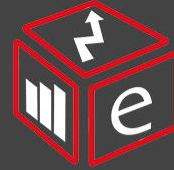


Estadística Digital



Asociación de
Internet.mx

Noviembre 2018



Objetivo



- Conocer la percepción de los compradores y no compradores sobre la iniciativa Buen Fin 2018



Metodología y Muestra



- Se realizaron 1,592 entrevistas digitales.
- Del 20 al 25 de Noviembre de 2018.
- La duración de la entrevista fue de 3 minutos.



Relevancia Digital

...

Relevancia Digital



Las búsquedas digitales en noviembre 2018 sobre la palabra “buen fin”, **560 mil de manera orgánica**, esto representa un **crecimiento de 24%** con respecto a 2017.



Regiones con mayor interés sobre “buen fin”: CDMX, EdoMEX y Querétaro.

Consultas relacionadas sobre “buen fin”: **horarios, Folletos y “cuando acaba”**.



Youtube México, “buen fin”, **10% de crecimiento de consultas** respecto a 2017. Regiones con mayor interés: CDMX, EDOMX, Chiapas. Consultas relacionadas sobre “buen fin”: Errores, engaño y memes



Fuente: Google Trends, Google Ad preview y Keywords Finder, elaborado por Central

Relevancia Digital



Sitio web Elbuenfin.org

Mejóro 12% el ranking vs 2017 a nivel mundial, actualmente está en el rank de popularidad 1250 de México.



1.8 páginas vistas por visitante / 2:15 tiempo en el sitio. / **80%** del tráfico se origina en buscadores

El sitio carga en 2.8 segundos (73% de los sitios son más veloces)

Lo visitan más hombres que mujeres (ligeramente), principalmente en edades 25 -34

Fuente: <https://www.alexa.com>, elaborado por Central Media



Sitios web en México, Tema: buen fin, periodo Noviembre 2018

Principales temas;

Consejos y tips

Tiendas Engañosas

Estadísticas

Compras inteligentes

Formas de pagos e intereses



Los comercios electrónicos en México:

Realizan ofertas del 30% a un

50% de descuentos resaltando el mayor beneficio de envíos gratis.

Fuente: MOz Web Mentions., elaborado por Central Media



Relevancia Digital



Seguidores en perfil oficial: **1.18 millones**

Mensaje con más interacciones antes del evento (12/nov/2018): “Es importante que antes de realizar una compra en #ElBuenFin hagas una lista de lo que necesitas y analices si puedes costearlo”

Mensaje con más interacciones durante el evento(15/nov/2018):“transmisión en vivo anunciando el inicio de “El Buen Fin”.



El hashtag que tiene mayor número de interacciones es **#SorteoBuenFin**



La conversación estuvo orientada a quejas sobre la operación de las empresas en el evento. Los usuarios emitieron comentarios negativos sobre los precios y ofertas de este fin de semana.

Los usuarios utilizaron esta red social para advertir sobre la **validación de ofertas** por parte de algunas empresas.

Fuente: SocialBakers, elaborado por Central Media



Relevancia Digital



Seguidores en perfil oficial: **50 mil**



El hashtag #BuenFin2018 se posicionó como **Trending Topic** desde el **martes 13 de noviembre**; los usuarios también utilizan la variante #BuenFin para hacer mención del evento.

34.4M de personas **se impactaron** de algún mensaje relacionado




En general, los usuarios expresan **su inconformidad** con la operación de algunos **establecimientos** y la veracidad de las ofertas publicadas.

Los usuarios conversaron en torno al tema **de equivocaciones de las tiendas**, en tono sarcástico al considerar este tipo de errores comunes en la iniciativa.



Fuente: SocialBakers, elaborado por Central Media



Compradores

...

Demográficos

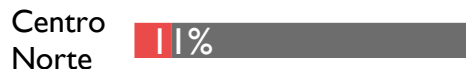
GÉNERO



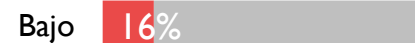
EDAD



ZONA



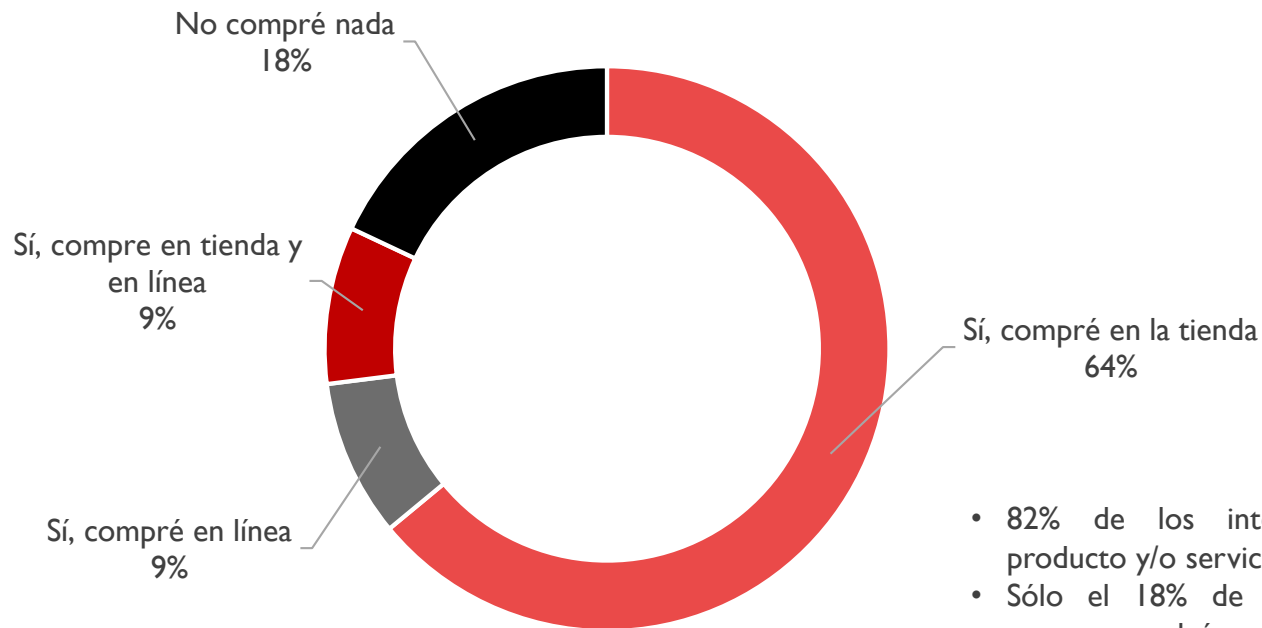
NSE



* Fuente: 14° estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2018 – Asociación de Internet .MX



¿Compraste algún producto y/o servicio durante el buen fin 2018?

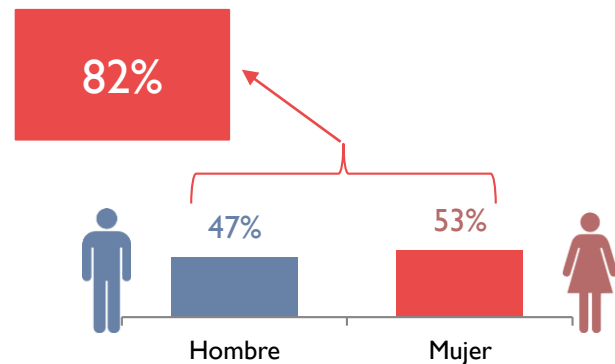
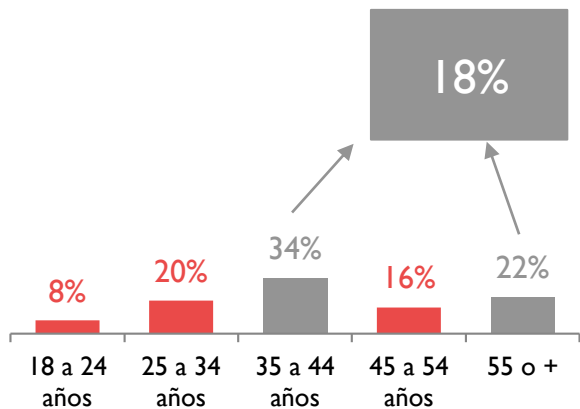


- 82% de los internautas compraron algún producto y/o servicio durante el Buen Fin.
- Sólo el 18% de los internautas en México compraron algún producto y/o servicio en línea durante el buen fin.



Base: 1,592 entrevistados

¿Compraste en línea durante El Buen Fin 2018?



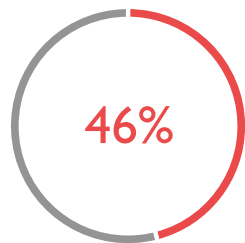
- 2 de cada 10 internautas compraron en línea durante el Buen Fin.
- Internautas entre los 35 y 44 años principales compradores, destaca la participación del segmento de usuarios de 55 años o más, mostraron el mayor crecimiento respecto a 2017.

- Mujeres las que menos compraron durante esta iniciativa.
- Por NSE, el 78% del segmento Alto fue el que menos sumó.

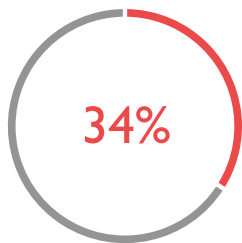


Base: 1,592 entrevistados

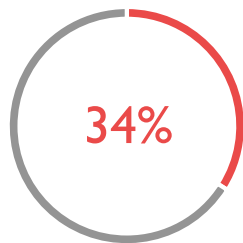
¿Por qué compraste en línea durante el buen fin?



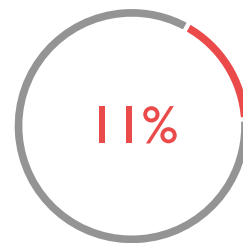
Encontré las mejores ofertas/promociones



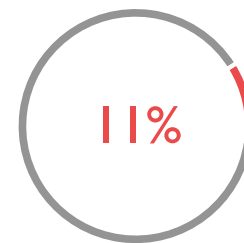
Tuve dinero para poder comprar



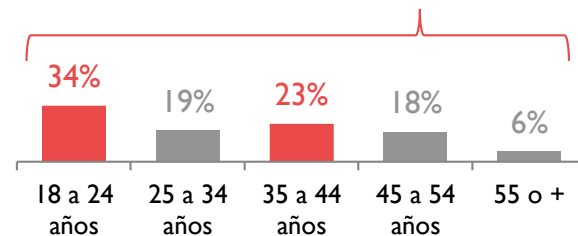
Encontré e-comercios que siempre compro



Porque vi publicidad



Es la mejor época para comprar

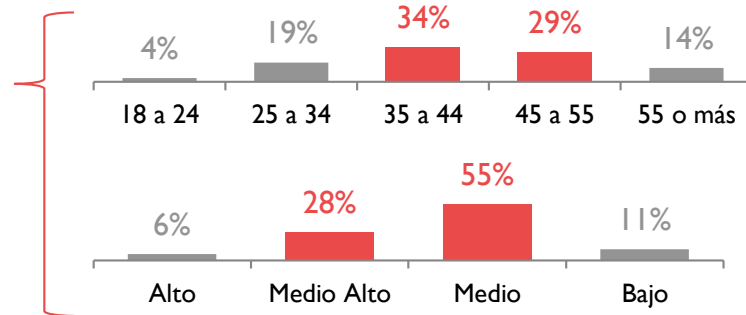
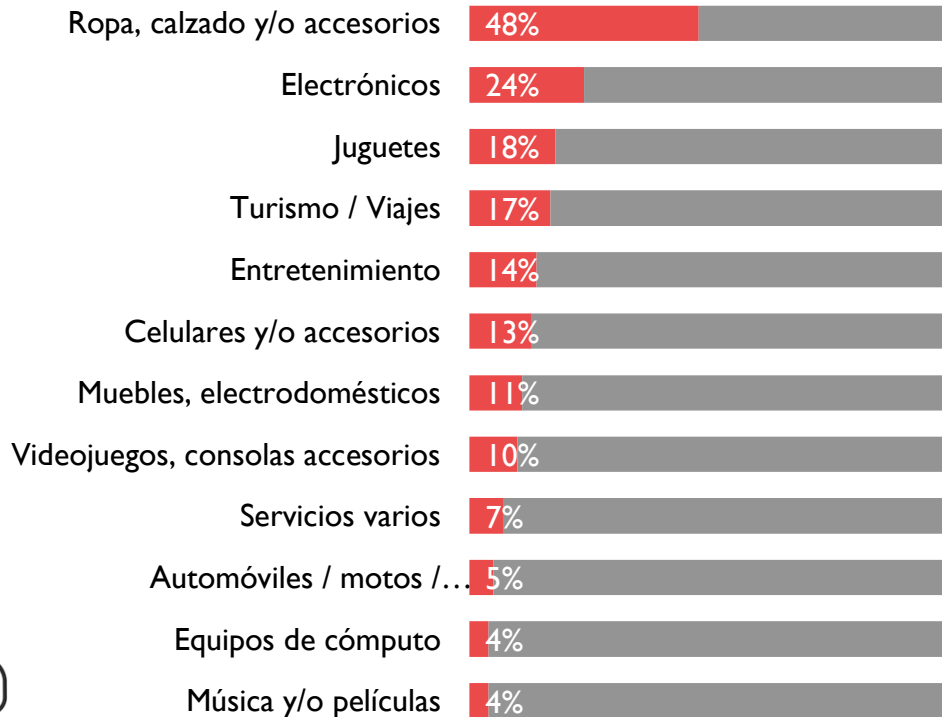


- Mejora la percepción de la iniciativa en segmentos de 55 años o más, duplican su preferencia respecto a 2017.
- El 46% de los internautas que compraron durante la iniciativa, encontraron mejores ofertas y promociones, 3% más que en 2017.
- El 34% tuvieron dinero para poder comprar.
- Gana terreno como una temporada fuerte de compras en línea, 1% más que en 2017.
- 20% de los internautas realizaron compras en línea, sólo por necesidad.



Base: 1,592 entrevistados

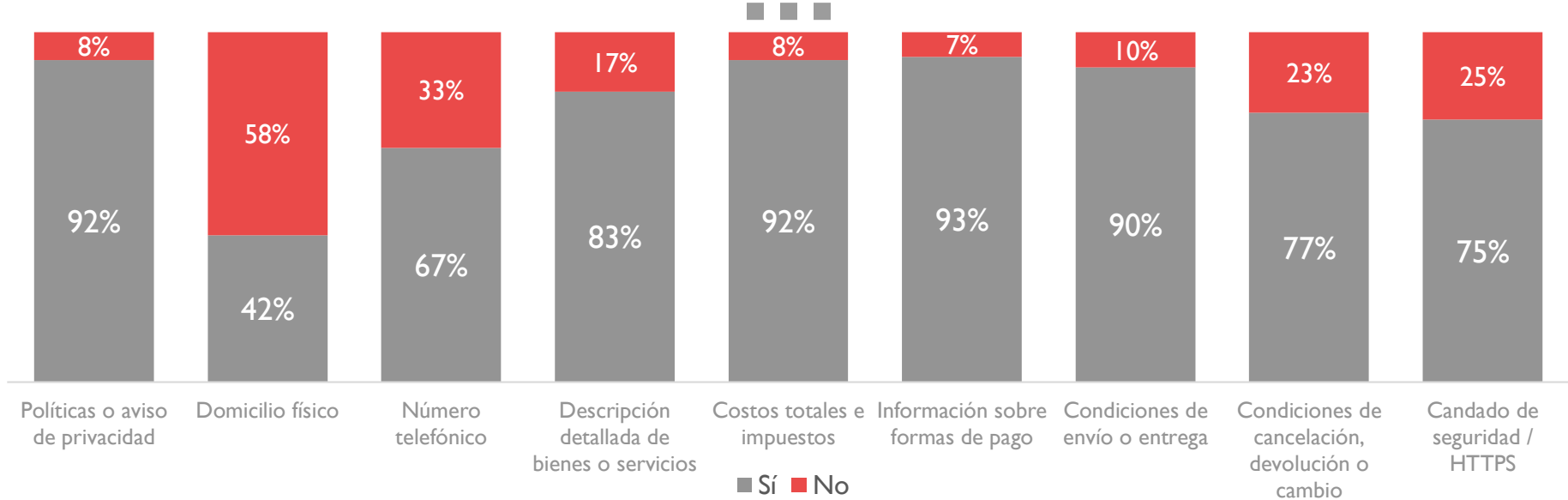
¿Qué tipo de productos compraste en el buen fin?



- Ropa, calzado y/o accesorios, Electrónicos y juguetes las tres categorías más compradas en línea.
- Turismo repunta para esta edición.
- El 63% de las Mujeres compraron Ropa, Calzado y accesorios.
- Segmentos de menor edad bajan su participación, respecto a 2017, destacable el incremento en participación del NSE bajo.



Hablando de tu experiencia de compra en línea, ¿pudiste ver la siguiente información?



- En general, se observan compradores en línea maduros, pendientes de datos importantes al momento de comprar
- Se debe trabajar; observar las condiciones de cancelación, devolución o cambios y los candados de seguridad de los sitios.
- Una barrera superada para los compradores en línea es, verificar un domicilio físico, hoy en día este aspecto cobra menor relevancia.

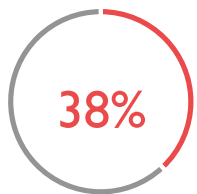


Base: 1,592 entrevistados

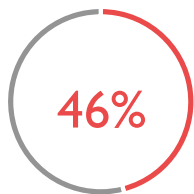
No compradores

...

¿Por qué no compraste en línea durante el buen fin?



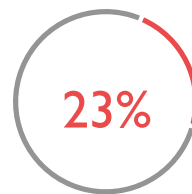
Creo que es un fraude



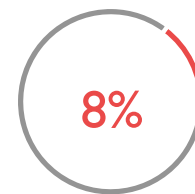
No encontré ofertas y/o promociones



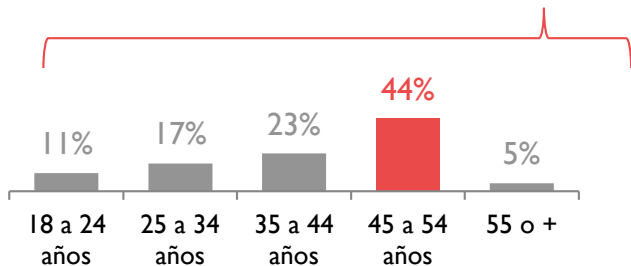
No tuve dinero para poder comprar



Participé otros años y no vi diferentes ofertas



Prefiero la tienda física

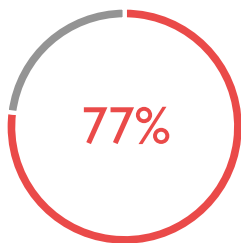


- Mejora la percepción de los usuarios respecto a fraude, 8% menor respecto a 2017.
- Empeora la percepción de ausencia de ofertas en esta iniciativa 8% más que en 2017.

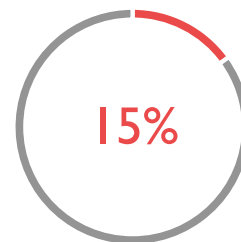


Base: 1,592 entrevistados

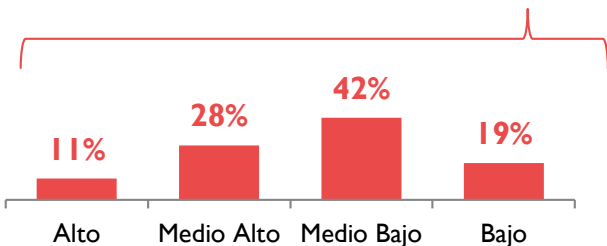
¿Qué necesitas para comprar en línea en el buen fin?



Encontrar las mejores ofertas/promociones



Tener dinero para poder comprar



- El consumidor considera que no existe un gran diferenciador de promociones durante la iniciativa, existen percepciones erróneas, respecto a las promociones ofrecidas.
- Por otro lado, la solvencia económica no deja de ser un tema relevante para poder participar.



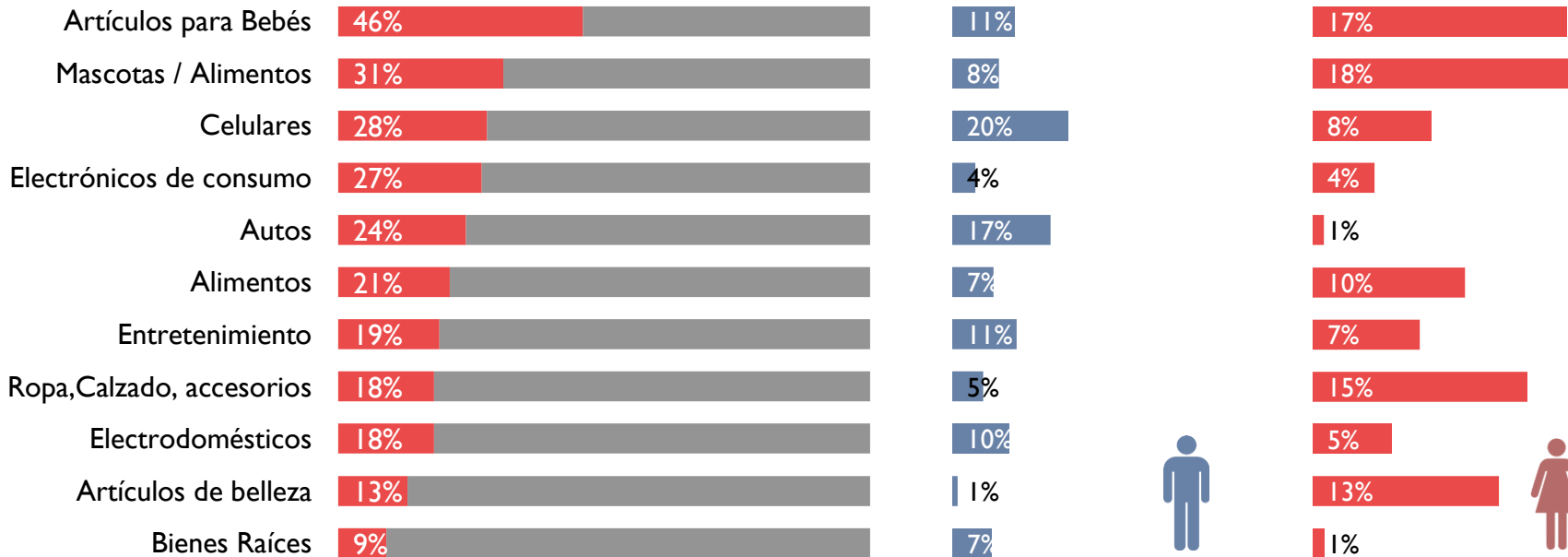
Base: 1,592 entrevistados



Deseos

...

¿Qué productos en línea te gustaría ver en 2019?



- Muy interesado el consumidor en artículos para bebé, mascotas y celulares para la iniciativa en 2019.
- Llama la atención que los entrevistados estuvieron mencionando artículos de primera necesidad.

Base: 1,592 entrevistados



Conclusiones



- 82% de los internautas compraron algún producto y/o servicio durante el Buen Fin.
- Sólo el 18% de los internautas en México compraron algún producto y/o servicio durante el buen fin.
- Internautas entre los 35 y 44 años principales compradores, destaca la participación del segmento de usuarios de 55 años o más, mostraron el mayor crecimiento respecto a 2017.
- Mejora la percepción de la iniciativa en segmentos de 55 años o más, duplican su preferencia respecto a 2017.
- El 46% de los internautas que compraron durante la iniciativa, encontraron mejores ofertas y promociones, 3% más que en 2017.
- Ropa, calzado y/o accesorios, Electrónicos y juguetes las tres categorías más compradas en línea.
- Empeora la percepción de ausencia de ofertas en esta iniciativa 8% más que en 2017.
- Muy interesado el consumidor en artículos para bebé, mascotas y celulares para la iniciativa en 2019.
- Llama la atención que los entrevistados estuvieron mencionando artículos de primera necesidad.



Estadística
Digital 

¡Gracias!

...