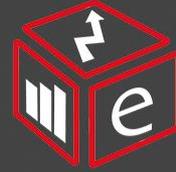


Estadística Digital



Noviembre 2016



Objetivo



- Conocer la percepción de los compradores y no compradores sobre la iniciativa Buen Fin 2016



Metodología y Muestra



- Se realizaron 1,883 entrevistas digitales.
- Del 18 al 24 de Noviembre de 2016.
- La duración de la entrevista fue de 3 minutos.



Resultados Usuarios

...

Demográficos (Sin Ponderar)

GÉNERO



EDAD



ZONA



NSE



Base: 1,883 entrevistados

Demográficos (*Ponderados)

GÉNERO



EDAD



ZONA

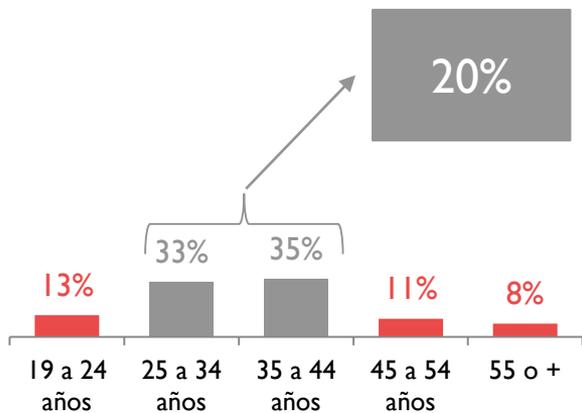


NSE

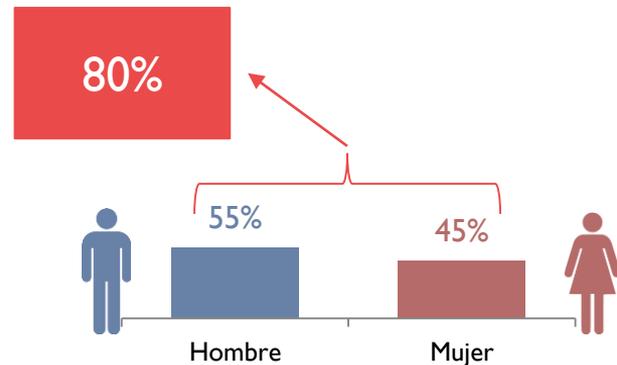


* Fuente: 12° estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2016 - AMIPCI

¿Compraste en línea durante El Buen Fin 2016?



- 2 de cada 10 internautas compraron durante el Buen Fin.
- Internautas entre los 25 y 44 años principales compradores.



- Las mujeres fueron las que más compraron durante esta iniciativa
- Por NSE, Alto (4%) fue el segmento que menos sumó.

¿Por qué compraste en línea durante el buen fin?



Encontré las mejores ofertas/promociones



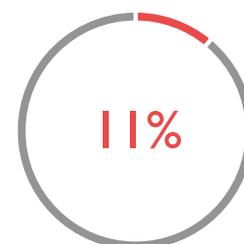
Tuve dinero para poder comprar



Porque vi publicidad

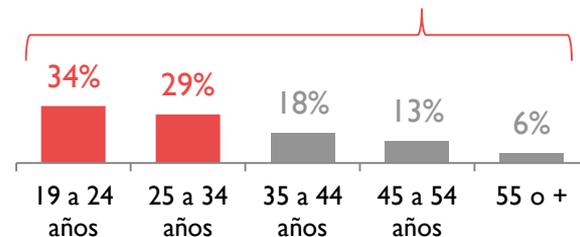


Encontré e-comercios que siempre compro

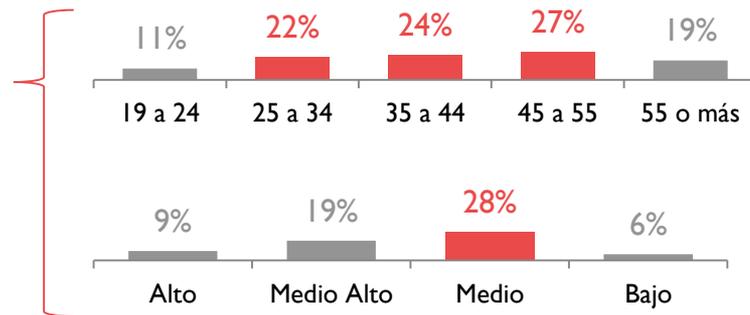
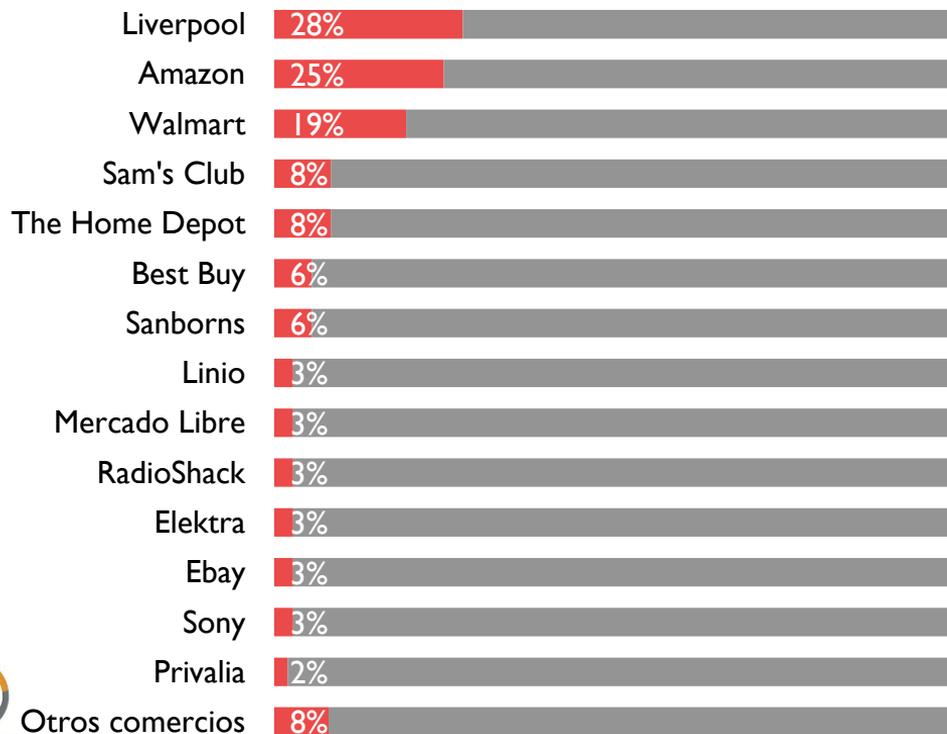


Es la mejor época para comprar

- El 50% de los internautas que compraron durante la iniciativa, encontraron mejores ofertas y promociones.
- Casi 3 de cada 10 tuvieron dinero para poder comprar.
- Los segmentos jóvenes ya consideran la iniciativa, como una temporada fuerte de compras



¿En qué comercios electrónicos compraste?



- Liverpool, Amazon, Walmart los tres comercios electrónicos más socorridos.
- Sam's, Home Depot y Best buy ganan relevancia respecto al año anterior.
- Otros comercios electrónicos de menor tamaño empiezan a generar notoriedad, el mercado crece y se diversifica.

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



No me interesa



Prefiero la tienda física



No encontré ofertas y/o promociones



Creo que es un fraude



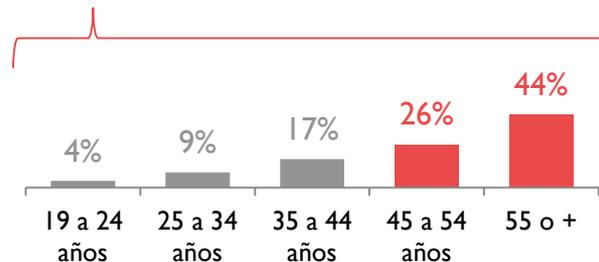
No tuve dinero para poder comprar



Participé otros años y no vi diferentes ofertas

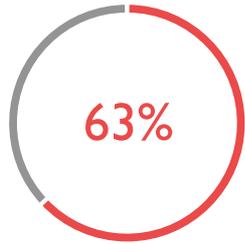


No me enteré



- Falta de interés y preferencia a tiendas físicas, son los principales motivos de no compra, en mayor medida en los segmentos de mayor edad.
- El orden de las razones de no compra, cambiaron sustancialmente respecto al año anterior, destacando la percepción de menor relevancia respecto a la temporada.
- La percepción negativa de fraude, responde a la percepción del consumidor respecto a desconocimiento del funcionamiento de la iniciativa, así como a malas experiencias en el pasado.

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



Encontrar las mejores ofertas/promociones



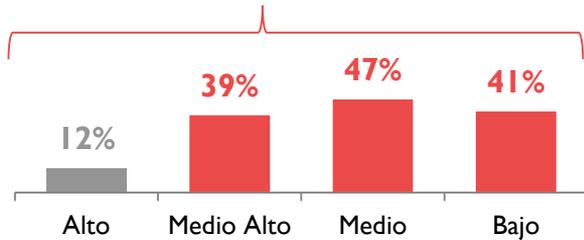
Tener dinero para poder comprar



Enterarme a tiempo

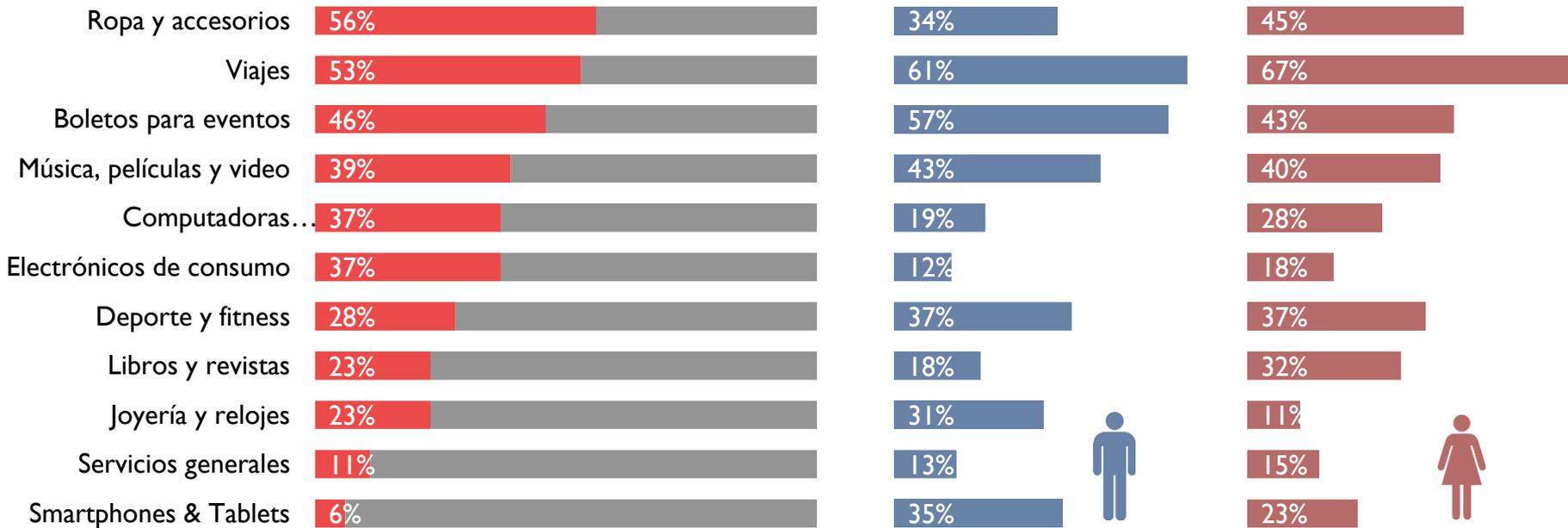


Encontrar los comercios que conozco



- 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.

¿Qué productos en línea te gustaría ver en 2017?



- Muy interesado el consumidor en viajes, ropa y accesorios, aparece smartphones / tablets,.
- Importante destacar los productos de fitness así como de entretenimiento que también los entrevistados estuvieron mencionando.



Base: 1,883 entrevistados

Conclusiones



- 2 de cada 10 internautas participaron en la iniciativa
- Perfil del comprador Hombres de 25 a 44 años, NSE medio bajo
- Principales motivos de compra encontrar las mejores ofertas y/o promociones y tener dinero
- Liverpool, Amazon y Walmart, los principales comercios en la iniciativa
- El consumidor que no participa en la iniciativa es debido a la percepción que tiene de que no existen ofertas atractivas
- Ropa / accesorios y Viajes lo más deseado en la próxima iniciativa



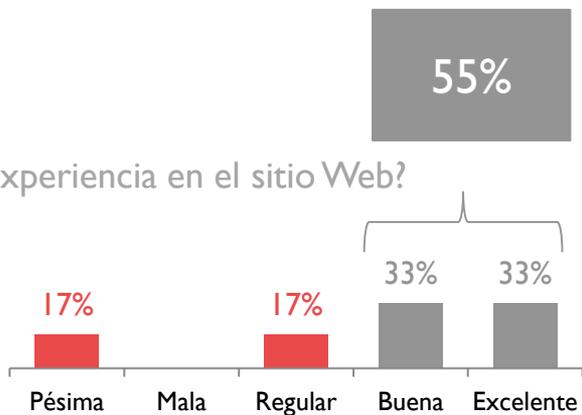
Resultados Comercios

...

¿Registraste tu empresa durante El Buen Fin 2016?



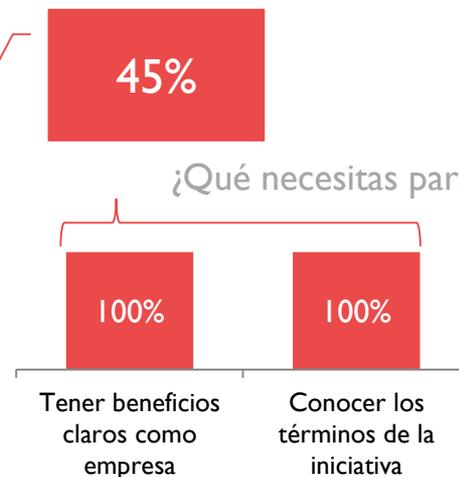
¿Experiencia en el sitio Web?



- Casi 7 de cada 10 empresas evaluadas se inscribieron al Buen Fin 2016.
- El 66% tuvieron una experiencia positiva con el sitio.

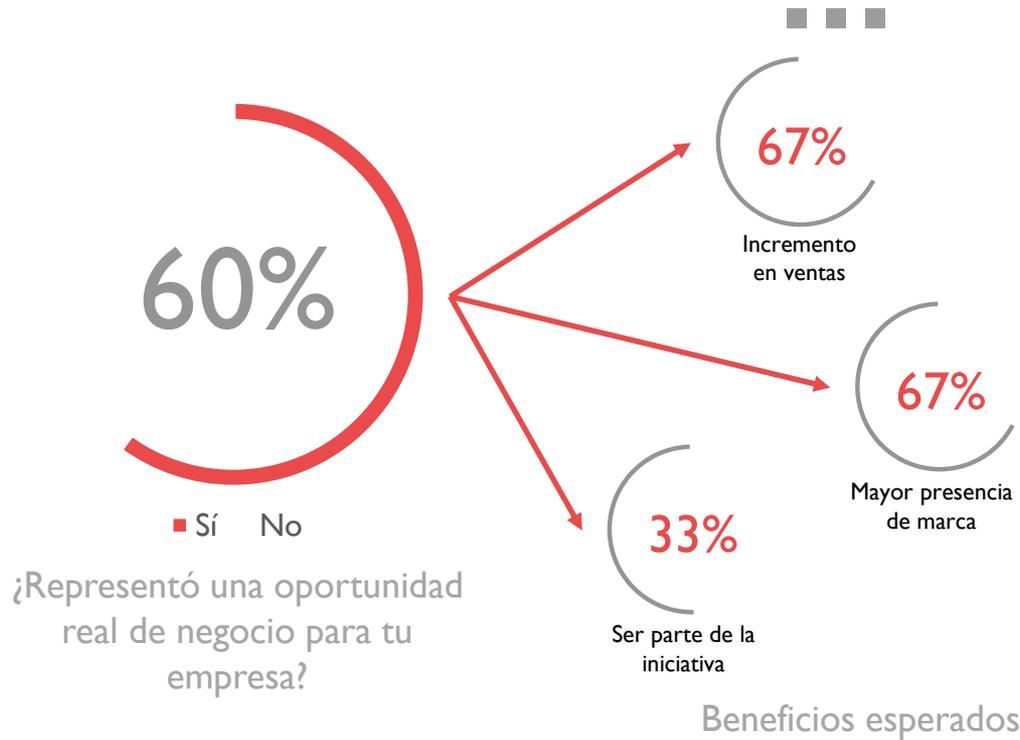


¿Qué necesitas para participar?



- Las empresas que no participaron en la iniciativa coinciden en que, es necesario conocer los términos de la misma, así como tener claros los beneficios para participar.

Comercios Participantes



- Casi 7 de cada 10 empresas evaluadas consideran una oportunidad real de negocio pertenecer a la iniciativa.
- Los beneficios esperados son, incrementar ventas, mayor presencia de marca (67%)

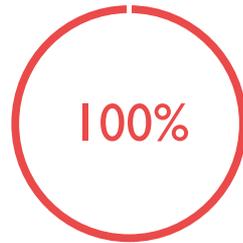
Comercios NO participantes



¿Cuál es el motivo o razón para no participar en la iniciativa?



No me enteré



Ya participamos y no nos sirvió



No me interesa



Es un gasto no una inversión

- La falta de información es un común denominador para no participar en la iniciativa.
- Y coinciden otros comercios, que han participado en anteriores años y no les generó ningún valor.

Conclusiones



- Casi 6 de cada 10 empresas entrevistadas participaron en la iniciativa 2016.
- El 66% de las empresas entrevistadas tuvieron una experiencia positiva con el sitio.
- 60% de las empresas entrevistadas considera a la iniciativa como una oportunidad real de negocio, en incremento de ventas y mayor presencia de marca.
- Las comercios que no participan se debe a falta de información y a malas experiencias en el pasado.
- Para participar en la iniciativa los comercios requieren mayor información, conociendo los términos de la iniciativa y tener claros los beneficios de participar.



Debido a la baja participación en el estudio (**8 empresas entrevistadas**), el análisis presentado, carece de representatividad estadística.



¡Gracias!

...

**Estadística
Digital**

