[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 30/05/2023

# [Las tarjetas de crédito cobran protagonismo en el HotSale 2023](http://www.notasdeprensa.es)

## De acuerdo con el estudio "XII Informe de Tendencias de Medios de Pago" realizado recientemente por Minsait Payments, la tarjeta de débito es el medio de pago digital preferido para las compras presenciales de los consumidores de la mayoría de los países participantes, pero las tarjetas de crédito cobran mayor importancia y México no es la excepción. Se espera que su uso se incremente durante el HotSale 2023

De acuerdo con el XII Informe de Tendencias de Medios de Pago realizado recientemente por Minsait Payments, la tarjeta de débito es el medio de pago digital preferido para las compras presenciales de los consumidores de la mayoría de los países participantes y México no es la excepción. Eventos como Hot Sale, ahora en su décima edición en México, se han convertido en un fenómeno comercial que permiten tener una amplia perspectiva del comportamiento de los consumidores en el sentido de si prefieren comprar en tiendas en línea o físicas, el tipo de productos que adquieren, así como los métodos de pago que utilizan. De acuerdo con el estudio de Tendencias de Medios de Pago de Minsait Payments, al realizar compras online vía web, los mexicanos utilizan principalmente tarjetas de débito con un 51.6%; en segundo lugar, el pago se realiza en un 49.1% a través de transferencias, un 35.7% con tarjeta de crédito y un 31% con débito directo. En este rubro las billeteras digitales son utilizadas en 19.1% y Criptomonedas en un 2.4%. La Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) reportó que en el Hot Sale de 2022 generó ventas totales en Internet por $23,240 millones de pesos, lo que representó un incremento del 25% respecto a la campaña del año anterior. Se estima que 12 millones de mexicanos realizaron compras, se realizaron más de 680 millones de visitas a las más de 600 marcas participantes, con un ticket de compra promedio de $1,629 pesos. En su estudio de expectativas de compra para este año, la AMVO señala que siete de cada 10 internautas están pensando en adquirir algún producto o servicio, mientras que los compradores potenciales van a tener una alta interacción con el canal digital tanto para realizar búsquedas como la compra.  Tarjetas de crédito ganan protagonismoJesús Álvarez, director de Minsait Payments en Caribe, Centro y Norte América, subraya que "los resultados del XII Informe de Tendencias de Medios de Pago, indican que el 60% de los bancarizados en México ya dispone de una tarjeta de crédito, en comparación con el 48% de 2020, año prepandemia, y algo más de la mitad de los compradores online ha recurrido al aplazamiento de pago al comprar en un un ecommerce. Todo ello motivado por los cambios en los hábitos de compra, con el crecimiento de las compras online y la disminución del consumo presencial, y los cambios en los hábitos de pago hacia medios digitales".  Para los comercios que ofrecen sus productos en línea, brindar la opción de pagar con tarjetas de crédito les amplía la posibilidad de captar más clientes en un mayor número de regiones, al tiempo de reducir los costos iniciales y estar disponible a los consumidores las 24 horas del día, los siete días de la semana. Al mismo tiempo, pueden establecer una comunicación directa con sus clientes, brindarles experiencias personalizadas a partir del análisis de sus comportamientos y lanzar campañas más enfocadas, así como realizar ventas cruzadas más efectivas. Por su parte, los compradores pueden utilizar sus tarjetas de crédito para adquirir los productos que buscan bajo la modalidad de meses sin intereses (MSI) o pagos diferidos, así como acelerar el proceso de compra. Seguridad, un componente primordialSi bien proteger las compras en línea sigue siendo una tarea en constante mejora, existen riesgos que pueden poner en peligro no solamente las finanzas de los compradores, sino su propia información personal y digital. Para Álvarez, las recomendaciones que deben tomarse en cuenta en esta temporada de compra incluyen, entre otras: Asegurarse de estar visitando la página oficial de la tienda o Marketplace. Revisar cuidadosamente la dirección que aparece en el navegador. Hay que recordar que los defraudadores montan sitios falsos que lucen muy similares a los auténticos. Desconfiar también de promociones demasiado buenas para ser ciertas. Esto puede ser el anzuelo perfecto para llevarlos a sitios de comercio electrónico fraudulentos. Por otra parte, dice el especialista, los consumidores deben evitar utilizar redes Wi-Fi públicas que pueden ser altamente vulnerables. Si necesitan hacerlo, se sugiere visitar sitios seguros (HTTPS) o hacer uso de una red privada virtual (VPN) y desactivar el uso compartido de dispositivos. Los esfuerzos que las marcas están realizando para elevar el nivel de seguridad de sus tiendas en línea se ven reflejados en la percepción que los compradores tienen de Hot Sale 2023. La AMVO señala que el 91% se siente muy seguro o algo seguro, mientras que el 8% mantiene una posición neutral en este sentido; sólo el 1% dijo sentirse nada o poco seguro. Esta tendencia será vital para impulsar el uso de tarjetas de crédito, así como el de otros métodos de pago, como carteras digitales y transferencias. Para conocer las opiniones de todos los expertos y el detalle de las tendencias en cada uno de los países, descargar el XII Informe de Tendencias de Medios de Pago, en https://www.minsaitpayments.com/recursos/informe-2023 Acerca de Minsait PaymentsMinsait Payments (https://www.minsaitpayments.com) ofrece servicios de procesamiento emisor y adquirente y soluciones innovadoras de pagos digitales. La compañía de Minsait apuesta por un modelo de procesamiento transversal orientado a empresas con una naturaleza tecnológica, entre las que se encuentran importantes Fintech, bancos, retailers y grandes tecnológicas. Minsait Payments cuenta con más de 25 años de experiencia y un equipo de más de 1.500 profesionales especializados en pagos. Actualmente, ofrece servicios a más de 100 clientes en 20 países de Latinoamérica y Europa y procesa más de 220 millones de tarjetas en todo el mundo. Acerca de IndraIndra es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2022, Indra tuvo unos ingresos de 3.851 millones de euros, casi 57.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países. Acerca de Indra en MéxicoPresente en México desde 1997, Indra cuenta con más de 3,000 profesionales y oficinas en Ciudad de México y Querétaro. Además, tiene un Centro de Ciberseguridad – de los tres que la compañía tiene en el mundo– y un Centro de Producción de Software. La compañía forma parte de algunos de los proyectos innovadores claves para el desarrollo tecnológico de México en los sectores de Transporte and Defensa, y Tecnologías de la Información (TI) a través de su filial Minsait.

**Datos de contacto:**

Gabriela Medina Guerrero

5539663493

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/las-tarjetas-de-credito-cobran-protagonismo-en](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Finanzas E-Commerce Innovación Tecnológica

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

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