[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 19/02/2020

# [Compras en línea continúan ganando terreno: San Valentín 2020](http://www.notasdeprensa.es)

## Gran parte de las decisiones de compra en San Valentín se hicieron de manera online, por lo que, es indispensable contar con un sitio web optimizado, lo que se traduce en un mayor número de conversiones, señaló Pedro Abad, CEO de Elogia México. Se calculó que durante la celebración de San Valentín un 20 por ciento de mexicanos gastó entre 351 y 500 pesos; un 16 por ciento hasta mil 500 pesos y un 15 por ciento más de 2 mil pesos

Cada año, el Día del Amor y la Amistad tiene un impacto importante en México, no solo para quienes lo festejan sino también para los negocios y franquicias, en especial las relacionadas con la venta de regalos, flores, viajes, restaurantes, moda y eventos. Las búsquedas para planear las actividades del 14 de febrero comienzan a principios de año y aumentan durante las semanas previas a esta fecha. Elogia, agencia especializada en Digital Commerce Marketing, destacó la importancia de tomar en cuenta fechas relevantes, como San Valentín, para el desarrollo de una estrategia de marketing digital óptima para alcanzar los objetivos de marca. Al respecto, este año se calculó que durante la celebración de San Valentín un 20 por ciento de mexicanos gastó entre 351 y 500 pesos, un 16 por ciento hasta mil 500 pesos y un 15 por ciento más de 2 mil pesos. Gran parte de las decisiones de compra se tomaron de manera online: 4 de 10 consumidores prefirieron adquirir regalos vía internet; un 60% de ellos realizaron compras en ambos canales, tanto en puntos de venta como tiendas en línea; y solo 1 de 10 prefiró las tiendas físicas. Uno de los segmentos más afines para comprar en línea en México son los eShoppers de moda, ya que el 46% de ellos adquieren de manera habitual prendas para su pareja; mientras el 29% tiene la intención de comprar en San Valentín, de acuerdo con datos del Estudio de Venta Online en Moda 2019 elaborado por Elogia y la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). “El teléfono móvil sigue siendo uno de los canales más efectivos para impulsar las estrategias digitales. En el último año ha presentado un crecimiento en su uso para realizar búsquedas del 18%, por lo que está demostrado que un sitio móvil que carga un segundo más rápido puede obtener hasta un 27% más de conversiones y un 36% menos de tasa de rebote”, indicó Pedro Abad, CEO de Elogia México. Es importante tener un sitio web con las características y diseños adecuados para ofrecer todos los datos completos de productos, medios de pago y envíos, así como una campaña SEO optimizada, fácil e intuitiva para la navegación, no sólo para esta fecha sino para el resto del año. La velocidad es un aspecto esencial para obtener un rendimiento ágil para que las marcas tengan una gran oportunidad de conectar con su público objetivo de la mano de propuestas puntuales a sus gustos y necesidades. “Darle mantenimiento a nuestro site y estar atentos a cualquier cambio en los hábitos de nuestros clientes son aspectos esenciales para las estrategias de marketing digital, dado que los atributos de compra más valorados por los usuarios mexicanos por orden se encuentran: formas de pago seguras, ofertas y descuentos, buenos precios, costos de envío económicos o gratuitos y productos de calidad”, añadió Abad.

**Datos de contacto:**

Elizabeth Prudencio

91271120 ext. 105

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/compras-en-linea-continuan-ganando-terreno-san](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Moda Comunicación Marketing Sociedad E-Commerce Consumo Dispositivos móviles Ciudad de México

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)