

El Buen Fin 2020 buscará maximizar las compras en línea y el servicio de entregas inmediatas

- La AMVO apunta que 7 de cada 10 compradores digitales están pensando en adquirir algún producto o servicio durante El Buen Fin.
- El 41% de los consumidores realizará una compra online; solamente un 4% de personas adquirirán un producto en una tienda.
- Ernst & Young apunta que el 37% de las personas piensa aprovechar promociones digitales.
- La edición 2020 extenderá su duración a 11 días, del 9 al 20 de noviembre.

(Ciudad de México, 03 de noviembre de 2020).- Noviembre marca una fecha de oportunidades en la promoción de diversos productos y servicios por medio del Buen Fin. En esta época del año, mucha gente ahorra una parte de sus ingresos para aprovechar los descuentos que las tiendas ofrecen y así adquirir algún artículo de primera necesidad, de entretenimiento, o para renovar algún servicio o producto en sus casas. De acuerdo con la AMVO, 2 de cada 10 mexicanos planean gastar más de 10 mil pesos durante estas fechas.

Sin embargo, la pandemia ha cambiado de forma importante los hábitos de compra y venta en todo el mundo; por supuesto, el Buen Fin en México -que este año durará 11 días, del 9 al 20 de noviembre- no es la excepción. Una encuesta elaborada por la consultora Ernst & Young, apunta que, considerando y sumando a los compradores físicos y *online*, el 70% de ellos hará alguna compra digital.

Actualmente, el comercio electrónico forma parte fundamental de la estrategia de reactivación económica y la supervivencia de las PyMEs, por ello los pequeños y medianos negocios tienen una opción invaluable para mejorar sus ventas, centrando su campaña de venta en el auge de los canales digitales, puesto que [el 41% de los interesados en hacer una compra durante el Buen Fin, piensa hacerla por medio de la modalidad *online*](#), de acuerdo con datos del Reporte de Intención de Compra Buen Fin 2020 de la AMVO.

“El boom de las ventas digitales también ha impactado al principal aliado del e-commerce. Las plataformas de entregas inmediatas por aplicación deben conectarse cada vez más con personas y socios conductores, a fin de brindar un servicio omnicanal completo. Ya sea que quieras comprar un producto en la tienda o desde tu casa con un par de clics, el paso para cerrar el ciclo perfecto debe ser con un envío rápido, seguro y completamente trazable en tiempo real”, apuntó Christophe Milhéres, Managing Director de Lalamove México, empresa tecnológica de entregas de última milla.

Todo este escenario apunta a la necesidad de las PyMEs por renovar sus modelos y adoptar la omnicanalidad, teniendo una variedad de alternativas para sus clientes de comprar y recibir sus productos con la mayor comodidad y seguridad posible. Debido al contexto de salud y economía actual, la demanda por comprar dentro de un establecimiento físico ha decrecido significativamente; solamente un 4% de personas adquirirán un producto en una tienda durante el Buen Fin según la AMVO.



Para las empresas, las entregas a domicilio se convertirán en un reto durante esta temporada. De acuerdo con la AMVO, un 35% de los usuarios espera que los tiempos de entrega sean más cortos, por esta razón, será necesaria la implementación de una estrategia de envíos que cuente con un sistema de paradas múltiples para aprovechar el viaje y con ello optimizar tiempos. O mejor aún, la adopción de una herramienta tecnológica como Lalamove que realice estos viajes en un solo día.

Además, durante este periodo se realiza una mayor cantidad envíos; el poder contar con un servicio que integre camiones, camionetas y motocicletas para realizar las entregas que pueden ir desde paquetes pequeños y ligeros, hasta productos con un mayor peso y volumen, apoyado de la tecnología, se convertirá en un catalizador para que las empresas se incorporen a los nuevos modelos comerciales *online*.

De esta manera se busca que el Buen Fin sea una gran plataforma para que las PyMEs crezcan y den a conocer sus productos a consumidores nuevos y experimentados por medio de la nueva puerta de entrada que representa el comercio electrónico. El camino del comercio que hoy ha dejado el COVID-19 permanecerá durante mucho tiempo y es cuestión de las empresas una rápida adopción de las vías digitales, sacando el máximo aprovechamiento de un evento cuyas empresas participantes registraron 178.6 millones de visitas a sus sitios web y 2.3 % más compradores que en el 2019.

####

Acerca de Lalamove

Desde 2013, **Lalamove** ha incursionado en la industria de la logística para encontrar las soluciones más innovadoras que resuelvan las necesidades de entrega en todo el mundo. Millones de conductores y empresas utilizan nuestra tecnología diariamente para conectarse entre sí y mover las cosas que importan. Actualmente, **Lalamove** conecta más de 7 millones de clientes registrados con un grupo de más de 700,000 de conductores de camionetas, camiones y motocicletas para brindar servicios de entrega el mismo día. La misión de **Lalamove** es hacer que las entregas locales sean más rápidas y sencillas a través de innovaciones como la conexión instantánea de pedidos, el seguimiento de vehículos por GPS en tiempo real, los servicios 24/7, la optimización de rutas y un sistema de calificación de conductores. Actualmente, **Lalamove** opera en 21 mercados alrededor de Asia y Latinoamérica. Entró al mercado mexicano a finales de 2019.

Más información en: <https://www.lalamove.com/mexico> y en [Facebook](#).