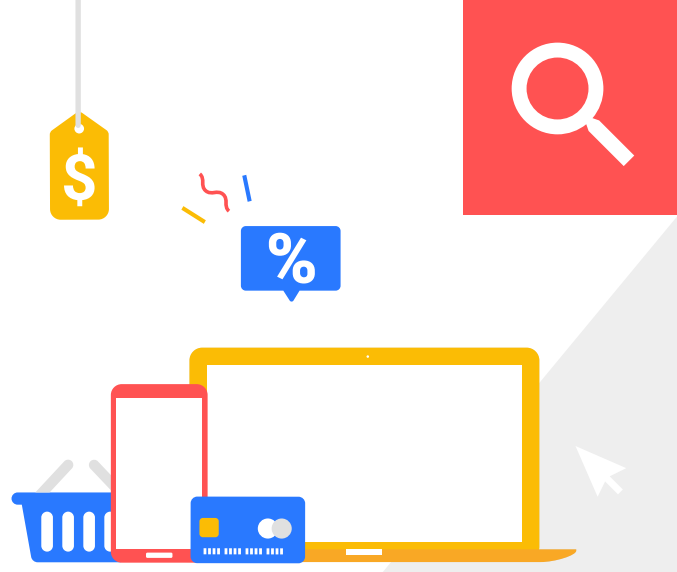



# El Buen Fin <sup>©</sup>

Las ventas de El Buen Fin <sup>©</sup> aumentaron más de 10 millones de pesos del 2015 al 2016, y cada vez son más los consumidores que recurren a Internet para evitar el desgaste que implican las interminables filas en las tiendas.<sup>1</sup>



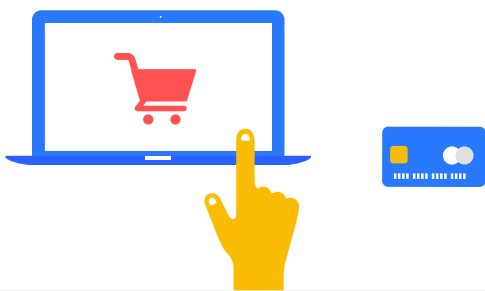
 24%

de crecimiento en búsquedas sobre El Buen Fin <sup>©</sup> de un año a otro.<sup>2</sup>

 63%

de las búsquedas se realizan desde dispositivos móviles.<sup>2</sup>

Las compras en línea se han convertido en un medio imprescindible para incrementar las ventas de las marcas.



De 2013 a 2015 se duplicaron las ventas online<sup>3</sup>



53%

de todas las ventas de El Buen Fin <sup>©</sup> involucran investigación en línea o compras equivalentes a \$47 mil millones de pesos<sup>4</sup>

Presta atención a las siguientes recomendaciones para capitalizar esta gran oportunidad.



**2 semanas antes** comienzan las búsquedas<sup>5</sup>

 71%

del volumen de búsquedas no se han decidido por ninguna marca



**Electrónica** es lo que más declaran comprar los consumidores durante El Buen Fin<sup>6</sup> (en especial los hombres)

#### Fuentes:

<sup>1</sup>Secretaría de Economía, México, 2016.

<sup>2</sup>Google. Datos internos, México, 2015.

<sup>3</sup>CONCANACO (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo), Secretaría de Economía, Redegal, México, 2016.

<sup>4</sup>Google. Datos internos, ventas online + offline / Google Consumer Surveys (1000 encuestados) / CONCANACO (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo), Secretaría de Economía, Redegal, México, 2016.

<sup>5</sup>Google. Datos internos, búsquedas relacionadas con "Buen Fin". Las búsquedas usan ejes independientes y están indexadas, México, noviembre 2015.

<sup>6</sup>Google. Datos internos, GCS (100 encuestados), México, 2016.