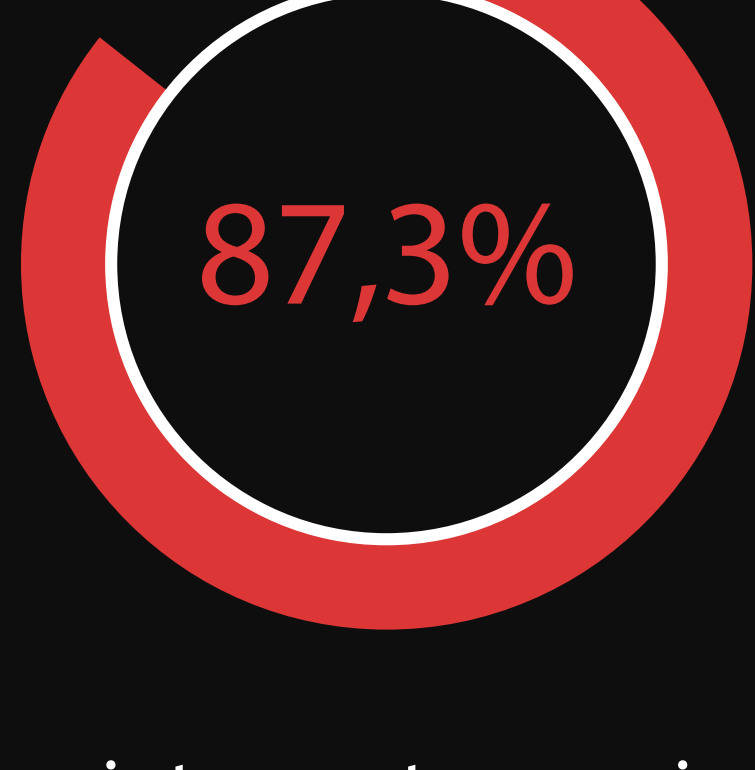


TENDENCIAS DE CONSUMO EN EL BUEN FIN 2024

MÉXICO



MOMENTOS CLAVE DE COMPRA



de los internautas mexicanos declaró que compró durante el **Buen Fin 2024**.

compró más que el año pasado

30,9%

no tenía decidido su nivel de gasto

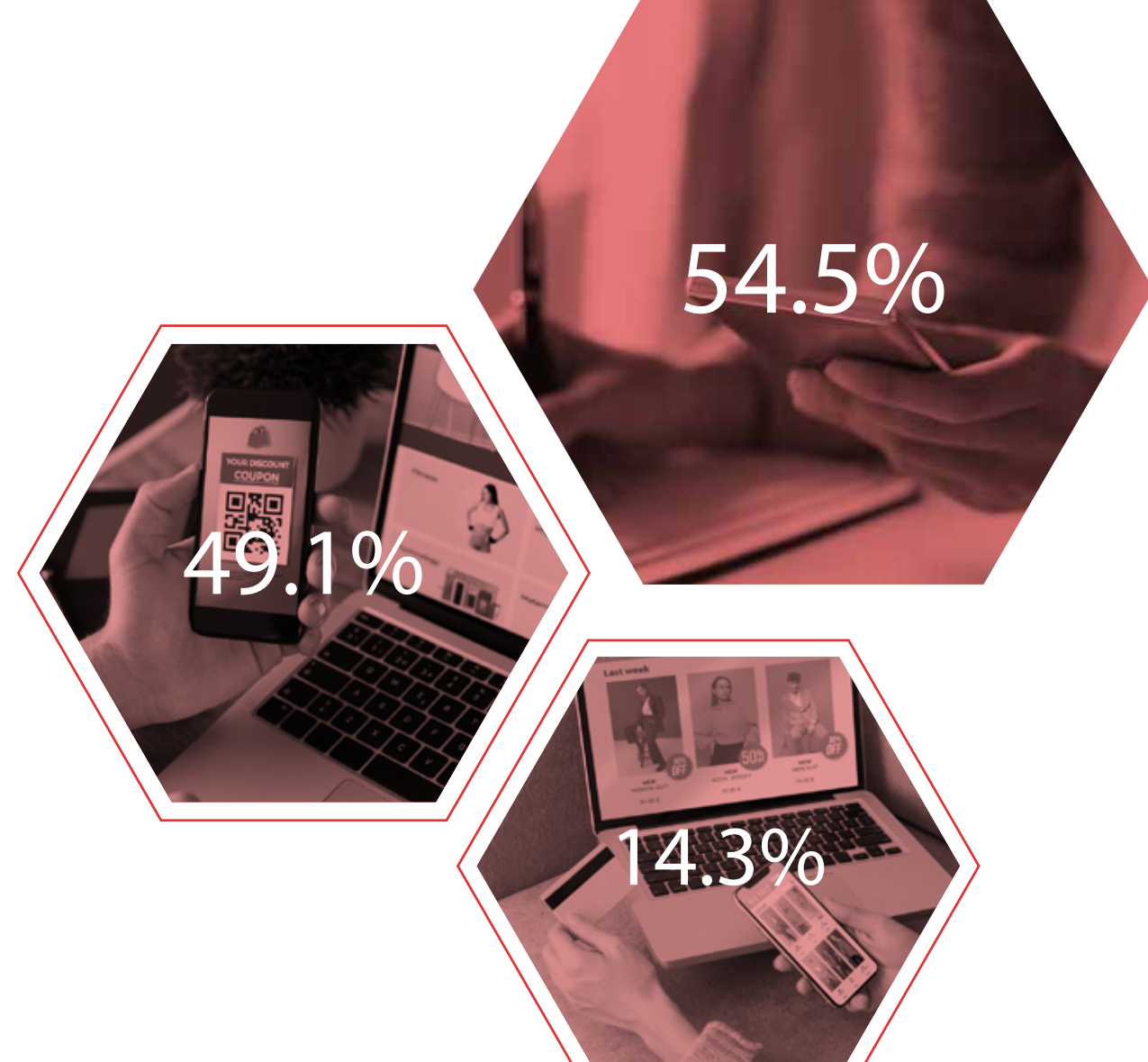
41%

PLANIFICACIÓN DE COMPRA

El **54.5%** anotó los precios con **antelación** de los productos que le interesaban para garantizarse que realmente tenían un buen descuento, sobre todo los de 31 a 45 años.

El **49.1%** buscó la **mejor oferta** para los productos que realmente querían, especialmente los hombres.

El **14.3%** se dejó llevar por las **gangas** que encontró.



INFLUYENTES EN EL PROCESO DE COMPRA



5 de cada 10

(igual que en 2023) declaró que sus compras se verían influenciadas por la publicidad realizada en esas fechas.



Redes sociales

Tik Tok, Instagram, Facebook, etc.



Publicidad Online

Internet



Información en la web de la marca y tiendas online

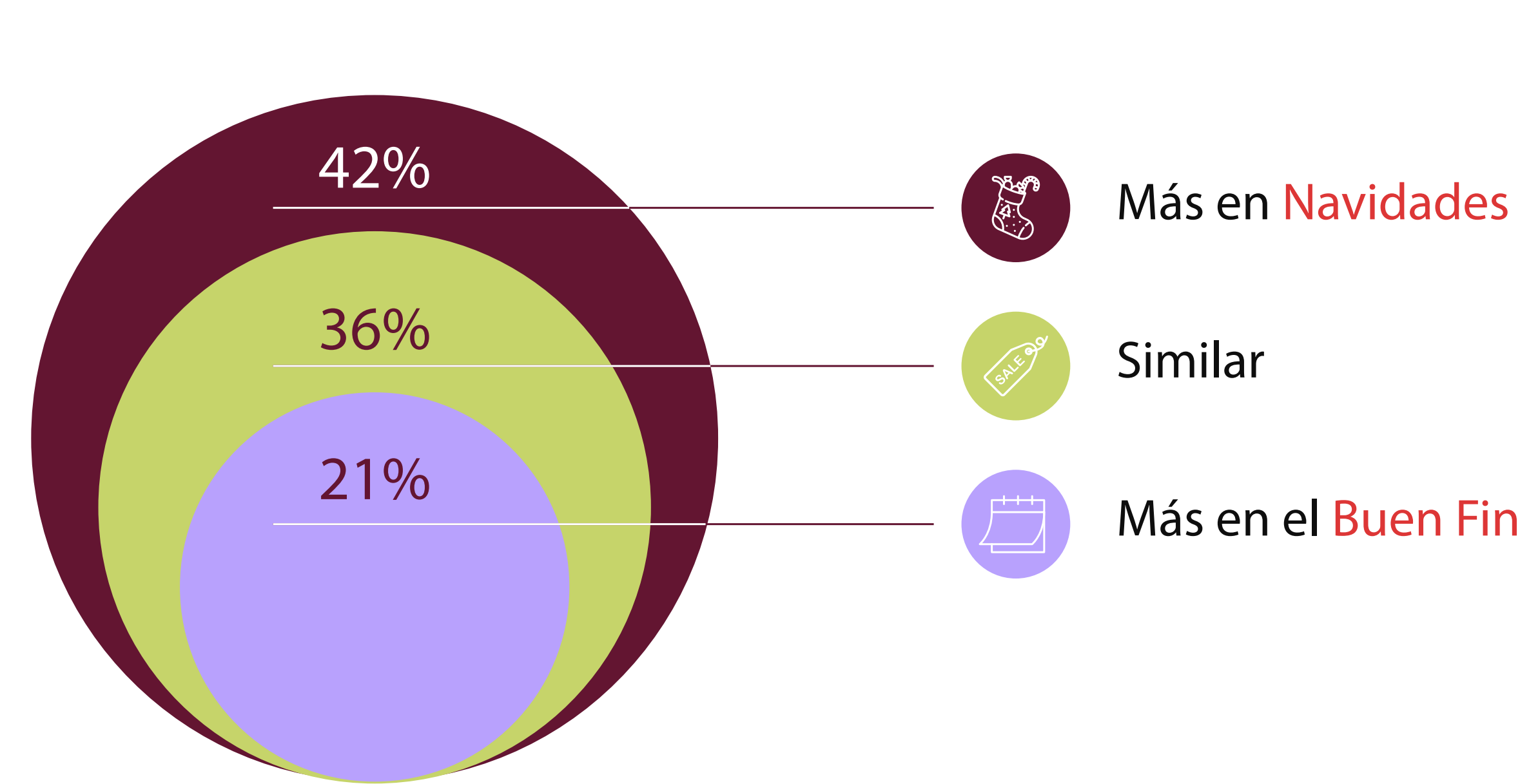
TOP CATEGORÍAS DE VENTAS



INTENCIONALIDAD DE GASTO

Hay más mexicanos que participaron en el Buen Fin que consideran que harán más gasto en Navidades que durante el propio Buen Fin

¿En qué fecha estimaron realizar más gasto de compra?



Mujeres

2.193\$ MXN

Hombres

2.728\$ MXN

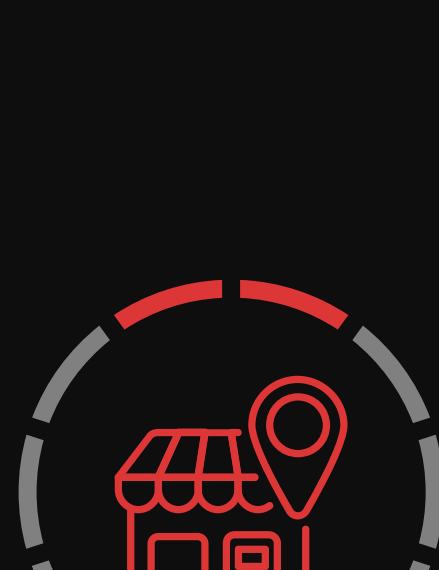


Ticket medio estimado de gasto

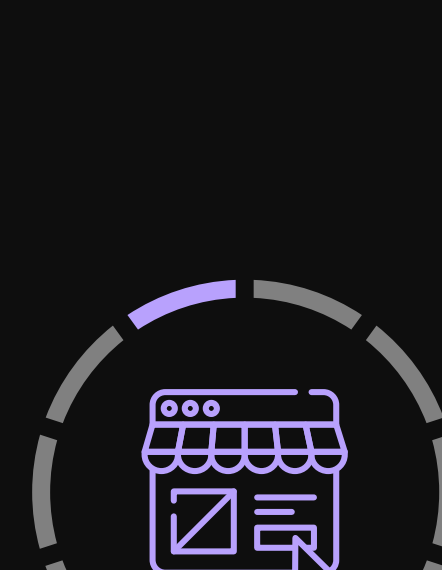
2.455\$ MXN

CANALES DE COMPRA

La compra de Buen Fin combinó el canal online y offline, aunque en 2024, la balanza se inclinó ligeramente hacia el online.



2 de cada 10 buscaron información en la tienda física y compraron en la tienda física.



1 de cada 10 buscaron información en la tienda física y compraron en la tienda online.



4 de cada 10 buscaron información en la tienda online y compraron en la tienda física.



4 de cada 10 buscaron información en la tienda online y compraron en la tienda online.

LOS MARKETPLACES



La opción de Marketplace fue elegida principalmente por los de **35 a 44 años**.

TOP VENTAS

