



**EL BUEN FIN  
Y LA EXPERIENCIA DE  
COMPRAS DEL  
CONSUMIDOR MEXICANO.**

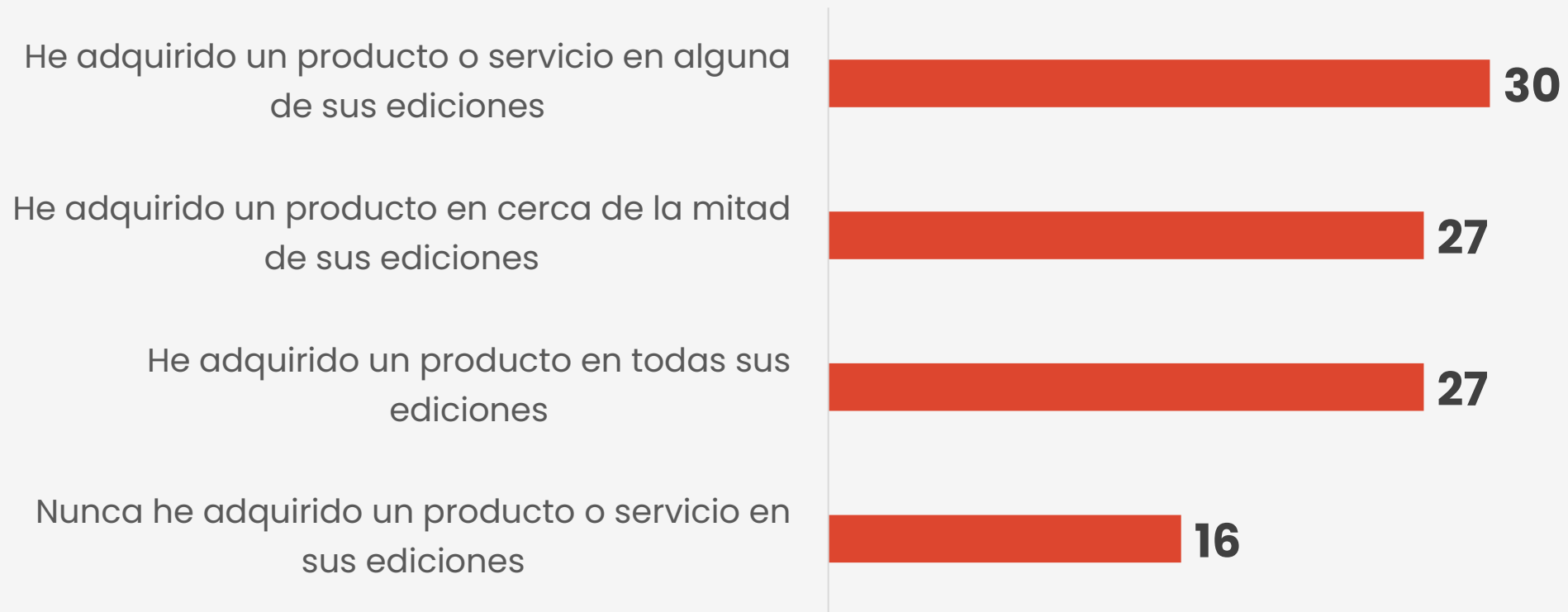
**UVM**

CENTRO DE  
OPINIÓN PÚBLICA

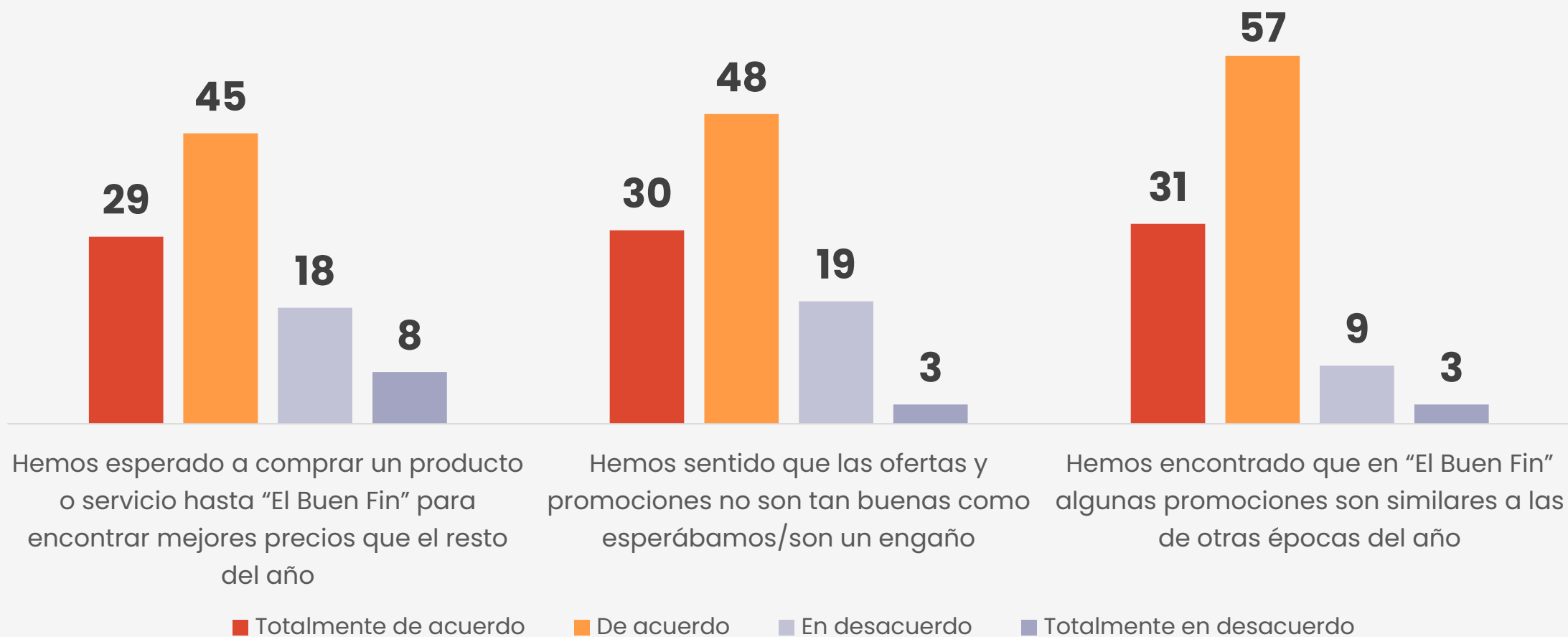
# ¿Qué frase define mejor tu comportamiento?

---

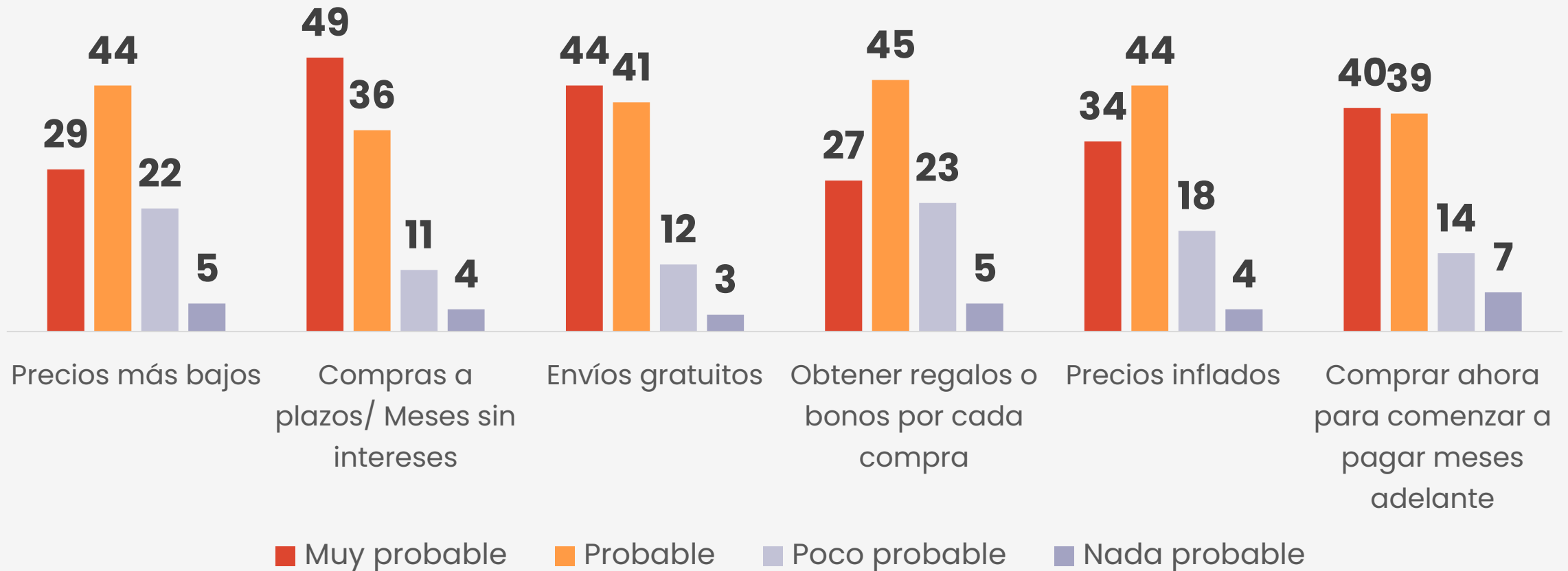
## Desde que inició El Buen Fin...



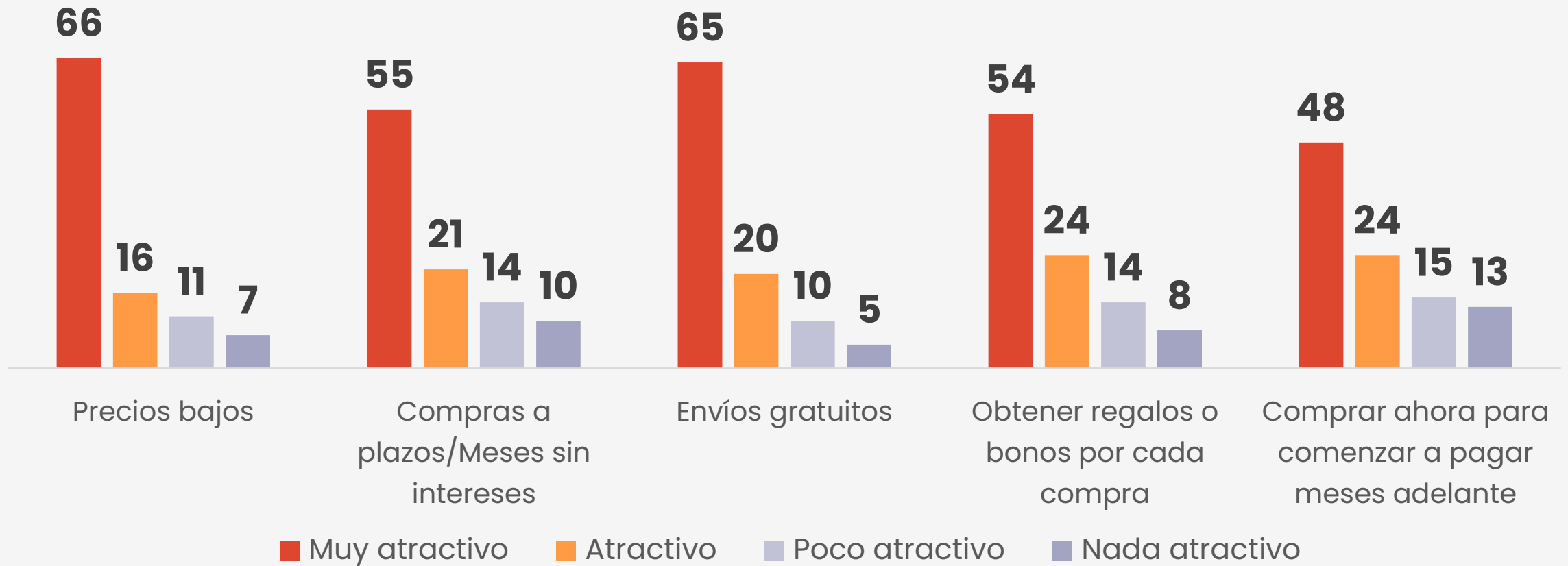
## ¿Qué tan de acuerdo estás con las frases...?



# ¿Qué tan probable es encontrar en este Buen Fin las siguientes situaciones...?

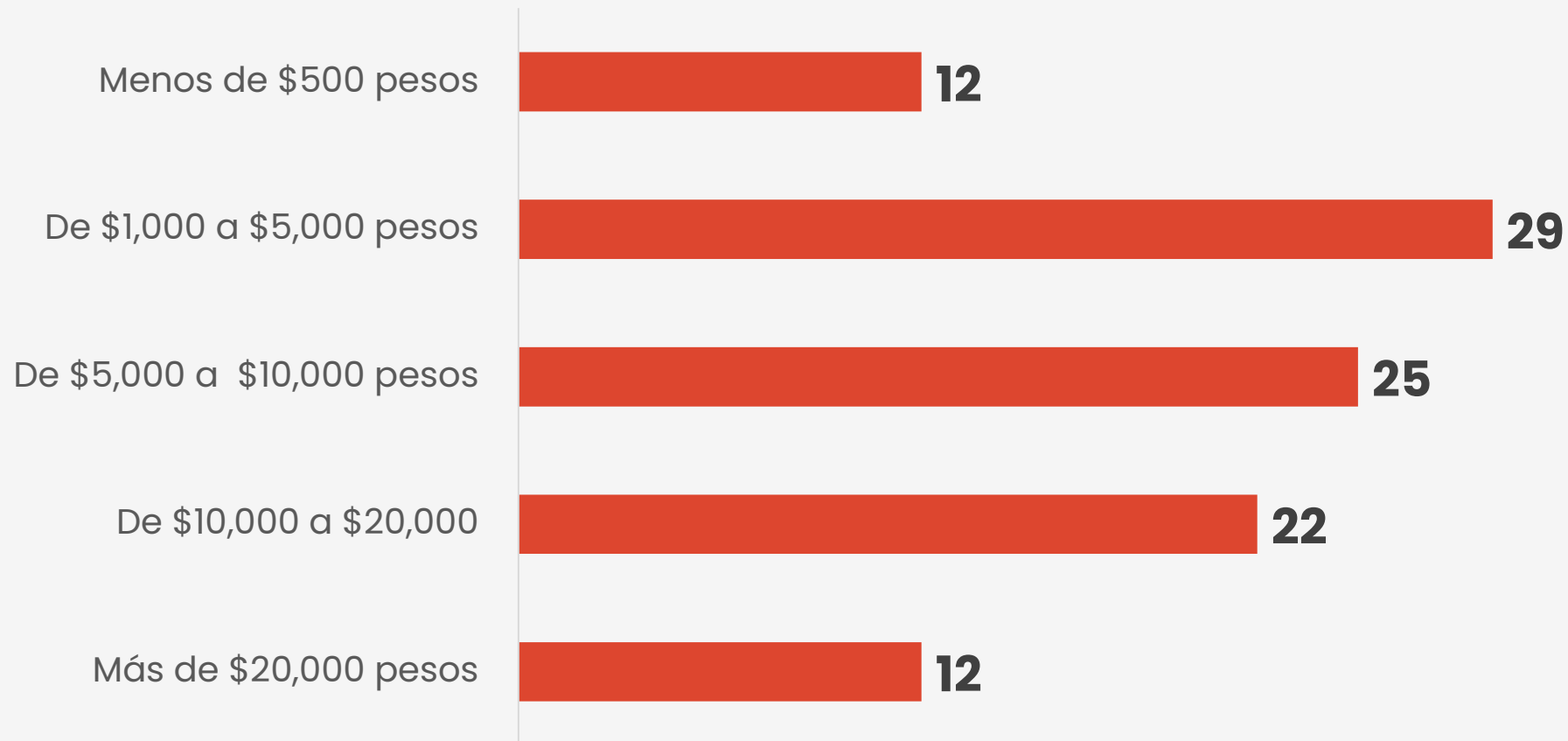


# ¿Qué tan atractivo es encontrar las siguientes ofertas en El Buen Fin?



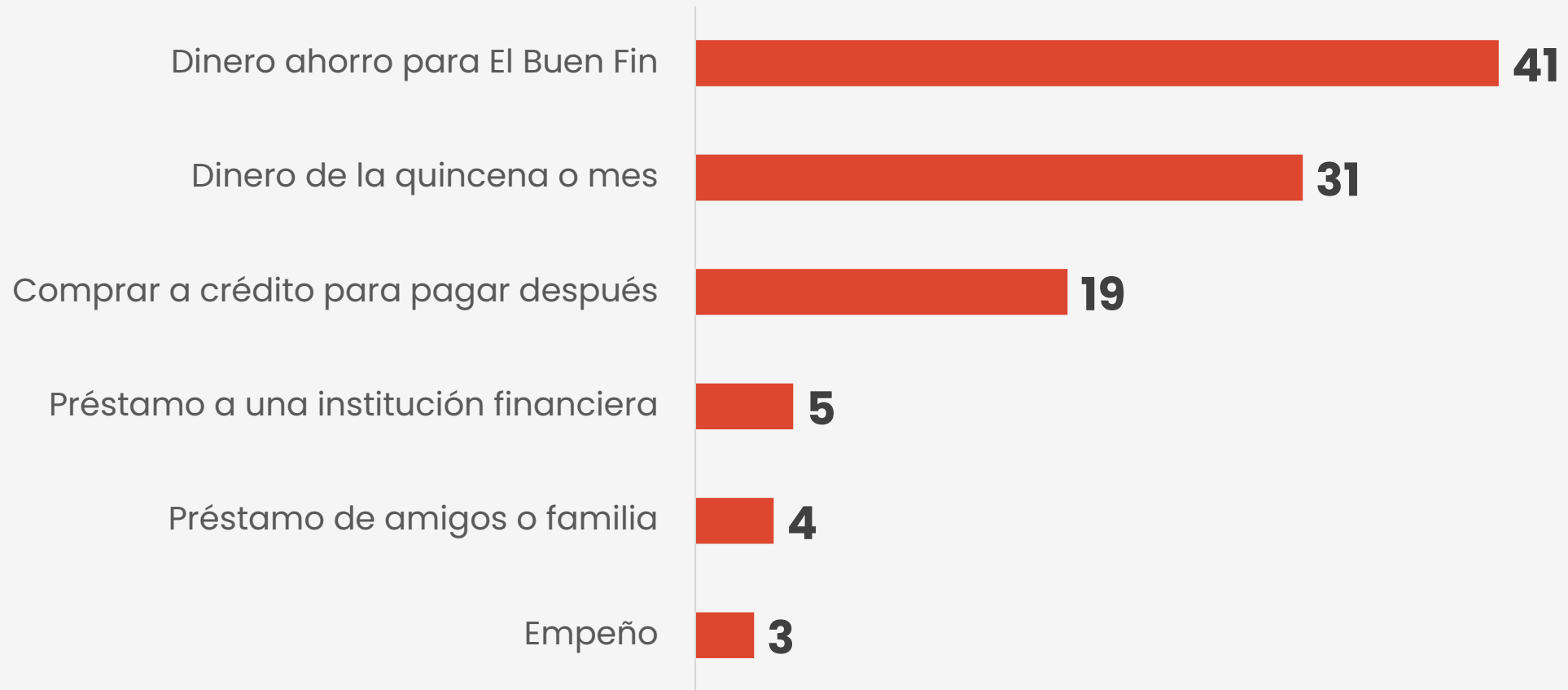
# Estimación del gasto durante el Buen Fin

---



# Fuentes para financiar los gastos realizados en El Buen Fin

---



## ¿Cómo te hace sentir las compras que realizaste en el Buen Fin?

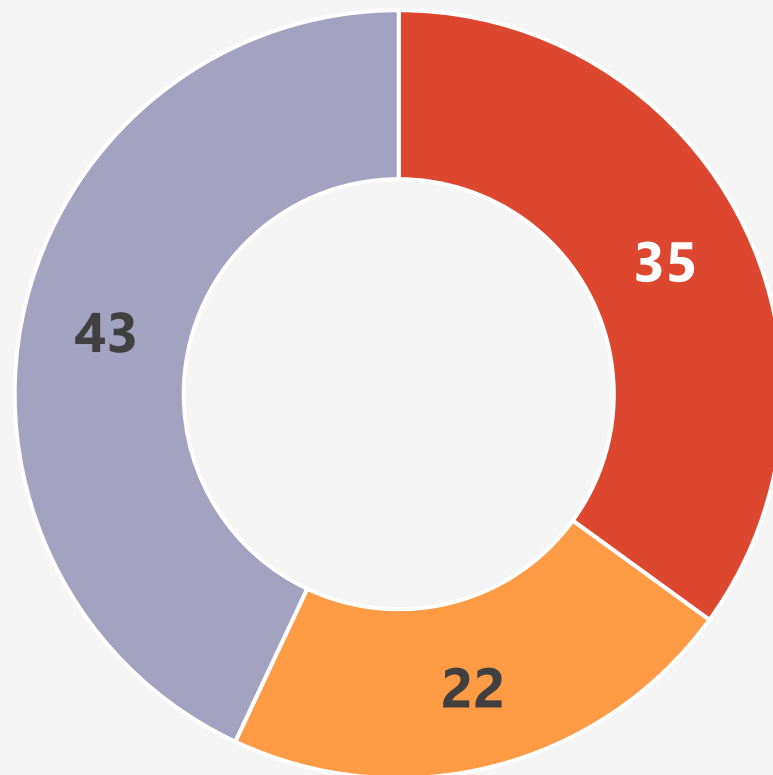
---





# ¿Dónde se adquieren los productos o servicios?

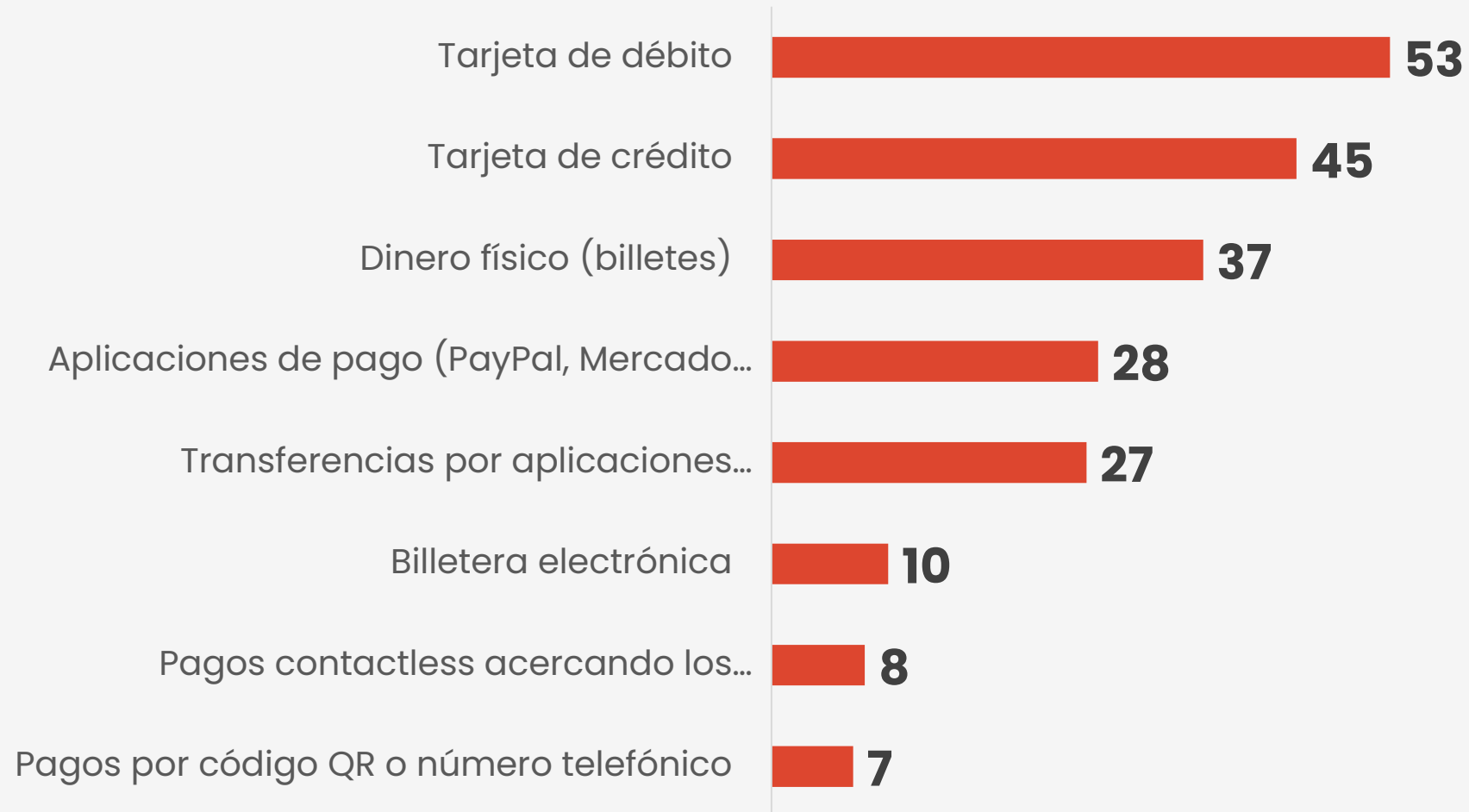
---



■ Tiendas física ■ Virtuales ■ Ambas

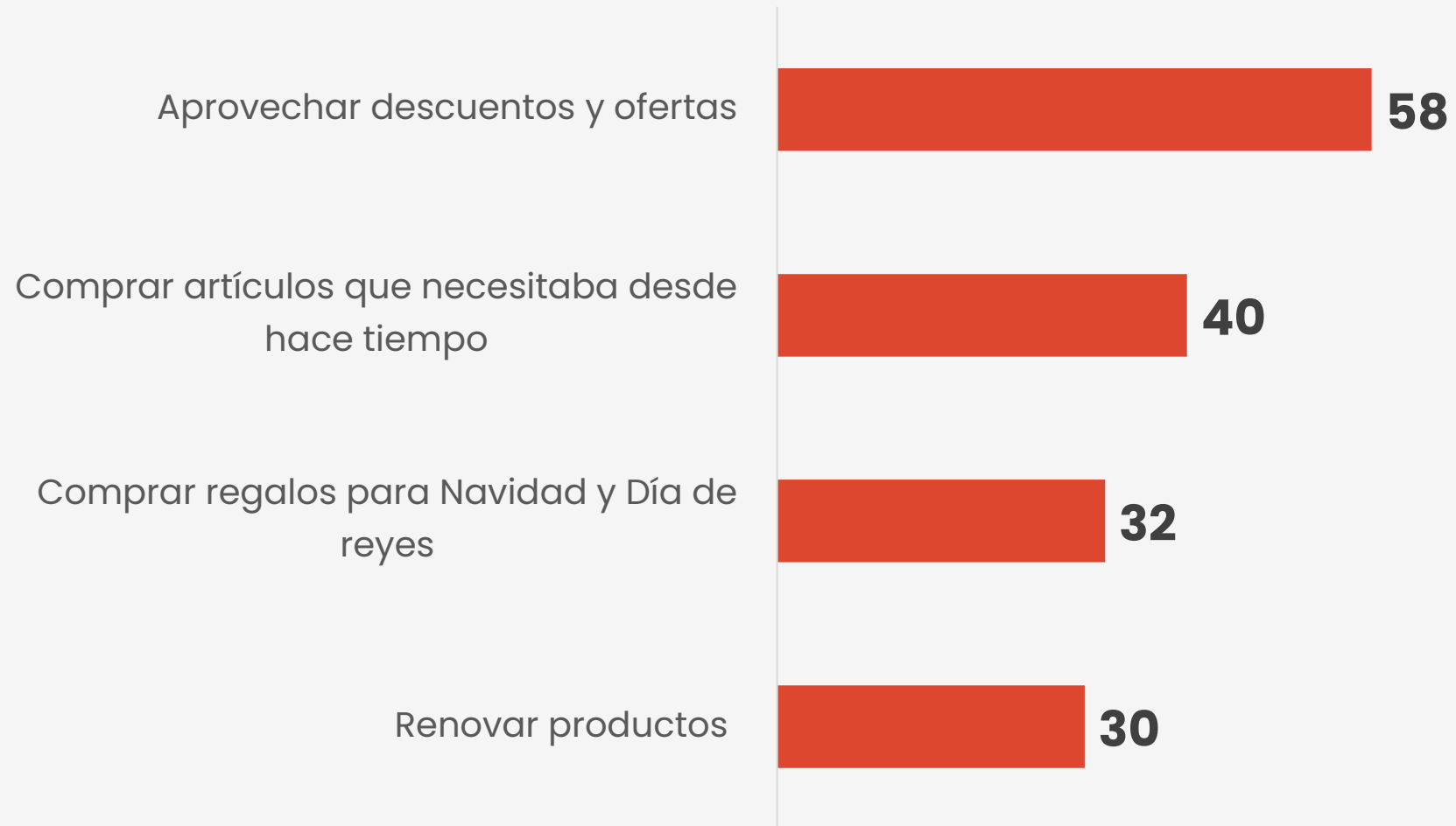
# Formas de pago preferidas durante El Buen Fin

---



# Motivaciones para comprar durante El Buen Fin

---

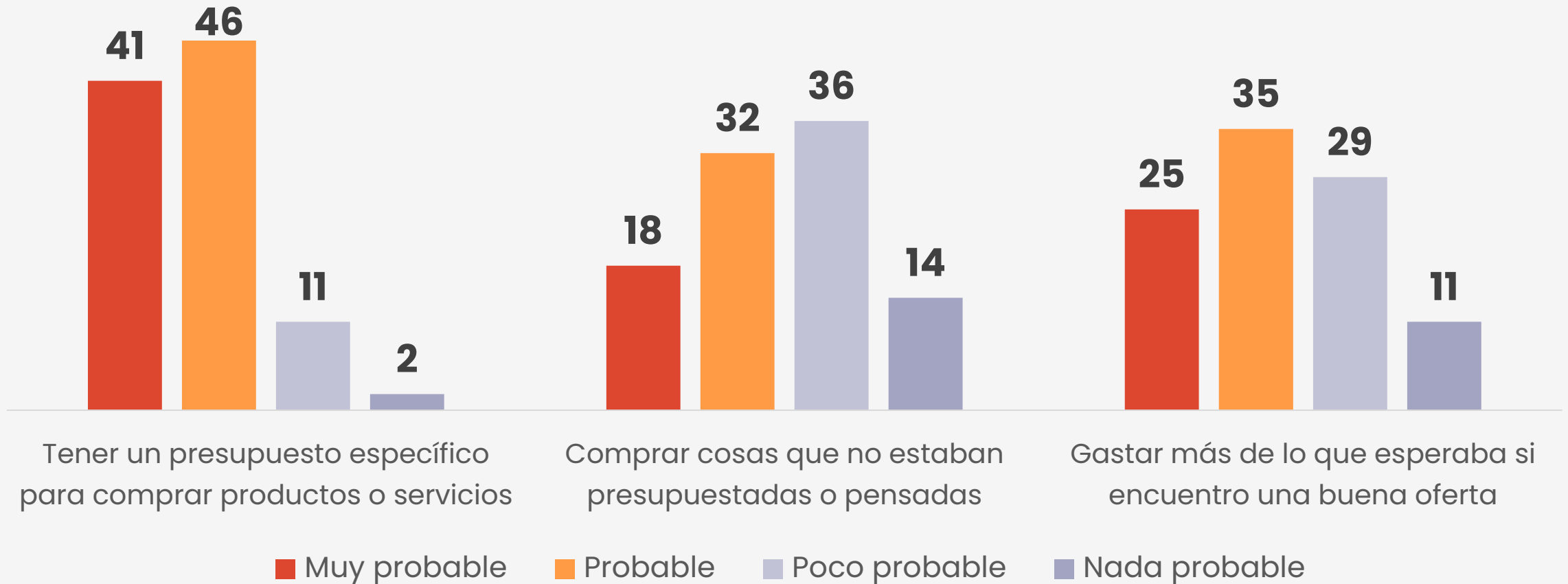


# ¿Qué tan probable es que durante El Buen Fin realices las siguientes acciones...?

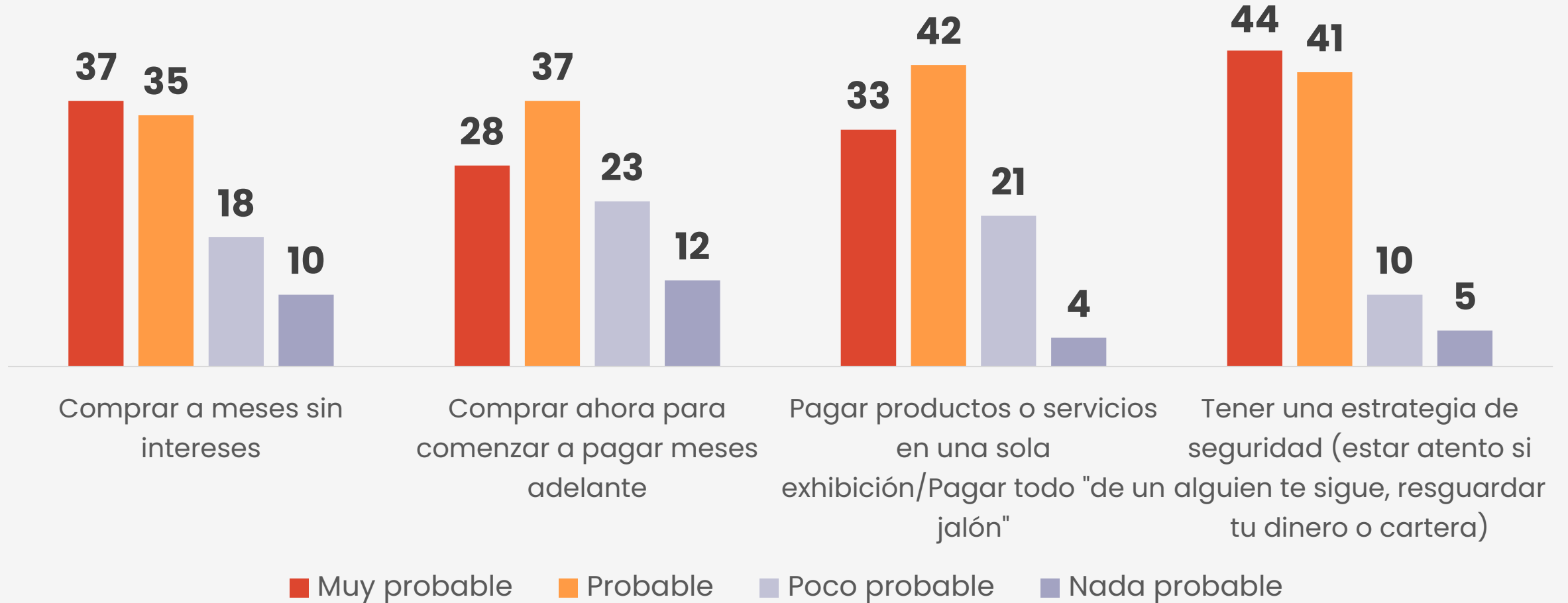


50% de las mujeres indican muy probable consultar precios para comprobar las ofertas versus 40% de los hombres.

# ¿Qué tan probable es que durante El Buen Fin realices las siguientes acciones...?

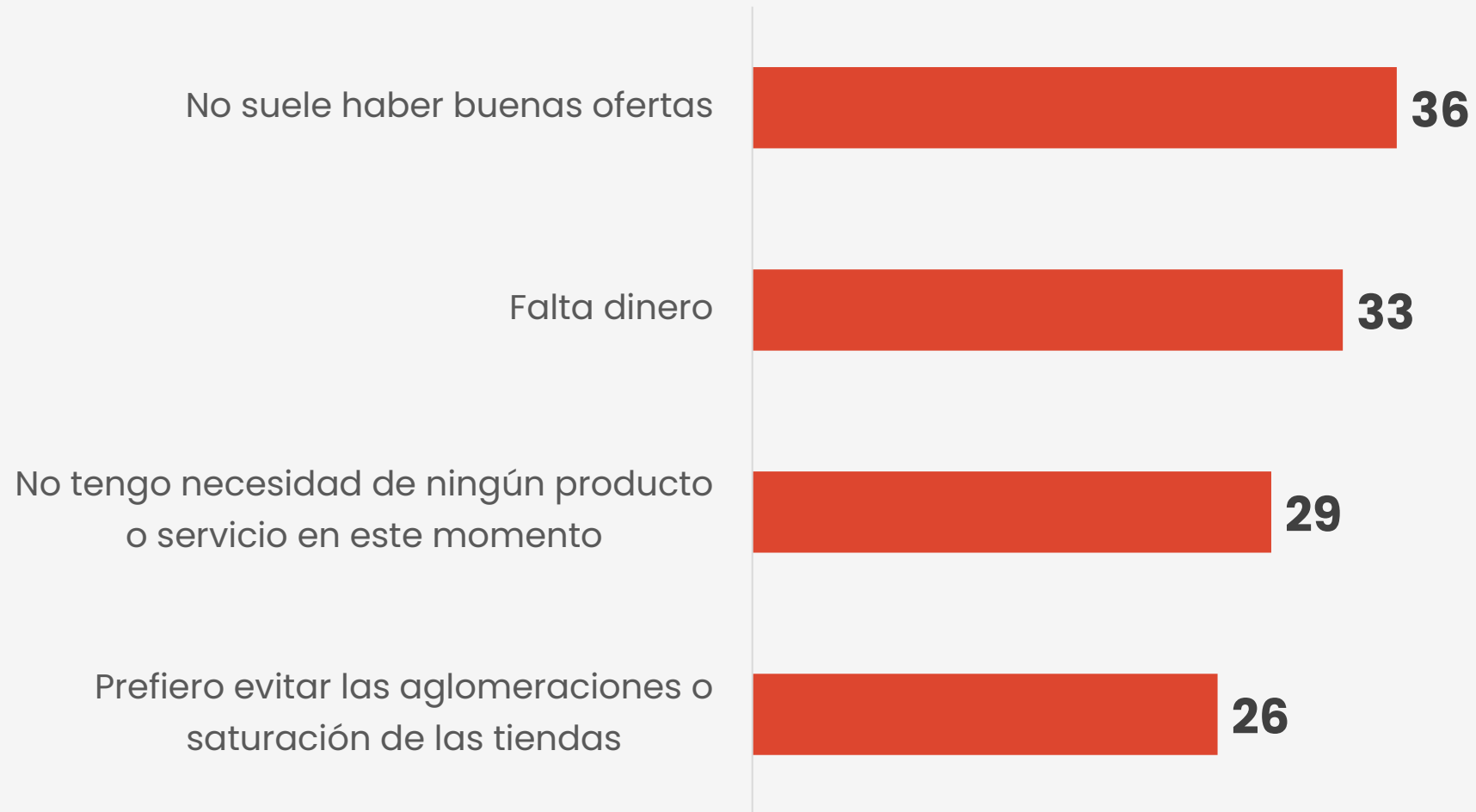


# ¿Qué tan probable es que durante El Buen Fin realices las siguientes acciones...?

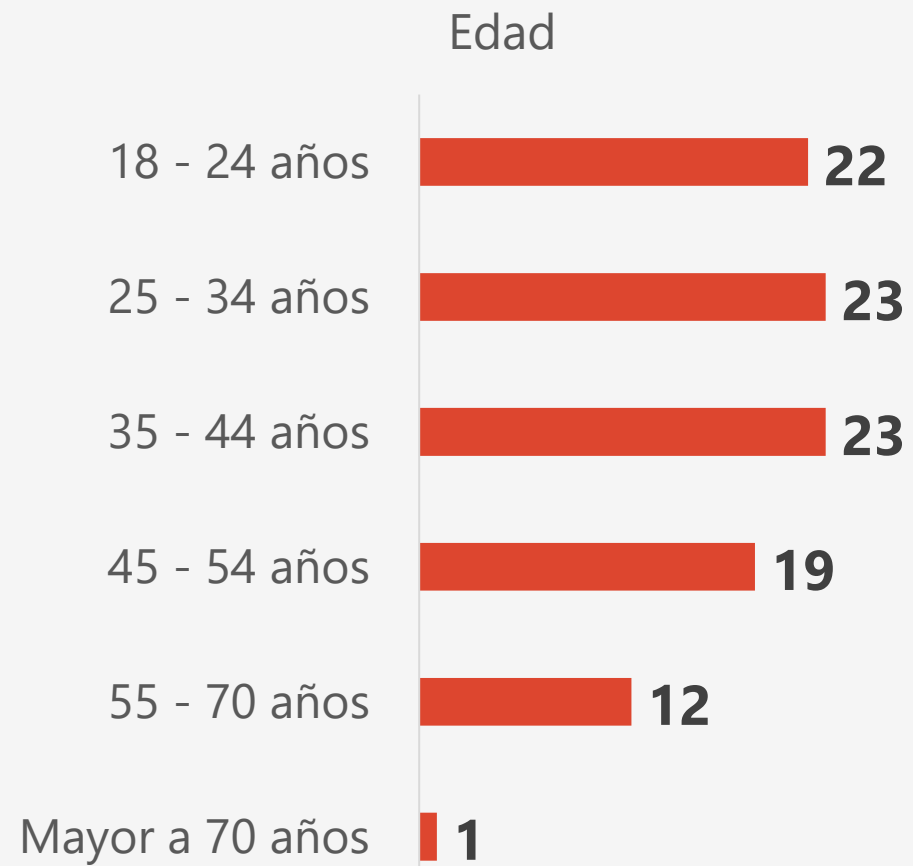


# Motivaciones para no comprar durante El Buen Fin

---



# Sociodemográficos





# Sociodemográficos

---

## Ocupación



# Metodología

---

Encuesta realizada del 16 al 20 de noviembre de 2024 a 770 personas integrantes de un panel online a nivel nacional, donde 51% son hombres y 49% mujeres.