



¿Tu empresa está lista para El Buen Fin? Checklist rápido

La rentabilidad durante la temporalidad de El Buen Fin no se define durante los días de venta, sino en las decisiones tomadas en las etapas previas al evento. El incremento acelerado en la adopción del eCommerce ha desplazado la ventaja competitiva desde la simple ejecución de descuentos hacia la solidez de la estrategia operativa y la precisión en la captación de demanda.

Los comercios que enfrentan puntos de abandono en la compra, fricción en las pasarelas y métodos de pago o retrasos en entregas y envíos suelen registrar estas fallas debido a una planificación tardía. Preparar la organización para el pico de demanda más alto del año exige auditar paralelamente dos frentes de igual jerarquía: la dinámica de comportamiento del comprador omnicanal y la capacidad de la automatización comercial y logística para responder sin margen de error.

La decisión de compra ocurre semanas antes del pico transaccional. El comprador omnicanal actual no descubre productos durante el evento; ejecuta compras previamente planificadas tras auditar opciones, políticas de devolución y tiempos de entrega. La fricción en el checkout o la falta de claridad en los términos comerciales desvían la conversión hacia competidores con propuestas de valor más transparentes.

La capacidad de cumplimiento determina la sostenibilidad de la marca. Las interrupciones en la cadena de suministro o la falta de visibilidad en el rastreo de envíos erosionan el valor de vida del cliente (LTV). La eficiencia de la última milla y la flexibilidad en las opciones de entrega son factores determinantes en la percepción de servicio y la tasa de recompra post-evento.

La sofisticación tecnológica y la prevención de fraude como aceleradores de conversión. El procesamiento transaccional requiere un equilibrio entre rigor en la prevención de fraudes y fluidez en la experiencia del usuario. La implementación de inteligencia artificial agéntica y orquestación de pagos optimiza la tasa de aceptación sin incrementar el riesgo operativo. Preparación especializada del ecosistema: AMVO Forum. El análisis de las variables que impactan el desempeño en ventas de alta demanda exige una revisión profunda desde la perspectiva táctica y estratégica. Para guiar a las organizaciones en este proceso, la Asociación Mexicana de Venta Online organiza el AMVO Forum: Rumbo a El Buen Fin. El evento se llevará a cabo el 6 de octubre en formato 100% digital y gratuito, diseñado para que directores, heads de área y tomadores de decisión ajusten sus planes operativos antes del inicio de la campaña comercial.

El 42% de las mujeres en México vive con estrés financiero alto

Recopilado por Amalia Beltrán

Condusef y Concanaco Servytur llaman a fortalecer la salud financiera de las familias

La salud financiera es uno de los principales retos de las familias mexicanas, y las mujeres son quienes enfrentan la mayor presión: el 42% presenta estrés financiero alto, frente al 31% de los hombres, de acuerdo con los resultados de la primera Encuesta Nacional sobre Salud Financiera, presentada por Óscar Rosado Jiménez, Presidente de la Condusef, durante la conferencia de prensa de Concanaco Servytur México.

El estudio recuperó información de 20,448 personas representativas de un universo de 92.8 millones de habitantes (el 63% población urbana y el 37% rural); en total, el 72% de la población registra un nivel alto o moderado de estrés financiero. La presión sobre las finanzas de las mujeres es sistémica. El 62% manifestó que nunca le sobra dinero al finalizar el mes; representan el 57% de quienes perciben hasta un salario mínimo mensual y concentran el 55% del gasto mensual en el hogar. Son quienes más administran, con menos recursos y mayor incertidumbre.

El ingreso es también un factor determinante. Entre quienes reciben hasta un salario mínimo, el 41% presenta estrés alto y el 34% moderado (es decir, tres de cada cuatro, están bajo presión financiera relevante). En rangos superiores, el estrés alto se mantiene

entre el 29% y el 36%, lo que muestra que la presión financiera no desaparece al crecer el ingreso.

La encuesta identificó además el denominado «ciclo tóxico de las finanzas»: ingresos destinados al consumo, luego al endeudamiento y al pago de obligaciones, generando nuevamente escasez y presión para incrementar los ingresos.

Al respecto Óscar Rosado Jiménez, Presidente de la Condusef, señaló que «las mujeres hacen magia para que el dinero alcance: administran el hogar, resuelven imprevistos y sostienen buena parte de la economía familiar. Pero no podemos pedirles que hagan más con menos. La salud financiera también significa darles herramientas para que el dinero deje de ser una fuente de presión y se convierta en una herramienta de tranquilidad y de futuro».

Por su parte, Octavio de la Torre de Stéfano, presidente de Concanaco Servytur México, dijo que «detrás de cada cifra hay una familia tomando decisiones para llegar a fin de mes. Necesitamos más educación financiera, mejores herramientas y condiciones que permitan a las personas administrar sus recursos con mayor tranquilidad y tomar decisiones informadas».

Para Condusef la Educación Financiera es esencial para tomar decisiones inteligentes con el dinero, evitar deudas y asegurar un futuro económico estable, e invita a revisar su oferta educativa en su micrositio «Educa tu cartera»: <https://webappsos.condusef.gob.mx/EducaTuCartera/index.html>, donde hay cursos y talleres digitales, dos Diplomados (uno en Educación Financiera, otro en Seguros) y otros materiales de consulta que pone a disposición.