MATILISGUATE
COMUNICACIONES

ESCUCHA SOCIAL · FIN DE AÑO · OCT A NOV 2026

EL CLIENTE YA SABE QUÉ COMPRAR. PERO DUDA DE CÓMO PAGARLO.

La intención de compra del usuario de cara al fin de año indica: **las ganas de comprar existen, pero el dinero y crédito frenan la decisión.**

18,646
menciones con intención de compra

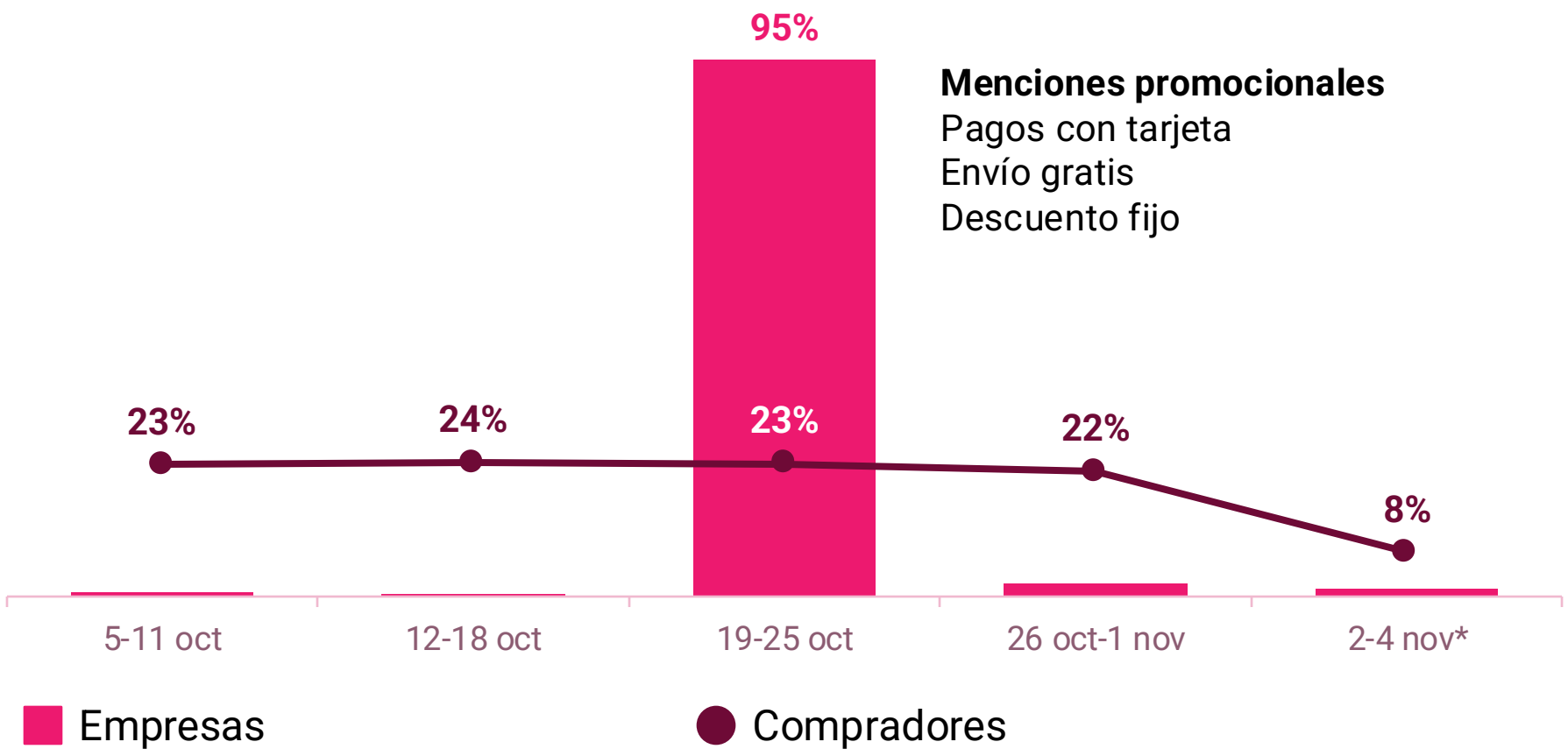
2.0 M
interacciones

72.3 M
en alcance

LAS MARCAS HABLARON UNA SEMANA.
EL COMPRADOR, TODO EL MES.

95 de 100 promociones salieron en la semana de CyberDays. **La intención de compra se sostuvo en unas 4,300 menciones por semana.**

% del volumen de cada conversación semanal



19 AL 23 OCT

CyberDays reunió 345 publicaciones.

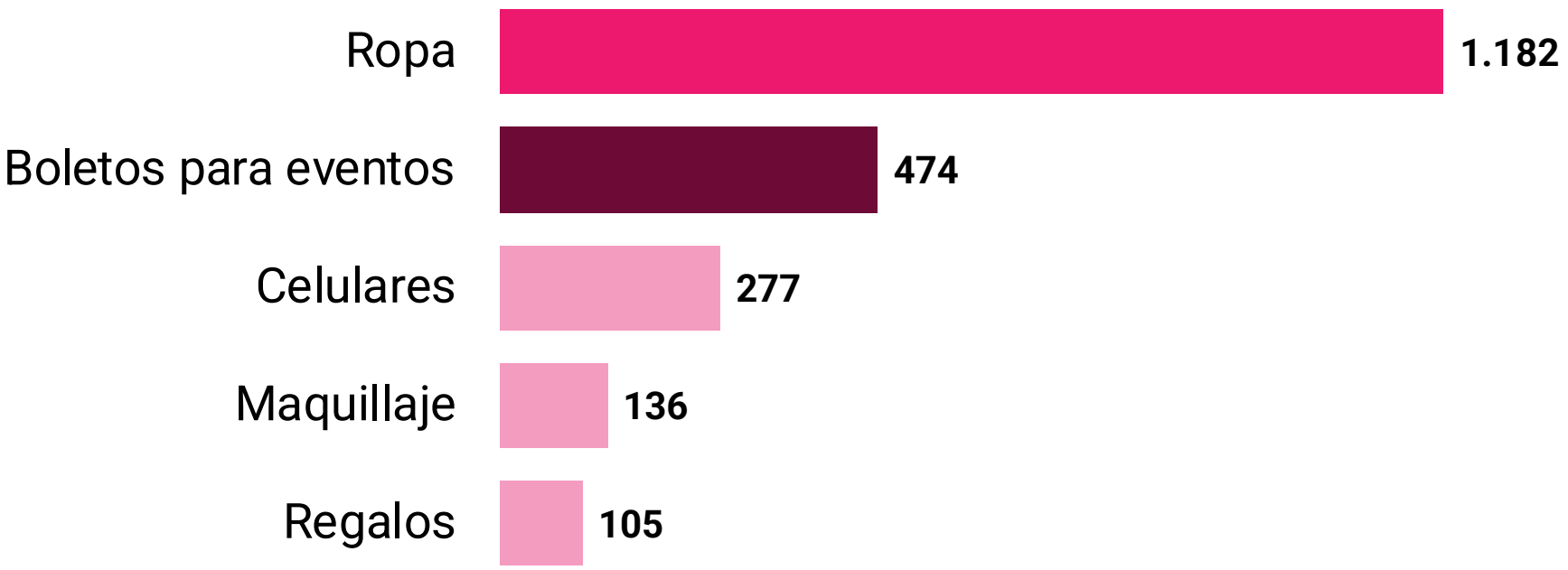
NOVIEMBRE

La intención de compra se sostuvo durante 4 semanas: **el comprador ya está planeando noviembre.**

LOS USUARIOS QUIEREN ESTRENAR ROPA.
EL FRENO ES EL BOLSILLO.

Tienen claro qué quieren comprar. **Lo que definirá la compra es quién les facilite pagarlo.**

MENCIONES DE INTENCIÓN DE COMPRA POR PRODUCTO



-19

es el sentimiento de “dinero”, la palabra con más carga negativa **(frustración y estrés del consumidor).**

88%

de las publicaciones de empresas mencionó pagar con tarjeta de crédito o en cuotas.

MATILISGUATE

COMUNICACIONES

BLACK FRIDAY ES EL 27 DE NOVIEMBRE.

¿YA SABES QUÉ QUIERE COMPRAR TU CLIENTE Y CÓMO PAGARLO?

Traducimos conversación digital en decisiones comerciales.

contacto@matilisguate.com