**Día del Padre: 73% de mexicanos con intenciones de compra, ¿cómo deben preparase los comercios?**

* *Al complementar los canales de pago de los comercios físicos y digitales se aumentan las transacciones exitosas y ventas en las coyunturas comerciales.*

**Ciudad de México, XX de junio de 2021.-** La búsqueda de **regalos para el Día del Padre** no se hará esperar. Es una ocasión pertinente para que comercios de todo tipo **aumenten sus ventas** y tracen un plan con acciones puntuales que les permitan incrementar su nivel de facturación, tanto en tiendas físicas como en línea de forma eficiente, rápida y segura.

Los negocios presenciales y de *e-commerce* tienen diferencias estratégicas, pero comparten algo en común: los métodos de pago. Las compañías deben procesar todo tipo de transacciones con cualquier tarjeta de crédito y débito nacional o extranjera mediante distintos canales de cobro para mejorar la experiencia del cliente.

**Comercio electrónico, sin freno**

**L**os **métodos de pago electrónicos** jugarán un papel importante durante la festividad. AdColony, plataforma de marketing, reveló en la encuesta [Preferencias de compra para el D**í**a del Padre LATAM](https://adsmovil.createsend1.com/t/ViewEmail/t/F5925D06059AA71F2540EF23F30FEDED/2F5DF8E4FAA727A5DCCB6820C4466A74) que un 64% de los participantes encuestados tienen la intención de comprar en línea en este día del padre en 2021.

Mientras que a nivel nacional, y de acuerdo al estudio Temporalidades 2021 de la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), el porcentaje de mexicanos dispuestos a gastar es de 73%. Siendo moda y calzado (42%), tecnología (26%) y alimentos (26%) los productos con más demanda.

“En *e-commerce,* un procesamiento de pago omnicanal asegura el éxito de las tiendas en línea. Las soluciones de esta índole hacen posible una operación de compra y venta más fácil, rápida y segura, lo que mejora la experiencia del cliente y la venta del comercio. Gracias a ello ahora es más sencillo e intuitivo realizar una transacción a través de una liga de pago, terminal virtual o cargo recurrente, declaró Sergio Villarruel, director comercial y de marketing en Fiserv México, compañía mundial en tecnología financiera y de pagos.

Sergio Villarruel subraya que las soluciones omnicanal no se quedan solamente en el plano digital, sino que son un complemento o una ventana más para los comercios físicos que buscan y necesitan satisfacer las exigencias de clientes y nuevos nichos que están en constante evolución pidiendo seguridad y practicidad al momento de pagar.

**Listos para lo que venga**

**El panorama de la pandemia ha mejorado paulatinamente**; señal de ello son los cambios en los semáforos epidemiológicos. Además, el avance en la vacunación, la educación sanitaria en la población, y el retiro de algunas restricciones permitirá a los establecimientos físicos operar de manera regular con las medidas correspondientes.

De hecho, la AMVO destaca que al menos un 33% de los mexicanos acudirá a establecimientos a comprar artículos de moda y calzado en comparación con el 25% que lo haría vía internet.

Los clientes **buscarán experimentar la forma tradicional de compra** y dar con ofertas que sólo estarán en tiendas presenciales. Por tal motivo, continuara siendo importante el **modernizar los canales de pago** de acuerdo a las circunstancias cambiantes, así como disponer de tecnología *contactless* o también conocido como “sin contacto” que garantice una forma más segura de pago.

Asimismo, al esperar más visitantes, habrá que evitar aglomeraciones, y un negocio requiere herramientas que les permitan aceptar pagos fuera de las cajas de cobro. El mercado de la tecnología financiera ofrece soluciones prácticas, un caso de ello es First Data Go de Fiserv, una terminal móvil que acepta pagos con tarjetas desde cualquier sitio y que agiliza el servicio de cobro en los comercios con costos sumamente razonables, ideal para servicios de entrega a domicilio.

Al final, la manera en la que el cliente es tratado mientras realiza un pago es una parte central en la decisión de un cliente sobre si regresa a comprar o consumir en un negocio. Sea Día del Padre, El Buen Fin o Navidad, el compromiso de las compañías es brindar una mejor experiencia de pago.

\*\*\*\*\*

**Acerca de Fiserv**

Fiserv, Inc. (NASDAQ: FISV) Empresa líder mundial en tecnología financiera y de pagos, la empresa ayuda a sus clientes a lograr los mejores resultados de su industria mediante un compromiso con la innovación y la excelencia en áreas como el procesamiento de cuentas y soluciones de banca digital, procesamiento y emisor de tarjetas, servicios de red, pagos, comercio electrónico, adquirencia y procesamiento de pagos para comercios y empresas, Fiserv es miembro del Índice S&P 500® y figura entre las empresas más admiradas del mundo por la revista FORTUNE®. Visite: <https://merchants.fiserv.com/es-mx> y siga en los medios sociales para obtener más información y las últimas noticias de la empresa.

* Facebook: [Fiserv México](https://www.facebook.com/fiservmexico/?epa=SEARCH_BOX)
* Instagram: [Fiserv México](https://www.instagram.com/fiservmexico/)
* Youtube: [Fiserv México](https://www.youtube.com/channel/UCoWqenelNyhJZc_fj3M09pg)
* Página web:[Fiserv México](https://merchants.fiserv.com/es-mx/)

**Contacto:**

**EJECUTIVO DE CUENTA ASISTENTE DE CUENTA**

Jorge Sánchez Mauricio Hernández Juárez

**another**  **another**

[jorge.sanchez@another.co](mailto:jorge.sanchez@another.co) [trainee.corporate2@another.co](mailto:trainee.corporate2@another.co)

55 4369 3607 55 4088 5110