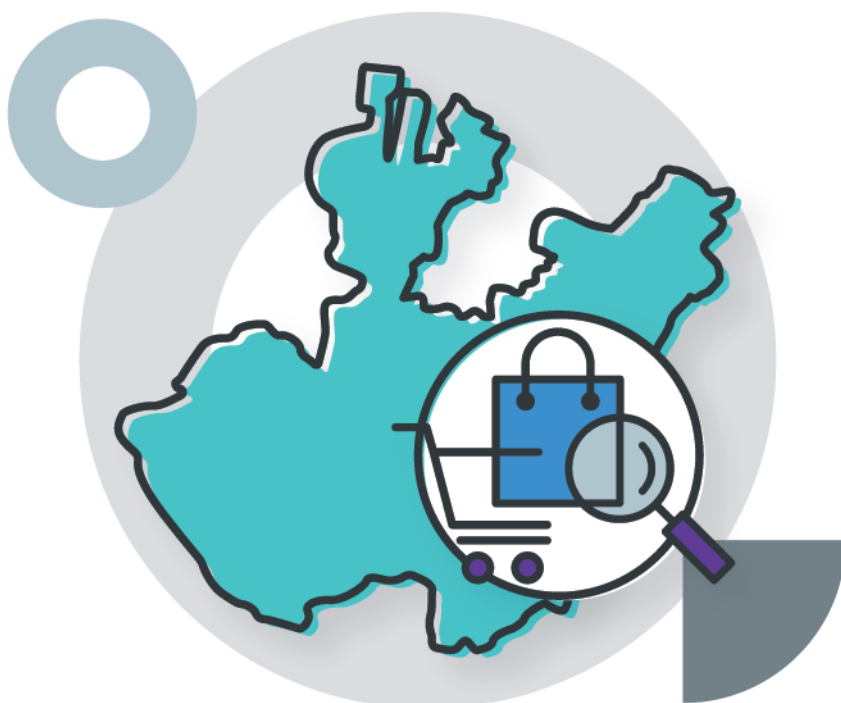


Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense

MARZO 2022



Fecha de publicación: 5 de abril de 2022

Elaborado por la Dirección de Información Estadística Económica y Financiera



IIEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco



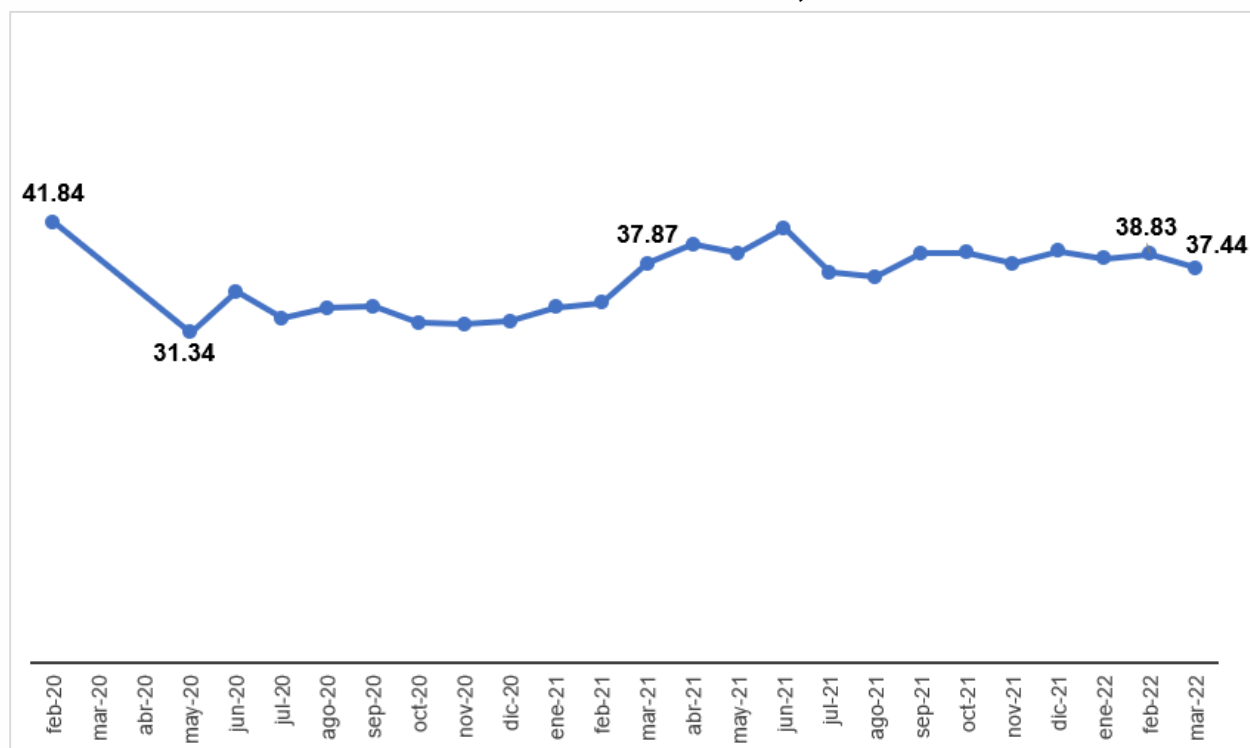
Jalisco
GOBIERNO DEL ESTADO

Resultados de la Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ) de marzo de 2022

El Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG) presenta el Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense (ICCJ) de marzo de 2022. La información se obtuvo mediante una encuesta telefónica con un muestreo aleatorio simple a 602 hogares de la entidad del 16 al 30 de marzo de 2022. La nota metodológica se encuentra al final de este documento.

El nivel del ICCJ de marzo de 2022 fue de 37.44 puntos, lo que implica una variación mensual de -1.39 puntos o de -3.57% y una variación anual de -0.43 puntos o de -1.13%. Con respecto a febrero de 2020 la referencia prepandemia, se tiene una variación de -4.40 puntos o de -10.51%.

Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, febrero-2020 a marzo-2022



Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: Debido a la suspensión de actividades, no se levantó la ETCOJ de marzo y abril del 2020.

El ICCJ es el resultado del promedio de 5 subíndices, de los cuales 4 bajaron en marzo con relación al mes anterior. Para construir el primer subíndice, se pide a los hogares que comparen su situación económica actual con la de hace doce meses; este subíndice pasó de 38.87 puntos en febrero a 38.08 puntos en marzo, una variación mensual de -2.03% o de -0.79 puntos. Con respecto al mismo mes del año anterior, se tiene una variación anual de 4.54 puntos o de 13.54%. En el mes de marzo los hogares tuvieron una menor percepción de la economía familiar respecto a los meses anteriores.

El segundo subíndice refleja lo que esperan los consumidores en los próximos doce meses respecto al mes de referencia. El nivel calculado para febrero fue de 52.74 puntos y para marzo de 48.42 puntos, una variación mensual de -8.19% o de -4.32 puntos. El subíndice de marzo se encuentra por debajo del umbral de 50 puntos, por lo que, en promedio, los hogares tienen una perspectiva más negativa que positiva de la economía familiar para los siguientes meses. La variación anual de este subíndice es de -6.47 puntos o de -11.79%.

Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, nivel del indicador y subíndices a marzo de 2022

Concepto	2020	2021	2022		Variación % mensual		Variación % anual	
	Febrero	Marzo	Febrero	Marzo	%	Puntos	%	Puntos
Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense	41.84	37.87	38.83	37.44	-3.57%	-1.39	-1.13%	-0.43
- Situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que se tenía hace 12 meses	40.56	33.54	38.87	38.08	-2.03%	-0.79	13.54%	4.54
- Situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual	48.21	54.89	52.74	48.42	-8.19%	-4.32	-11.79%	-6.47
- Situación económica de Jalisco hoy en día, comparada con la de hace 12 meses	40.81	32.05	37.79	37.50	-0.77%	-0.29	17.01%	5.45
- Situación económica de Jalisco esperada dentro de 12 meses, respecto a la actual	52.16	56.92	52.70	49.09	-6.86%	-3.61	-13.77%	-7.84
- Posibilidades en el momento actual de los integrantes del hogar, comparadas con las de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.	27.45	11.94	12.04	14.12	17.24%	2.08	18.25%	2.18

Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: Las variaciones están calculadas con todos los decimales, pero solo se presentan a dos decimales.

El tercer subíndice se calcula a partir de la pregunta sobre la percepción que se tiene sobre la situación de la economía de Jalisco en el mes de referencia respecto a doce meses atrás; este subíndice pasó de 37.79 en febrero a 37.50 en marzo, una variación mensual de -0.77% o de -0.29 puntos. La variación de este subíndice con respecto al mismo mes del año anterior es de 17.01% o 5.45 puntos.

La situación esperada de la economía de Jalisco dentro de doce meses de los hogares entrevistados constituye el cuarto subíndice, el cual pasó de 52.70 puntos en febrero a 49.09 en marzo, una variación mensual de -6.86% o de -3.61 puntos. La expectativa de los hogares para los siguientes doce meses es más pesimista al encontrarse por debajo del umbral de los 50 puntos. La variación anual de este subíndice es de -13.77% o de -7.84 puntos.

El último subíndice se calcula a partir de las posibilidades del hogar de adquirir algún bien duradero como muebles, televisores, lavadoras, etc., comparadas con las que tenía hace un año; este subíndice pasó de 12.04 en febrero a 14.12 en marzo, una variación mensual de 2.08 puntos o de 17.24%. Con respecto al mismo mes del año anterior, se tiene una variación anual de este subíndice de 18.25% o de 2.18 puntos.

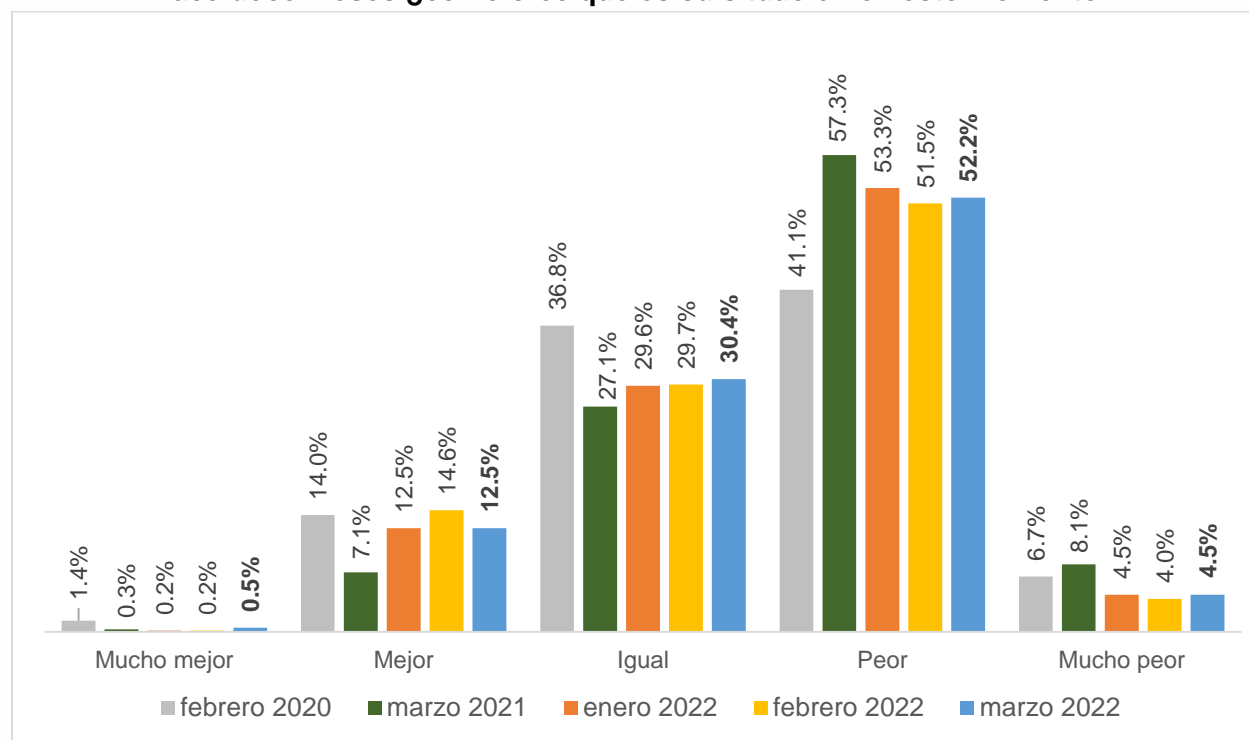
A continuación, se presentan los resultados de las respuestas específicas a cada una de las 5 preguntas que se utilizan para el cálculo del ICCJ.

Resultados específicos de las 5 preguntas que componen el ICCJ

La primera pregunta que compone el ICCJ es “Comparada con la situación económica que los miembros de este hogar tenían hace doce meses ¿cómo cree que es su situación en este momento?”. Las respuestas de “mucho mejor” aumentó de 0.2% de febrero a 0.5% en marzo. El porcentaje de hogares que respondieron “mejor” disminuyó de 14.6% a 12.5% en los mismos meses. El porcentaje de personas que mencionaron que la situación económica del hogar se ha mantenido igual aumentó de 29.7% a 30.4%. El porcentaje de respuesta de “peor” subió de 51.5% a 52.2% en un mes, mientras que los que respondieron “mucho peor” también aumentó de 4.0% a 4.5% en el mismo periodo. El aumento de las respuestas de “peor” y “mucho peor” y la disminución de las de “mejor” ocasionó que el primer subíndice del ICCJ disminuyera en marzo.

Con respecto a marzo del año anterior, ha aumentado el porcentaje de hogares con respuestas de mejor y mucho mejor situación económica, de 7.5% en marzo de 2021 a 13.0% en marzo de 2022, respectivamente. Asimismo, se redujeron los porcentajes de peor y mucho peor situación económica en el mismo periodo.

Pregunta 1. Comparando la situación económica que los miembros de su hogar tenían hace doce meses ¿cómo cree que es su situación en este momento?



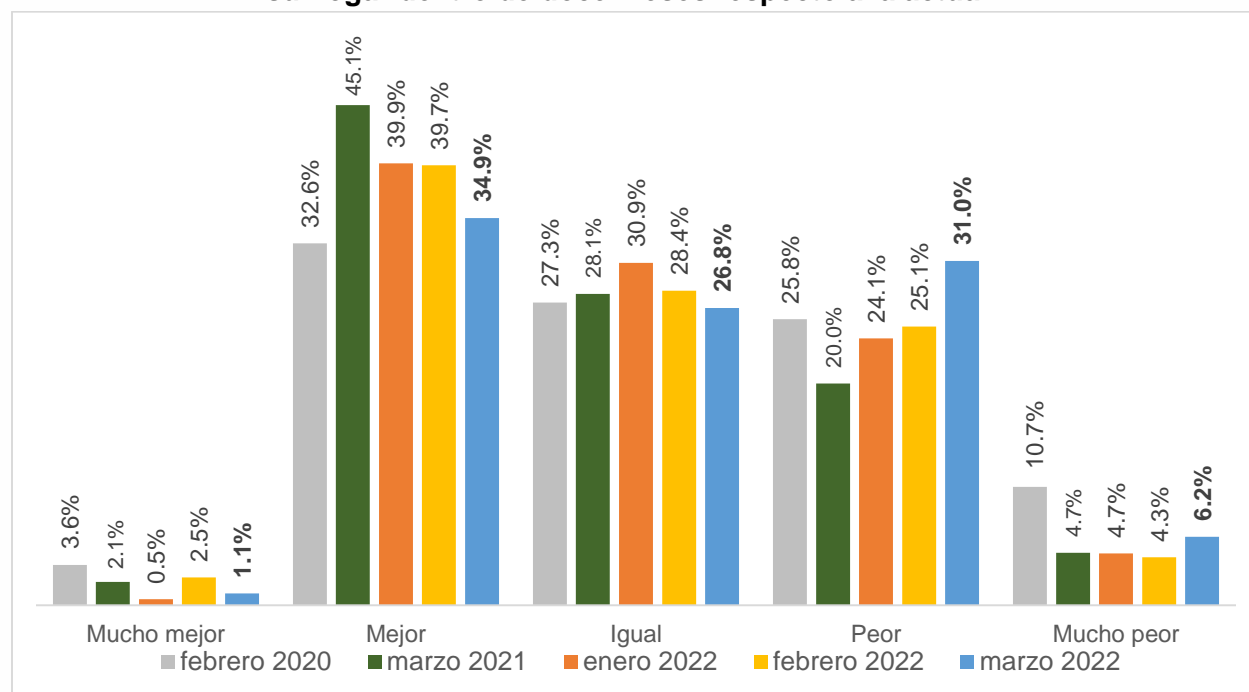
Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

La segunda pregunta que compone el ICCJ es “¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de su hogar dentro de doce meses respecto a la actual?”. La opción de respuesta “mucho mejor” disminuyó al pasar de 2.5% en febrero a 1.1% en marzo, mientras que los que mencionaron “mejor” el porcentaje disminuyó de 39.7% a 34.9%. El porcentaje de encuestados que menciona que la situación económica de su hogar seguirá igual disminuyó de 28.4% a 26.8% en los mismos meses.

El porcentaje de los que consideran que la economía del hogar estará peor dentro de un año aumentó de 25.1% a 31.0% de febrero a marzo. Finalmente, la respuesta “mucho peor” también subió de 4.3% a 6.2% en el mismo periodo. El incremento registrado de casi 5 puntos porcentuales en las respuestas de peor y de casi 2 puntos porcentuales en la de mucho peor, ocasionó que el segundo subíndice del ICCJ disminuyera en marzo.

Pregunta 2. ¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de su hogar dentro de doce meses respecto a la actual?



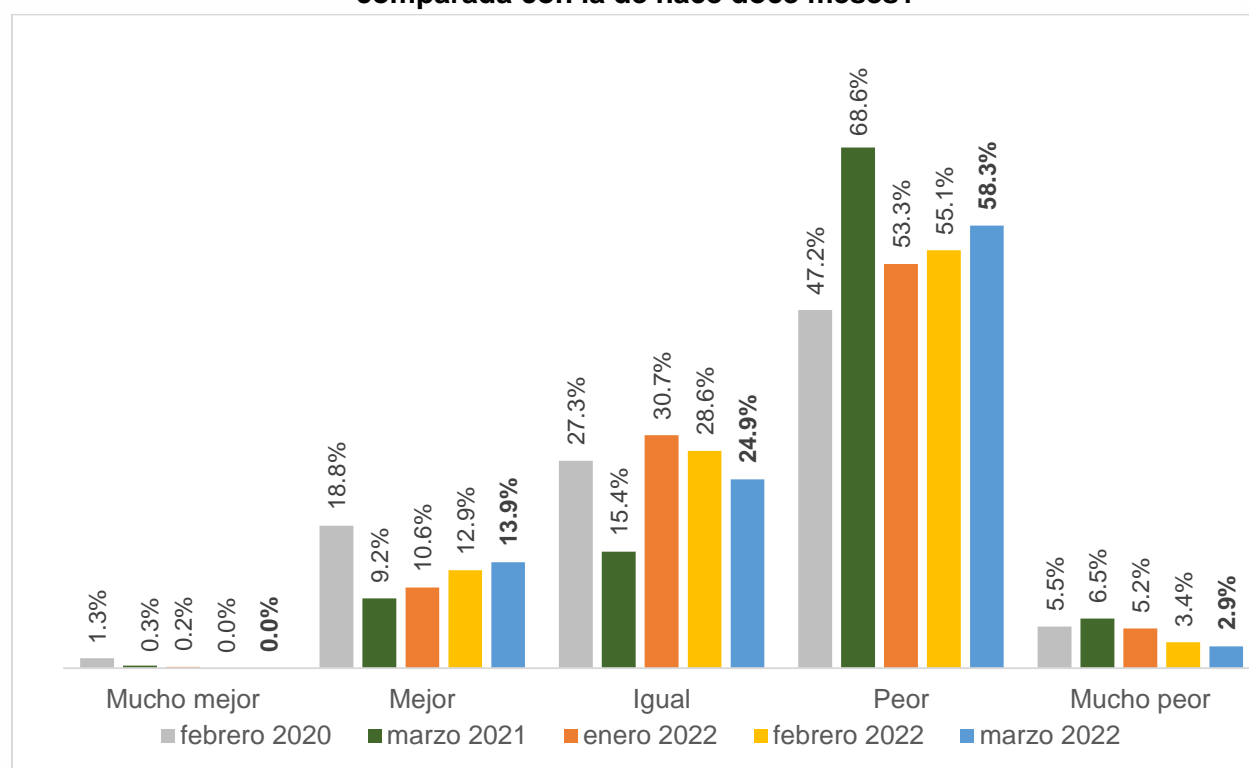
Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

Cuando se les preguntó sobre la situación económica de Jalisco comparada con la de doce meses atrás, pregunta que compone el tercer subíndice del ICCJ, los resultados son los siguientes. El porcentaje de hogares que mencionó que la economía jalisciense está mucho mejor, comparada con hace un año, se mantuvo sin cambios en 0.0% de febrero a marzo. Los hogares que refirieron que la economía de la entidad está mejor pasó de 12.9% a 13.9% en los mismos meses.

El porcentaje de hogares que considera que la economía de Jalisco está igual pasó de 28.6% en febrero a 24.9% en marzo. Por otro lado, el porcentaje de consumidores que consideran que la economía jalisciense está peor que hace un año aumentó de 55.1% a 58.3% en ese periodo. Finalmente, los que consideran que está mucho peor disminuyó de 3.4% a 2.9%. El aumento de las respuestas de mejor fue inferior al aumento de las respuestas de peor, lo que hizo que el tercer subíndice del ICCJ también disminuyera en marzo.

Pregunta 3. ¿Cómo considera usted la situación económica de Jalisco hoy en día comparada con la de hace doce meses?



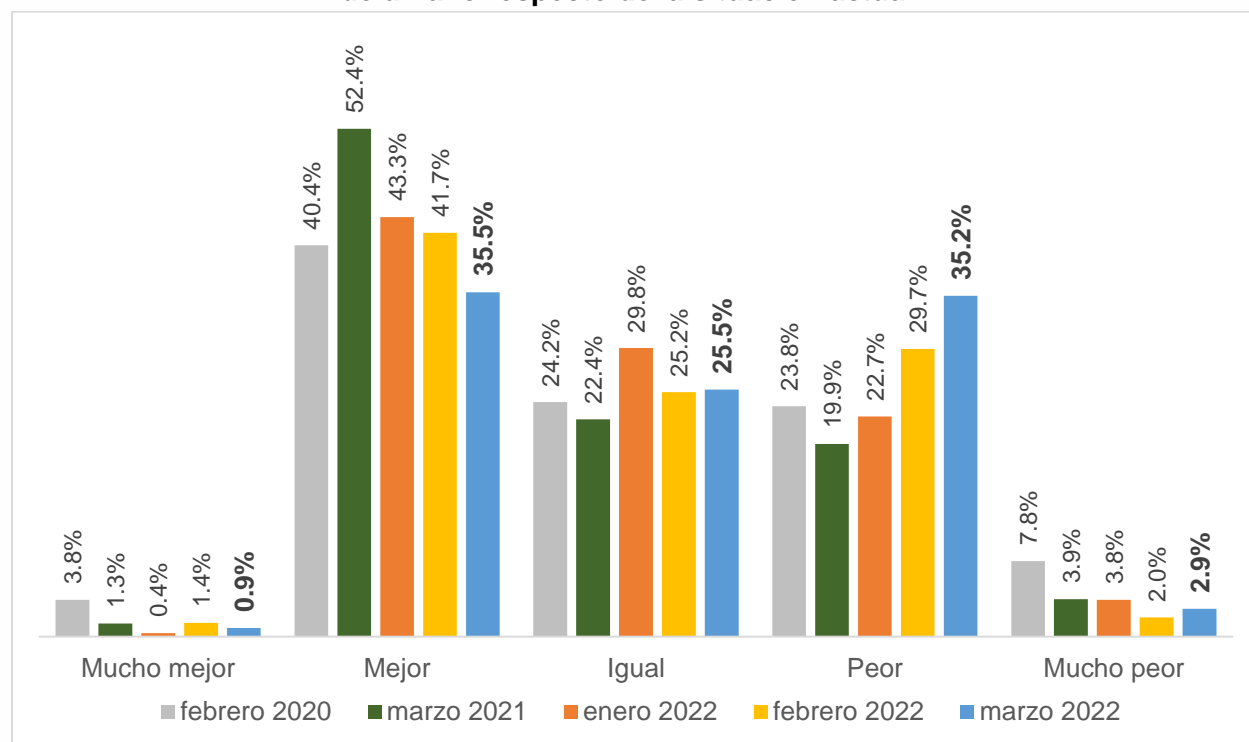
Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: La respuesta "No sabe" se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

Con respecto a la cuarta pregunta que compone el Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense de “¿Cómo considera usted que será la condición económica de Jalisco dentro de un año respecto de la situación actual?”, el 1.4% consideró que la economía de Jalisco estará mucho mejor en un año en el levantamiento de la encuesta de febrero, y en marzo fue de 0.9%. Los que consideran que estará mejor pasó de 41.7% a 35.5% en el mismo periodo.

El porcentaje de personas que considera que en un año la economía de Jalisco estará igual pasó de 25.2% a 25.5%, en tanto que los que mencionan que estará peor aumentó de 29.7% a 35.2% entre febrero y marzo. Finalmente, el porcentaje de encuestados que mencionó que estará mucho peor dentro de un año aumentó de 2.0% a 2.9% en el mismo periodo. El incremento en el porcentaje que consideran que la economía estará peor, ocasionó un decremento en el cuarto subíndice del ICCJ en marzo con respecto al del mes previo.

Pregunta 4. ¿Cómo considera usted que será la condición económica de Jalisco dentro de un año respecto de la situación actual?



Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

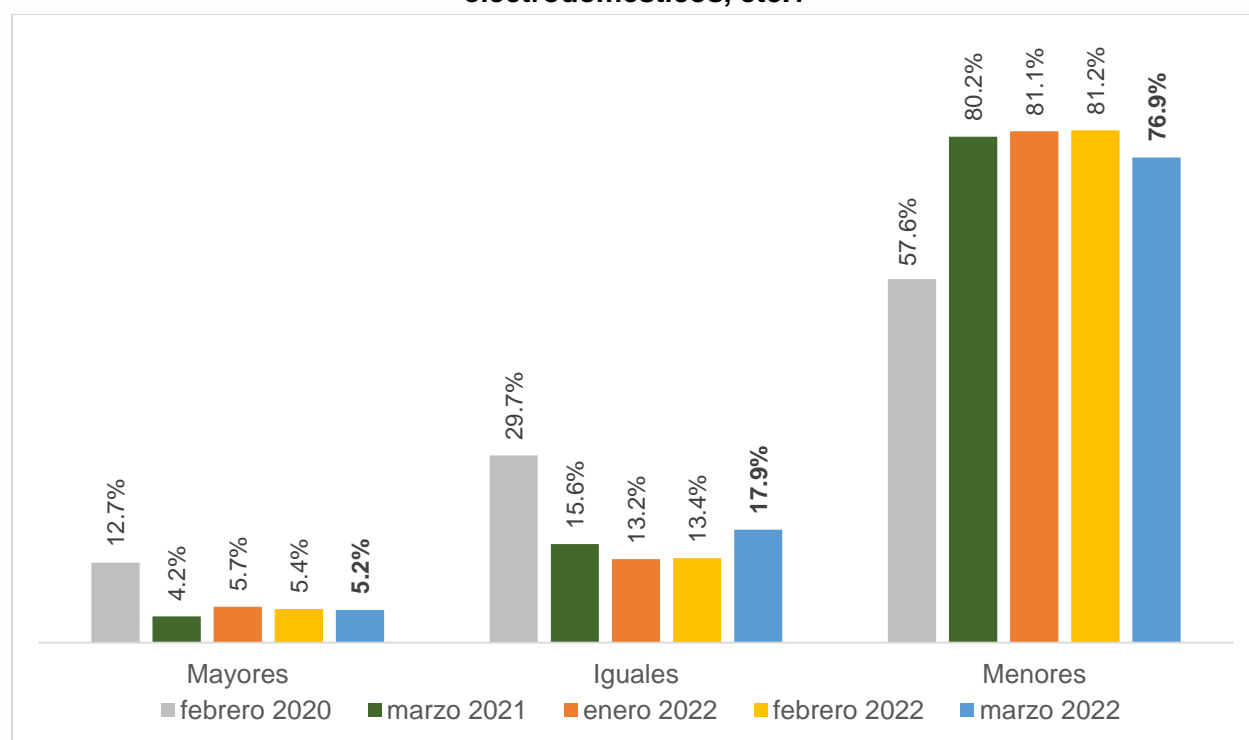
Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

La última pregunta que compone el ICCJ considera la posibilidad de los consumidores jaliscienses de adquirir un bien duradero tales como muebles, televisores, lavadoras o algún aparato electrodoméstico, comparada con la posibilidad que tenían doce meses atrás.

El porcentaje de los hogares que mencionan que tienen mayores posibilidades de compra disminuyó de 5.4% a 5.2% de febrero a marzo. La respuesta de “iguales posibilidades” aumentó de 13.4% a 17.9% en los mismos meses. Finalmente, el porcentaje de personas que considera que existen menores posibilidades de compra de bienes durables disminuyó de 81.2% a 76.9% en el mismo periodo.

La disminución en el porcentaje de los hogares con menores posibilidades de compra ocasionó que el quinto subíndice que compone el ICCJ aumentara en marzo con respecto al mes anterior.

Pregunta 5. Comparando la situación económica de hace un año, ¿cómo considera actualmente las posibilidades de que usted o alguno de los integrantes de este hogar realice compras tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.?



Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

Preguntas complementarias en el levantamiento de marzo de 2022

Durante el levantamiento de la ETCOJ de marzo, además de incluir las mismas preguntas adicionales de los meses anteriores para conocer las posibilidades de ahorrar, salir de vacaciones o de comprar artículos como ropa, calzado y accesorios, se incluyeron preguntas relacionadas con pedidos a domicilio que hacen los hogares y su frecuencia. Las preguntas fueron:

- Comparando la situación económica de hace un año, ¿Cómo considera en este momento las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios?
- ¿Qué tan probable considera que durante los próximos doce meses usted o alguno de los integrantes de este hogar tendrán posibilidades económicas para salir de vacaciones?
- ¿Actualmente usted tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?
- ¿En lo que va del año ha hecho pedidos a domicilio? (como comida de restaurantes, supermercado o paquetería)
- ¿A qué tipo de negocios suele hacer pedidos?
- Aproximadamente, ¿con qué frecuencia suele realizar pedidos a domicilio? (cualquier tipo de pedido)
- Cuando pide comida a domicilio, en promedio, ¿cuánto gasta por pedido?

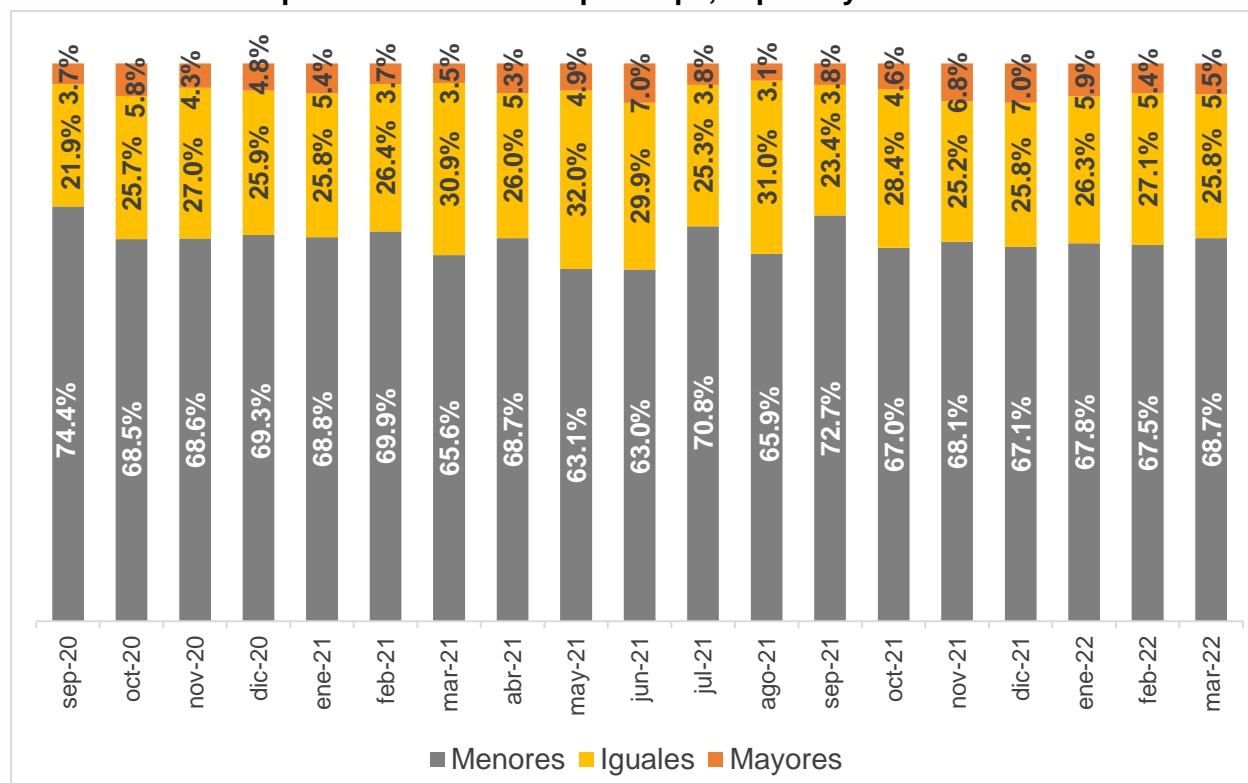
Cabe señalar que estas preguntas también se hicieron el año pasado. En este documento se hace una comparación con las respuestas de 2021.

A continuación, se presentan los resultados de estas preguntas.

En marzo de 2022, el porcentaje de hogares que contestaron que tenían mayores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios en comparación a hace un año fue de 5.5%, mayor al 5.4% de febrero.

Sobre iguales oportunidades de hacer este tipo de compras comparado con hace un año, el porcentaje disminuyó de 27.1% a 25.8% de febrero a marzo. Finalmente, el porcentaje de hogares que mencionaron tener menores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios aumentó al pasar de 67.5% a 68.7% en el mismo periodo.

Comparando la situación económica de hace un año, ¿Cómo considera en este momento las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios?

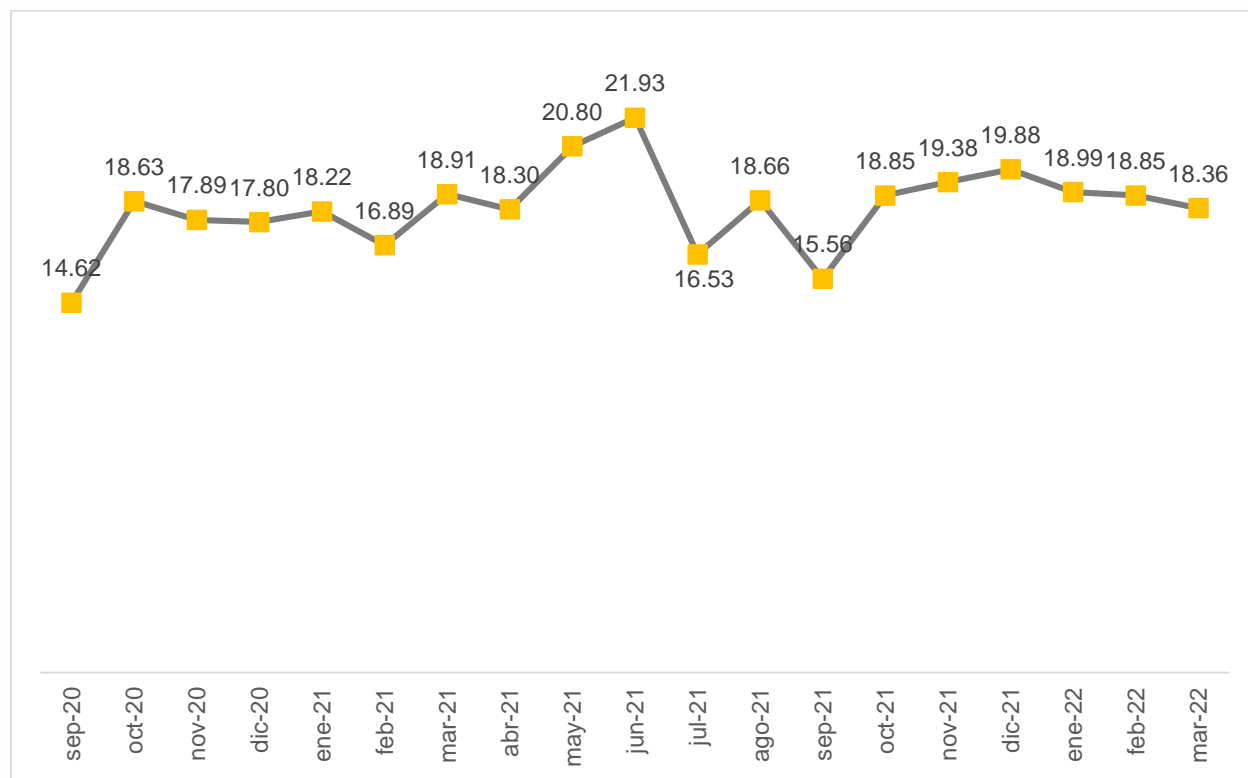


Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: La respuesta "No sabe" se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

El índice calculado de las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios disminuyó de 18.85 puntos a 18.36 puntos de febrero a marzo, esto es una variación mensual de -0.50 puntos¹ o de -2.64%. La variación anual fue de -0.55 puntos o de -2.91%.

Índice de las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios, septiembre de 2020-marzo de 2022

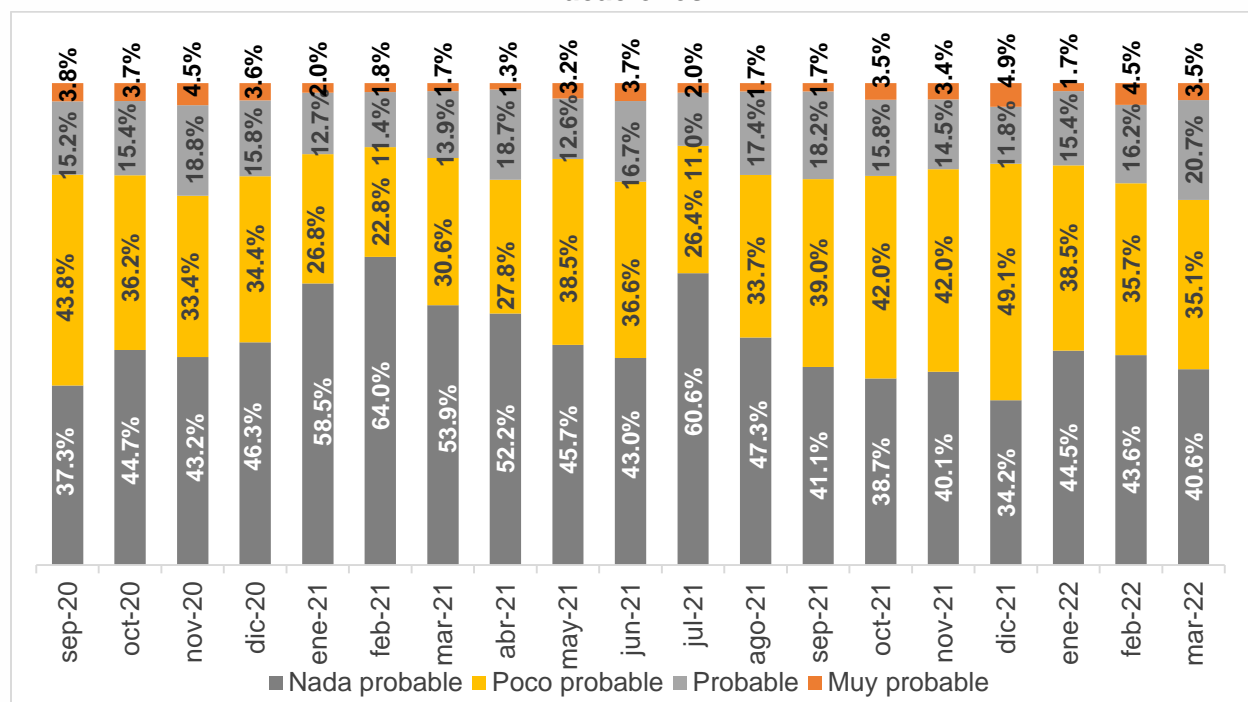


Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

¹ Debido al redondeo de las cifras no es 0.49 puntos la variación.

Sobre las posibilidades económicas de salir de vacaciones en los próximos doce meses, el porcentaje de los hogares que mencionaron que es muy probable pasó de 4.5% a 3.5% entre febrero y marzo. Los que consideran que es probable, su porcentaje aumentó de 16.2% a 20.7% en los mismos meses. El porcentaje que mencionó poco probable disminuyó de 35.7% a 35.1%, mientras que los que mencionaron nada probable también se redujo de 43.6% a 40.6% en un mes.

¿Qué tan probable considera que durante los próximos doce meses usted o alguno de los integrantes de este hogar tendrán posibilidades económicas para salir de vacaciones?

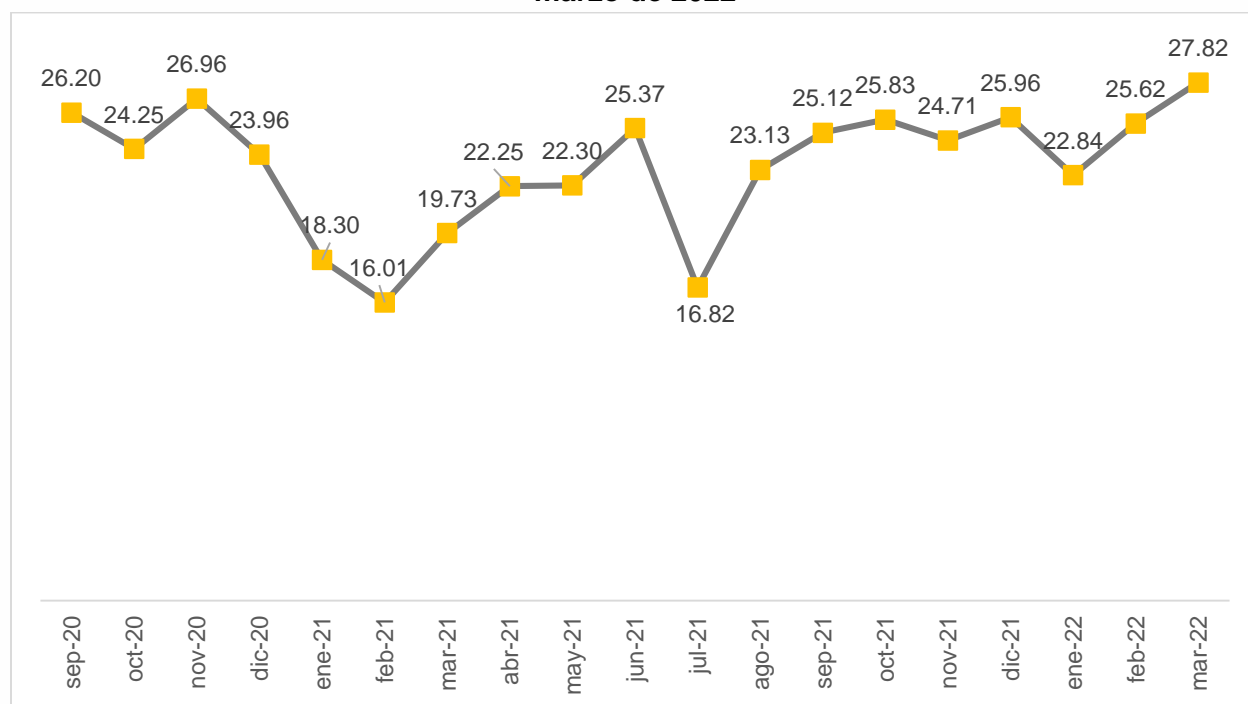


Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: La respuesta "No sabe" se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

El índice calculado de las posibilidades económicas de salir de vacaciones pasó de 25.62 a 27.82 puntos de febrero a marzo, esto es una variación mensual de 2.20 puntos o de 8.59%. Desde marzo del año pasado, mes en el que alcanzó su valor mínimo, el índice de las posibilidades económicas de salir de vacaciones se ha ido recuperando, y en marzo se encuentra en su valor máximo calculado desde septiembre de 2020, mes en el que se empezó a calcular este indicador. La variación anual de este índice es de 8.09 puntos o de 40.99%, pues en marzo del año anterior este índice se encontraba en 19.73 puntos.

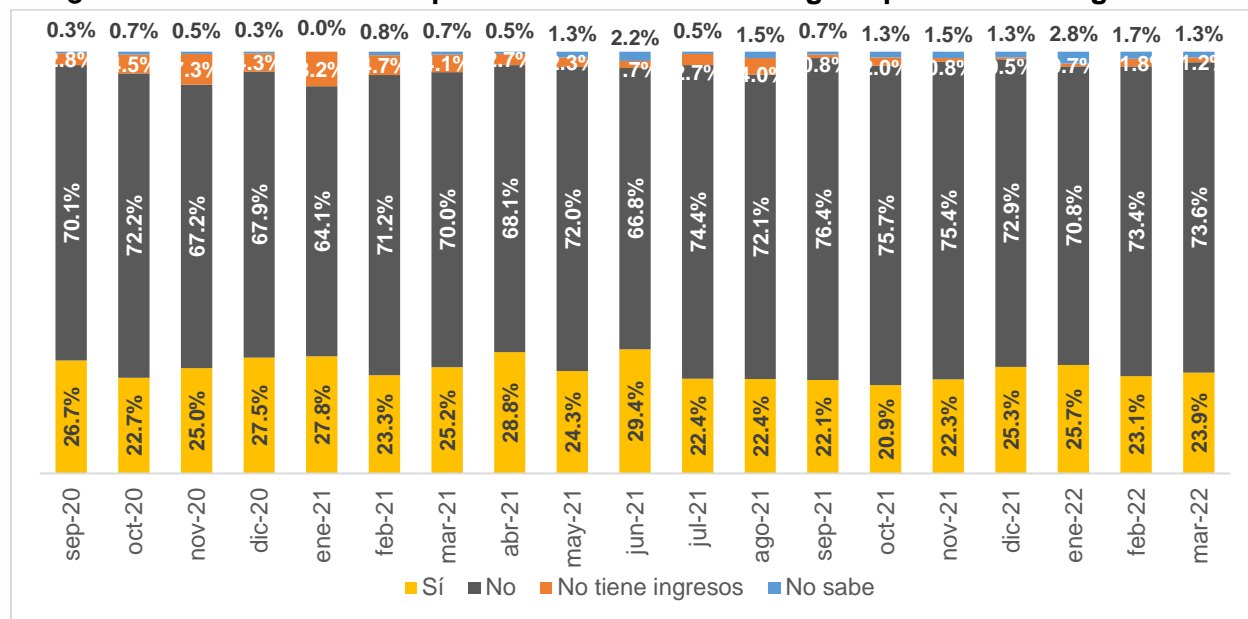
Índice de las posibilidades económicas de salir de vacaciones, septiembre de 2020-marzo de 2022



Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Sobre las posibilidades de ahorrar, el porcentaje de hogares que mencionaron que sí tienen posibilidades aumentó de 23.1% en febrero a 23.9% en marzo. Por otro lado, disminuyó el porcentaje que menciona que no tiene ingresos de 1.8% a 1.2%. Además, se incrementó el porcentaje de hogares que mencionaron que no tienen posibilidades de ahorrar de 73.4% a 73.6% de febrero a marzo.

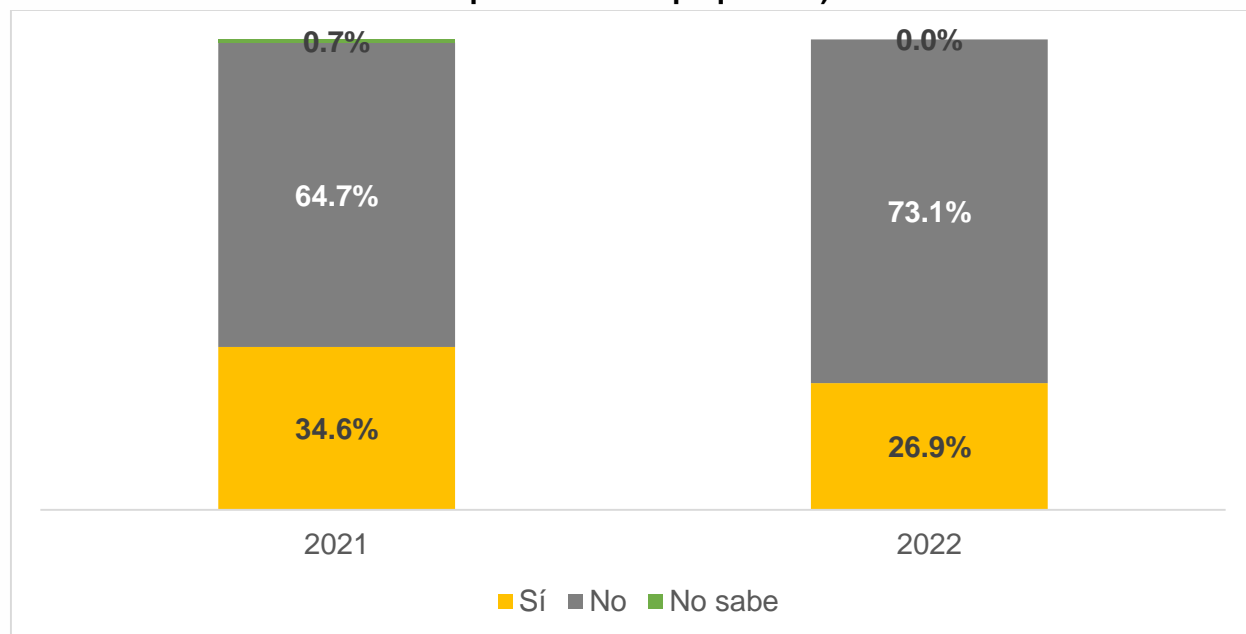
¿Actualmente usted tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?



Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Con respecto a las preguntas relacionadas con pedidos a domicilio, el porcentaje de hogares que dijo que ha realizado pedidos a domicilio como comida a restaurantes, supermercados o paquetería en los últimos meses disminuyó de 34.6% en 2021 a 26.9% en 2022, mientras que el porcentaje que dijo que no aumentó de 64.7% a 73.1%.

¿En lo que va del año ha hecho pedidos a domicilio? (como comida de restaurantes, supermercado o paquetería)



Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

A los hogares que mencionaron que han realizado pedidos a domicilio se preguntó a qué tipo de negocios suelen hacer pedidos. Los porcentajes disminuyeron en casi todos los tipos de negocios de 2021 a 2022. En los hogares que han hecho pedidos, los que suelen hacer pedidos a restaurantes disminuyó de 65.4% a 53.7% de 2021 a 2022, mientras que los que utilizan el comercio electrónico disminuyó de 24.5% a 14.8%. En el caso de supermercados disminuyó de 23.1% a 12.3% en el mismo periodo, y en farmacias de 19.2% a 11.7%. El rubro de otros, como tiendas de ropa, carnicerías, etc., aumentó de 4.3% a 7.4% del total de hogares que han hecho pedidos.

¿A qué tipo de negocios suele hacer pedidos?

	2021		2022	
	% de los hogares que han hecho pedidos	% de los hogares encuestados	% de los hogares que han hecho pedidos	% de los hogares encuestados
Restaurantes	65.4%	22.6%	53.7%	14.5%
Comercio electrónico (como Amazon o Mercado Libre)	24.5%	8.5%	14.8%	4.0%
Supermercado	23.1%	8.0%	12.3%	3.3%
Farmacia	19.2%	6.7%	11.7%	3.2%
Otros (tiendas de ropa, carnicería, etc.)	4.3%	1.5%	7.4%	2.0%

Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: Los porcentajes no suman el total de hogares que han hecho pedidos debido a que es una pregunta de respuesta múltiple, es decir, los hogares pueden mencionar más de una respuesta.

Del total de los hogares encuestados, el 2.3% hace pedidos a domicilio varias veces a la semana y este porcentaje se mantuvo sin cambios con respecto al año pasado. El porcentaje de hogares que lo hace una vez a la semana disminuyó de 13.6% a 9.3%, mientras que quienes lo hacen una vez al mes también disminuyó de 12.8% a 11.6% de 2021 a 2022.

Aproximadamente, ¿con qué frecuencia suele realizar pedidos a domicilio? (cualquier tipo de pedido)

Frecuencia	2021	2022
Varias veces por semana	2.3%	2.3%
Una vez a la semana	13.6%	9.3%
Una vez al mes	12.8%	11.6%
Cada tres meses	4.0%	2.8%
Cada seis meses	1.2%	0.5%
Una vez al año	0.2%	0.3%
No sé	0.5%	0.0%
No hacen pedidos	64.7%	73.1%
No sabe si hacen pedidos	0.7%	0.0%
Total	100.0%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

En 2021, el 22.6% del total de los hogares encuestados dijeron hacer pedidos a domicilio a restaurantes. De éstos, el 4.4% gasta en promedio menos de \$100 por pedido, el 50.4% entre \$100 y \$200, el 35.3% entre \$200 y \$300, el 3.7% entre \$300 y \$500, mientras que el 4.4% gasta más de \$500 por pedido. En contraste, en 2022, el 14.5% refirió hacer pedidos a restaurantes, de los cuales, el 3.4% gasta en promedio por pedido menos de \$100, el 40.2% entre \$100 y \$200, el 41.4% entre \$200 y \$300, el 5.7% entre \$300 y \$500, y el 3.4% más de \$500.

Cuando pide comida a domicilio, en promedio, ¿cuánto gasta por pedido?

	2021		2022	
	% de los hogares que han hecho pedidos	% de los hogares encuestados	% de los hogares que han hecho pedidos	% de los hogares encuestados
Menos de \$100	4.4%	1.0%	3.4%	0.5%
De \$100 a \$200	50.7%	11.5%	40.2%	5.8%
De \$200 a \$300	35.3%	8.0%	41.4%	6.0%
De \$300 a \$500	3.7%	0.8%	5.7%	0.8%
Más de \$500	4.4%	1.0%	3.4%	0.5%
No sé	1.5%	0.3%	5.7%	0.8%
Total que han hecho pedidos	100.0%	22.6%	100.0%	14.5%

Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Finalmente, solo como referencia de en qué municipios se contestó la ETCOJ de marzo, se tiene que 30.7% de los hogares encuestados se ubican en el municipio de Guadalajara, 17.1% en Zapopan, 5.8% en San Pedro Tlaquepaque y 4.5% en Puerto Vallarta. Cabe señalar que la ETCOJ no estratifica por municipio, pues usa un muestreo aleatorio simple, por lo que no se presentan los resultados desagregados geográficamente ya que no son representativos a nivel municipal. El total de municipios que salieron aleatoriamente en la muestra de 602 hogares fueron 77 de los 125 de la entidad.

Municipios de residencia de los hogares encuestados en la ETCOJ de marzo de 2022

	Municipio	Distribución %
Total	602	100.0%
Guadalajara	185	30.7%
Zapopan	103	17.1%
San Pedro Tlaquepaque	35	5.8%
Puerto Vallarta	27	4.5%
Lagos de Moreno	17	2.8%
Zapotlán el Grande	15	2.5%
Autlán de Navarro	14	2.3%
Tonalá	12	2.0%
Sayula	10	1.7%
Tamazula de Gordiano	10	1.7%
Ameca	9	1.5%
Zacoalco de Torres	7	1.2%
Ocotlán	6	1.0%
Tepatitlán de Morelos	6	1.0%
Resto (63 municipios)	146	24.3%

Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota metodológica

Diseño conceptual de la encuesta

El objetivo de la Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ) es construir el Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense (ICCJ) de manera mensual, que ayude a conocer la percepción de los hogares sobre su situación económica y la de la entidad.

Unidad de observación

La unidad de observación es el hogar que habita en Jalisco. La persona informante es la persona mayor de 18 años de los hogares que contesta el teléfono.

Cobertura geográfica

La cobertura geográfica es estatal. El municipio que viene en la base de datos se tomó del directorio telefónico para teléfonos fijos y del Plan Nacional de Numeración para números celulares. Se incluye como referencia en la base de datos, pero los resultados no son representativos a nivel municipal.

Muestra

La ETCOJ se levantó por teléfono una muestra aleatoria simple efectiva de 602 hogares de Jalisco lo que implica un margen de error del 4% y un nivel de confianza del 95%. Cabe señalar que, a partir del levantamiento de marzo de 2021, se incluye en la muestra a números celulares a partir de la generación de números aleatorios del Plan Nacional de Numeración (PNN) del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Sin embargo, en el levantamiento de marzo el 100% de las encuestas fueron a número fijo.

Aun cuando se utilizaron las mismas preguntas que usa el INEGI para la construcción del Indicador de Confianza del Consumidor nacional, ambos no son comparables por: i) el tipo de muestreo; ii) método de recolección; y, iii) el uso de factores de expansión.

El IIEG levanta la información telefónicamente y elige de manera aleatoria de un directorio los números a los que se les llamará, sin consideración de las características sociodemográficas de los informantes debido a que el directorio telefónico y el PNN no las incluye. Por lo tanto, no es posible estratificar ni calcular factores de expansión. Asimismo, existe un sesgo inherente al método de recolección, pues no se incluye la opinión de hogares sin telefonía.

Por su parte, el INEGI hasta marzo de 2020 levantaba la información en campo con encuestas cara a cara a 2,336 viviendas urbanas de las 32 entidades del país y, debido al tamaño de muestra, no le ha sido posible presentar la información por entidad federativa. Así, por ejemplo, para la Ciudad de México el INEGI levantaba información de 384 hogares y para Guadalajara 256. Debido a las restricciones de levantamientos en campo por la pandemia, a partir de abril INEGI levantó la encuesta por teléfono a números celulares. Sin embargo, a partir de agosto de 2020, ese instituto retomó las entrevistas cara a cara para calcular el indicador.

Cuestionario y cobertura temática

El cuestionario se encuentra al final de este documento y su objetivo es levantar 5 preguntas relacionadas con:

- La situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que se tenía hace doce meses.
- La situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de doce meses, respecto a la actual.
- La percepción de la situación económica de Jalisco hoy en día, comparada con la de hace doce meses.
- La situación económica de Jalisco esperada dentro de doce meses, respecto a la actual.
- Las posibilidades en el momento actual de los integrantes del hogar, comparadas con las de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.

En los levantamientos a partir de septiembre de 2020 se incluyeron tres preguntas adicionales para conocer las posibilidades de comprar ropa, calzado y accesorios, ahorrar o salir de vacaciones de los hogares de Jalisco. Asimismo, en el levantamiento de marzo de 2022 se incluyeron preguntas relacionadas con pedidos a domicilio.

Periodo de levantamiento

La encuesta se levantó del 16 al 30 de marzo de 2022.

Cálculo del ICCJ

El ICCJ se obtiene al calcular el promedio simple de los cinco indicadores o subíndices de los componentes, los cuales se estiman mediante un promedio ponderado del número válido de cada una de las opciones de respuesta multiplicado por su respectivo ponderador. Las preguntas en las que se basan los componentes son:

1. Comparada con la situación económica que los miembros de este hogar tenían hace un año ¿cómo cree que es su situación en este momento?
2. ¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de este hogar dentro de un año respecto a la actual?
3. ¿Cómo considera usted la situación económica de Jalisco hoy en día comparada con la de hace un año?
4. ¿Cómo considera usted que será la condición económica de Jalisco dentro de un año respecto de la situación actual?
5. Comparando la situación económica de hace un año, ¿cómo considera actualmente las posibilidades de que usted o alguno de los integrantes de este hogar realice compras tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.?

Al igual que lo hace el INEGI, para las primeras cuatro preguntas se dan cinco opciones de respuesta: mucho mejor, mejor, igual, peor y mucho peor. Mientras que en la quinta pregunta las opciones son: mayores, iguales y menores. Los ponderadores utilizados para cada opción de respuesta son los siguientes:

Opción de respuesta	Ponderador	
	Primeras cuatro preguntas	Última pregunta
Mucho mejor	1.00	
Mejor (Mayores)	0.75	1.00
Igual (Iguales)	0.50	0.50
Peor (Menores)	0.25	0.00
Mucho peor	0.00	

Fuente: INEGI.

En el cuestionario, todas las preguntas tienen la opción de respuesta de “No sé”. Al igual que el INEGI, las respuestas de esta categoría se prorratan en el resto de las categorías según su distribución porcentual reportada en la encuesta.

Cálculo de los índices sobre las posibilidades de comprar ropa, calzado y accesorios y salir de vacaciones

La pregunta de la ETCOJ sobre las posibilidades de comprar ropa, calzado y accesorios tiene solo tres opciones de respuestas, al igual que el quinto subíndice del ICCJ, por lo que se usaron los mismos ponderadores para construirlo.

Para el índice de las posibilidades económicas de salir de vacaciones, solo se tienen 4 opciones de respuesta por lo que, para balancear el indicador, se omite la ponderación 0.50. Los ponderadores utilizados se presentan en la siguiente tabla.

Opción de respuesta		Ponderador	
		Posibilidades de comprar ropa, calzado y accesorios	Posibilidades económicas de salir de vacaciones
Mayores Iguales Menores	Muy probable		1.00
	Probable	1.00	0.75
		0.50	
	Poco probable	0.00	0.25
	Nada probable		0.00

Fuente: IIEG.

La opción de respuesta “No sé” se prorrateó en el resto de las categorías según su distribución porcentual reportada en la encuesta, como se hace en la construcción del ICCJ.

Cuestionario de marzo de 2022 de la Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense

1. Comparando la situación económica que los miembros de su hogar tenían hace doce meses ¿cómo cree que es su situación en este momento?
 - Mucho mejor
 - Mejor
 - Igual
 - Peor
 - Mucho peor
 - No sabe

2. ¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de su hogar dentro de doce meses respecto a la actual?
 - Mucho mejor
 - Mejor
 - Igual
 - Peor
 - Mucho peor
 - No sabe

3. ¿Cómo considera usted la situación económica de Jalisco hoy en día comparada con la de hace doce meses?
 - Mucho mejor
 - Mejor
 - Igual
 - Peor
 - Mucho peor
 - No sabe

4. ¿Cómo considera usted que será la condición económica de Jalisco dentro de doce meses respecto de la situación actual?
 - Mucho mejor
 - Mejor
 - Igual
 - Peor
 - Mucho peor
 - No sabe

5. Comparando con la situación económica de hace un año, ¿cómo considera actualmente las posibilidades de que usted o alguno de los integrantes de su hogar realicen compras tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.?
 - Mayores
 - Iguales
 - Menores
 - No sabe
6. Comparando la situación económica de hace un año, ¿Cómo considera en este momento las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios?
 - Mayores
 - Iguales
 - Menores
7. ¿Qué tan probable considera que durante los próximos doce meses usted o alguno de los integrantes de este hogar tendrán posibilidades económicas para salir de vacaciones?
 - Muy probable
 - Probable
 - Poco probable
 - Nada probable
 - No sabe
8. ¿Actualmente usted tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?
 - Sí
 - No
 - No sabe
 - No tiene ingresos
9. ¿En lo que va del año ha hecho pedidos a domicilio? (como comida de restaurantes, supermercado o paquetería)
 - Sí
 - No (fin de la encuesta)
10. ¿A qué tipo de negocios suele hacer pedidos?
 - Restaurantes
 - Comercio electrónico (como Amazon o Mercado Libre)
 - Supermercado
 - Farmacia
 - Otros, como tiendas de ropa, carnicería, etc. (Por favor especifique)

11. Aproximadamente, ¿con qué frecuencia suele realizar pedidos a domicilio? (cualquier tipo de pedido)

- Diariamente
- Varias veces por semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Una vez al año
- No sé

12. Cuando pide comida a domicilio, en promedio, ¿cuánto gasta por pedido?

(Pregunta exclusiva para quienes respondieron "Restaurantes" en la pregunta 10)

- Menos de \$100
- De \$100 a \$200
- De \$200 a \$300
- De \$300 a \$500
- Más de \$500
- No sé

FIN DE LA ENCUESTA

www.iiég.gob.mx



IIEG Jalisco

Calzada de los Pirules 71 Col. Ciudad Granja.
C.P. 45010, Zapopan, Jalisco, México.

 **contacto@iiég.gob.mx**
 **33377-71770**



IIEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco

