

Transacciones electrónicas en México crecen 36.06% por Buen Fin en noviembre: Adyen

- *Destacan días en los que los mexicanos gastaron hasta 429% más que el año anterior y sectores como alimentos, hogar y transporte*

CIUDAD DE MÉXICO. 25 de noviembre de 2020.- Derivado del Buen Fin, temporada de ofertas y descuentos que se llevó a cabo del 9 al 20 de noviembre, las transacciones digitales en México y el gasto promedio que realizaron los consumidores del país tuvieron importantes incrementos.

De acuerdo con cifras de Adyen, el volumen de transacciones durante noviembre de 2020 **se incrementó un 36.06% en comparación con el mismo mes del año anterior**. De esa forma, México se posiciona como **el mercado con mayor crecimiento interanual** en transacciones entre los países en los que Adyen tiene presencia, seguido por Estados Unidos (33.94%) e Irlanda (17.44%).

Crecimiento de transacciones en México y otros países (noviembre 2020) de acuerdo con Adyen	
País	Crecimiento en transacciones
Mexico	36.06%
Estados Unidos	33.94%
Irlanda	17.44%
Brasil	8.56%
Francia	-67.36%
España	-51.11%

Los datos de Adyen, del 1 al 20 de noviembre, indican que los mexicanos también incrementaron el monto de sus compras mediante canales electrónicos. Mientras que en días como el 16 de noviembre se elevó el gasto promedio en un 14.87%, hubo otros, como el 11, donde se registró **un incremento de 333.40%, y el 10, con un crecimiento de 428.89%**. En esos días, el volumen de transacciones registradas se incrementó 182.84% y 156.70%, respectivamente.

En cuanto a los sectores que más ganaron durante el mes con el Buen Fin, se destaca el segmento de **alimentos y bebidas con un crecimiento de 1,217.80% en los montos registrados y un volumen de transacciones 627.26% mayor al de 2019**. Cabe destacar que este crecimiento en el sector se produjo desde el inicio de la pandemia, ya que los



consumidores se inclinan por el uso de aplicaciones de *delivery* y comercio electrónico para la compra de estos insumos en lugar de acudir a restaurantes de forma presencial.

Otros rubros con incrementos importantes en su volumen de transacciones son **artículos del hogar (1,000.77%), calzado (472.37%), transporte (660.26%) y retail en general (155.57%)**

El *ticket* promedio también se elevó en diversos sectores como alimentos y bebidas (81.20%), medios y publicidad (105.28%), y servicios de consultoría y negocios (55.43%).

Crecimiento por segmentos en México:		
Segmento	Crecimiento en montos	Crecimiento en transacciones
Retail	126.16%	155.57%
Transporte	551.70%	660.26%
Alimentos y Bebidas	1217.80%	627.26%
Retail - Ropa y calzado	394.16%	472.37%
Retail - Artículos del hogar	258.96%	1000.77%
Retail - Deporte y actividades al aire libre	240.41%	210.74%

“Existen sectores que durante la pandemia tuvieron una notable desaceleración, como los relacionados con viajes y transportación. Estos segmentos, como lo anticipamos previamente, tuvieron una recuperación importante de cara al cierre del año. Mientras tanto, otros, como los relacionados con alimentación y retail, que habían tenido crecimientos notables durante la primera mitad del año, lograron mantener en altos niveles sus volúmenes de venta e incluso incrementar lo reportado en temporadas de ofertas anteriores como el Hot Sale”, consideró **Erick McKinney, Country Manager de Adyen México.**

Finalmente, los datos de Adyen indican que, en cuanto a los métodos de pago utilizados por los mexicanos, existe una notable inclinación hacia modalidades diferentes a los plásticos bancarios: mientras que el volumen de transacciones con tarjetas de crédito fue 17.23% menor al de 2019 y las realizadas con tarjeta de débito fueron 8.74% menos, el número de operaciones con ‘otros’ métodos de pago creció 141.13%.

###

Acerca de Adyen

Adyen (AMS: ADYEN) es la plataforma de pagos preferida por las compañías de mayor crecimiento alrededor del mundo, ofrece una moderna infraestructura de punta a punta que elimina fronteras y entrega la mejor experiencia de compra para los consumidores, sin importar el lugar o momento tiempo. Adyen integra los servicios de entrada, software anti fraude y adquirente, abriendo así la



“caja negra” con los insights que las empresas necesitan para alcanzar una mayor tasa de conversión.

Con oficinas alrededor del mundo Adyen cuenta con clientes como Uber, eBay, Spotify y Cabify, entre otras, impactando a millones de consumidores a lo largo del mundo.

Síguenos:

Facebook: <https://www.facebook.com/AdyenPayments/>

Twitter: <https://twitter.com/Adyen>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/adyen/>

Contacto para prensa:

Another Company

Salvador Sánchez/ Ejecutivo de cuenta

Cel: (+52 1) 55 4582 7151

salvador.sanchez@another.co