llegaron a participar en El Buen Fin 2022

Destacan: +45 años, D+DE, no bancarizados

Participación de los internautas mexicanos

6 de cada 10

internautas mexicanos (+18 años) declararon haber comprado algún producto o servicio durante El Buen Fin 2022

Incremento del ticket promedio online y formas de pago

El ticket promedio tuvo un incremento mayor en todas sus formas frente al total de la campaña, destacando el crecimiento más alto en compras a débito.

Generó \$23.7 mil millones en ventas online



Evolución del ticket promedio online



Categorías más compradas



Adquisición de productos

Durante el 2022, el 77% de los compradores adquirieron algún producto combinando el canal físico y el digital.

Lugar de compra



Lugar de recogida



Proyecciones para El Buen Fin 2023

8 de cada 10 internautas planean adquirir algún producto en esta próxima temporada:

Por qué comprarán

El 89% de los compradores potenciales de esta campaña serán recurrentes, pero ¿por qué comprarán?

- **El 68%** por los descuentos y promociones.
- **El 54%** por la amplia variedad de productos y servicios ofertados.
- **El 44%** porque hay mejores promociones y descuentos que en otras campañas del año.

Categorías de mayor interés de compra por edad

- Entre los **25-34 años** **Belleza**
- Entre los **34-44 años** **Electrodomésticos**
- +45 años** **Viajes**
El 11% comprarán por primera vez durante este periodo.

Ciudades donde habrá mayor interés ante la campaña de El Buen Fin 2023

- 📍 Ciudad de México
- 📍 Zacatecas
- 📍 Morelos
- 📍 Aguascalientes

Formas de pago

- Tarjeta de crédito **76%**
- Tarjeta de débito **59%**
- Tarjeta departamental **36%**

Atributos de compra

- El **36%** lo hará mediante **financiamiento** (meses sin intereses, compra ahora y paga después).
- El **32%** aprovechará sus **puntos o bonificaciones**.
- El **18%** utilizará **otros métodos** de pago.



Planea tu estrategia y contempla tu presupuesto a lo largo de los días

Antes de El Buen Fin

Fija tu estrategia y organiza tu presupuesto, la audiencia a la que quieras llegar y los canales en los que vas a impactar a tus potenciales clientes.

Durante El Buen Fin

Monitorea tus campañas y amplía tu alcance. Investiga y mide cada interacción para localizar puntos positivos y de mejora.

Después de El Buen Fin

Revisa y analiza tus reportes de manera que comprendas el comportamiento de tu audiencia, en dónde tuvieron mayor interacción con tu producto o servicio y cuál ha sido tu ROI.

No todo termina aquí

Recuerda que viene Navidad y los compradores potenciales siguen. Enfócate en acciones de retargeting, sigue presente en tus impactos y no te olvides de analizar tus reportes.

5 soluciones estratégicas para El Buen Fin

- 1 Conoce y acerca el Buyer Persona a tu anunciante con **Antevenio Targeted Audience**.
- 2 Selecciona el formato adecuado para tu campaña (CPM, CPC) y alcanza el éxito.
- 3 Planea una estrategia de SEO Social en redes sociales para aumentar el alcance y eficacia de las campañas.
- 4 Detecta las oportunidades de tu negocio mediante los análisis de los constantes **cambios en las tendencias digitales**.
- 5 Analiza las métricas correctas para superar el objetivo de tus campañas.

Fuentes: AMVO. Estudio resultados del buen fin, AMVO. Reporte de Temporalidades 2021, El economista. Nota Confianza de los consumidores mexicanos toca su mejor nivel desde noviembre 2021, INEGI Estudio. Confianza del Consumidor, El economista. Nota El Buen Fin 2022 genera repunte en el gasto de los consumidores.