

Insights de Consumo: Buen Fin 2025

El Buen Fin 2025 llegó con un consumidor mexicano que sigue entusiasmado por las ofertas , pero compra con mayor análisis y estrategia.

► El **85%** de los internautas planeó participar en el evento.



Insights de Consumo: Buen Fin 2025

El Canal Digital Domina, la Desconfianza Persiste

Este año, la balanza se inclina hacia lo online, pero el consumidor se ha vuelto más exigente. **Siete de cada diez compradores** cree que los descuentos pueden ser engañosos.

CANAL DE COMPRA

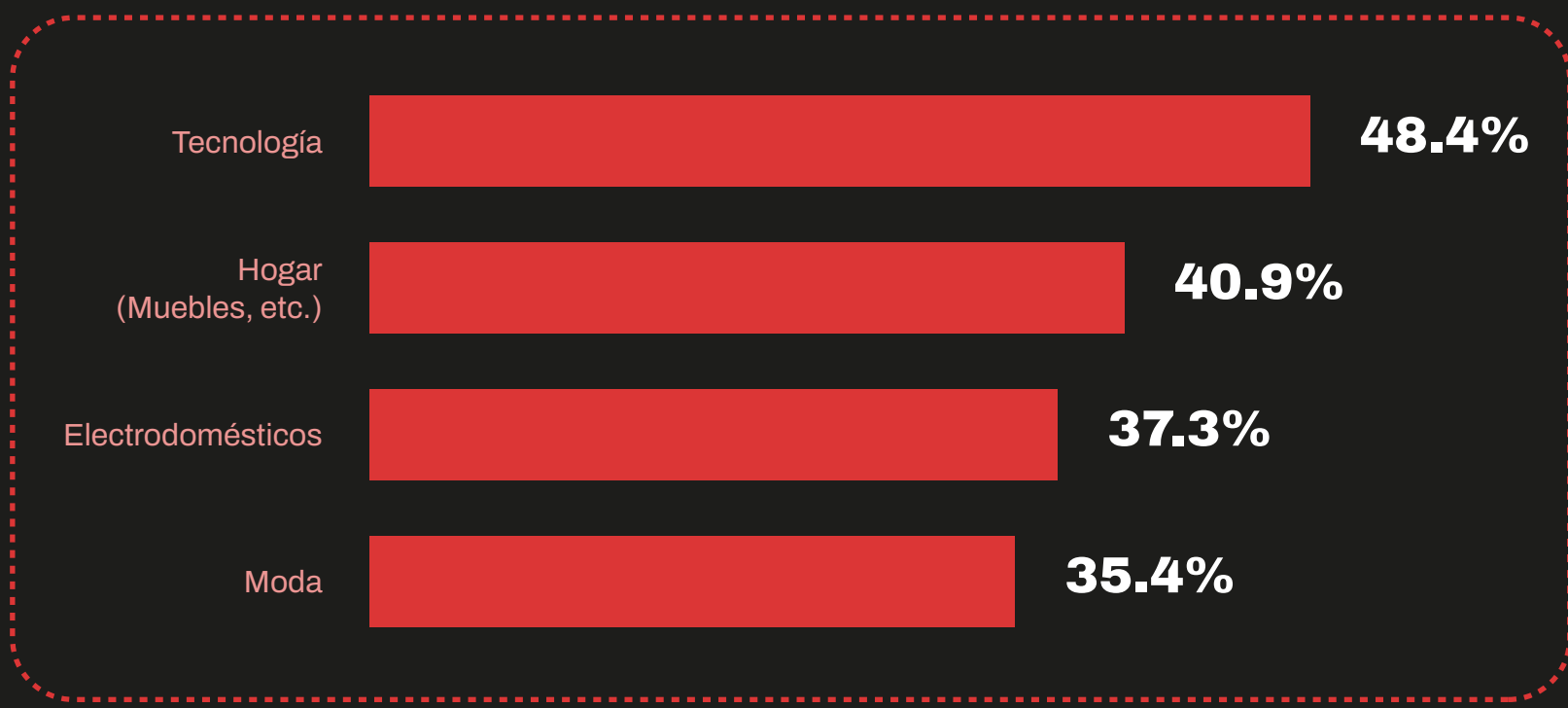


PERCEPCIÓN DE DESCUENTOS



La Lista de Deseos: Tecnología y Hogar Lideran

El Buen Fin continúa siendo el momento clave para la **renovación tecnológica y del hogar**, concentrando la mayor intención de compra .



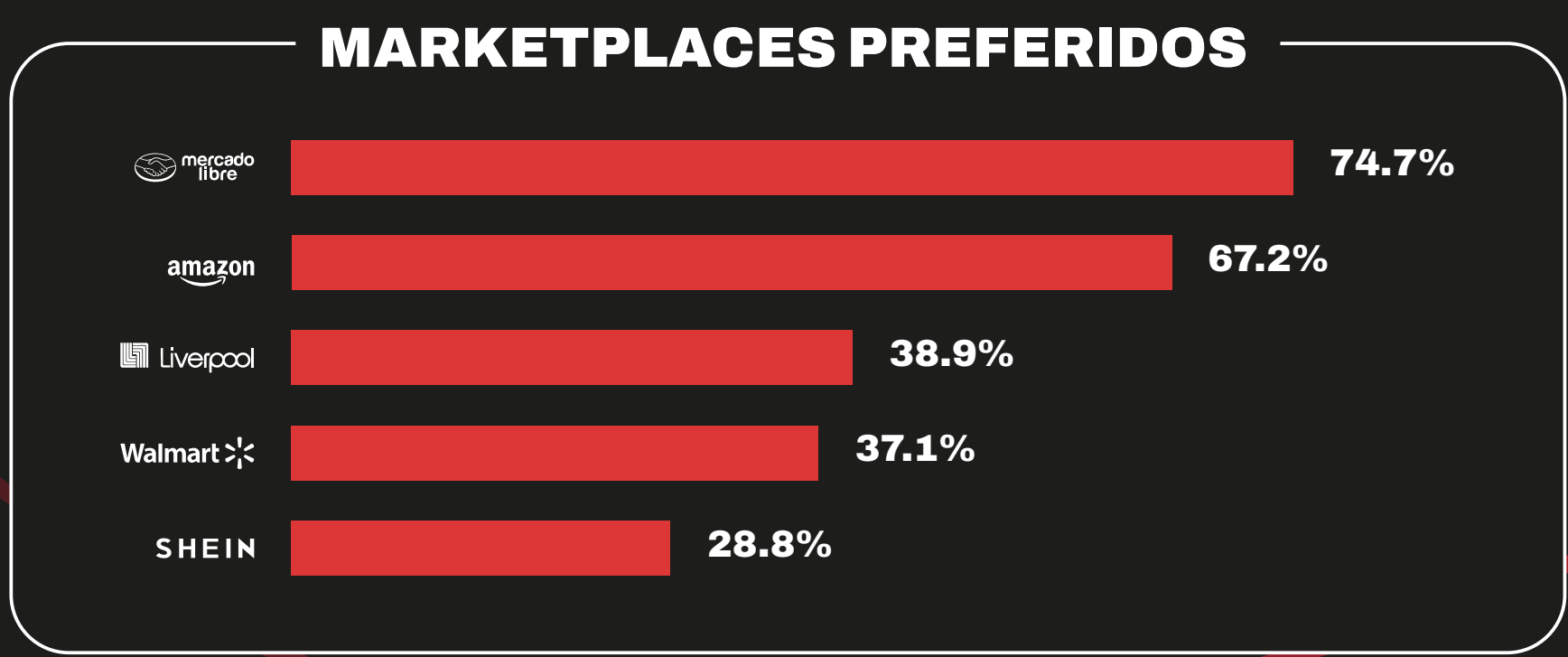
Ticket de Compra: Se Mantiene la Cautela en el Gasto

El gasto medio estimado se mantiene estable, aunque uno de cada dos compradores aún **no sabe si gastará más que el año pasado**.



Los Gigantes del Clic: Dónde Compran los Mexicanos

Siete de cada diez compradores (73%) planean realizar sus compras en marketplaces, consolidándolos como el canal preferido por comodidad y rapidez.



El Gran Reto Online: La Logística Frena la Compra

A pesar del dominio digital, **la logística sigue siendo la principal barrera**. La rapidez y la conveniencia serán factores decisivos en esta edición.



Los 4 Rostros del Comprador en el Buen Fin 2025

El consumidor no es homogéneo. Identificamos cuatro grandes perfiles que conviven con diferentes motivaciones, desde el escepticismo hasta el entusiasmo .

