



IIEG

Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco



Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense

MARZO 2023

Fecha de publicación: **17 de abril de 2023**

Elaborado por la Dirección de Información Estadística Económica y Financiera



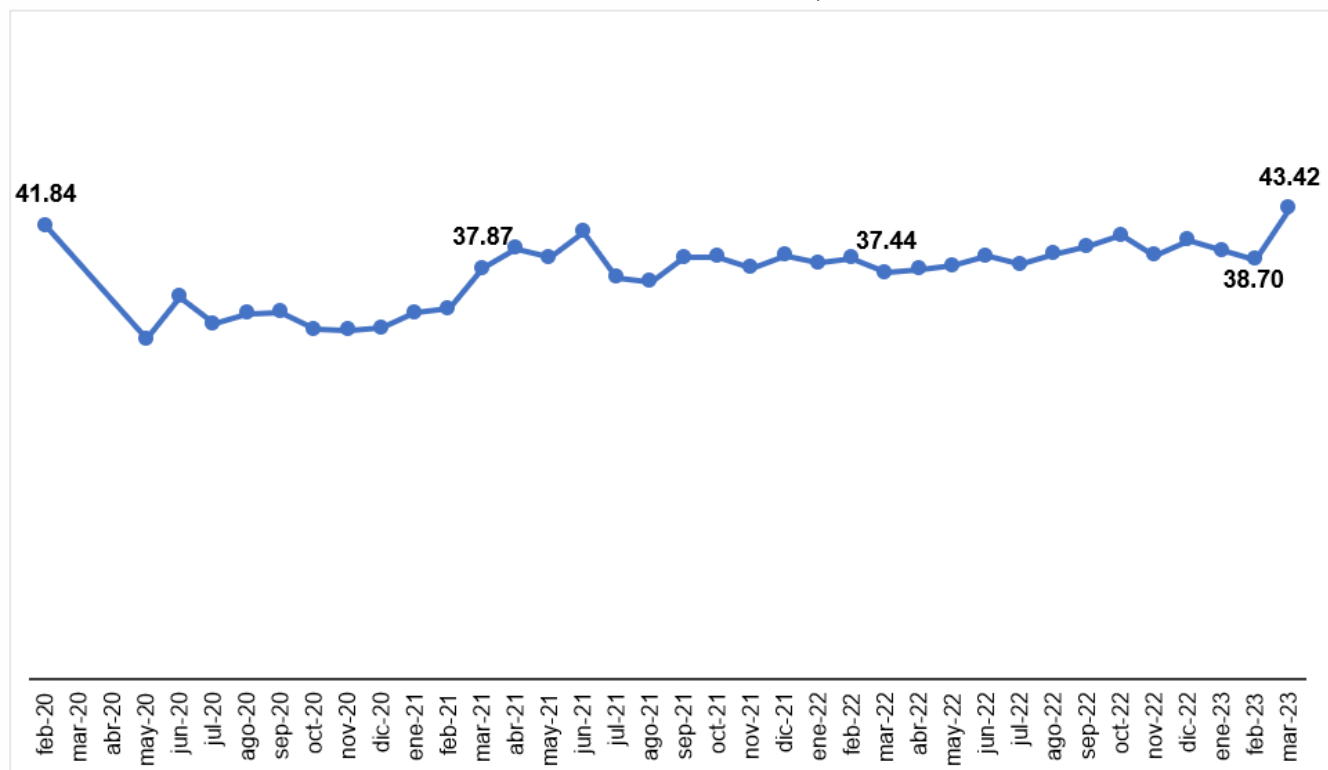
Jalisco
GOBIERNO DEL ESTADO

Resultados de la Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ) de marzo de 2023

El Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG) presenta el Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense (ICCJ) de marzo de 2023. La información se obtuvo mediante una encuesta telefónica con un muestreo aleatorio simple a 602 hogares de la entidad del 17 al 30 de marzo. La nota metodológica se encuentra al final de este documento.

El nivel del ICCJ de marzo de 2023 fue de 43.42 puntos, lo que implica una variación mensual de 4.73 puntos o de 12.21% y una variación anual de 5.98 puntos o de 15.97%. Con respecto a febrero de 2020 la referencia prepandemia, se tiene una variación de 1.58 puntos o de 3.78%. Cabe señalar que es la primera vez que el ICCJ supera el nivel prepandemia.

Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, febrero – 2020 a marzo – 2023



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 todos subieron en marzo con relación al mes anterior. En el primer subíndice, los hogares comparan su situación económica actual; este subíndice pasó de 41.99 puntos en febrero a 45.47 puntos en marzo, es decir, una variación mensual de 8.31% o de 3.49 puntos. Con respecto al mismo mes del año anterior, se tiene una variación anual de 19.41% o de 7.39 puntos. Los hogares perciben una mejor situación económica con relación a la encuesta de febrero y a la de hace un año.

En el segundo subíndice, los hogares reportan su expectativa a futuro; respecto a febrero se registró una variación mensual de 8.01% o de 3.95 puntos, y una variación anual de 9.86% o de 4.78 puntos. En el tercer subíndice, los hogares comparan su percepción de la situación actual de Jalisco; respecto a febrero se registró una variación mensual de 16.14% o de 6.31 puntos, y una variación anual de 21.15% o de 7.93 puntos, por lo que también los hogares perciben una mejor situación económica de la entidad. En el cuarto subíndice, los hogares reportan su expectativa de la situación de Jalisco a futuro; respecto a febrero se registró una variación mensual de 7.07% o de 3.41 puntos, y una variación anual de 5.08% o de 2.49 puntos.

Finalmente, el último subíndice indica la capacidad de los hogares para realizar compras de ciertos bienes; este subíndice respecto a febrero registró una variación mensual de 43.33% o de 6.48 puntos, y una variación anual de 51.76% o de 7.31 puntos.

Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, nivel del indicador y subíndices a marzo de 2023

Concepto	2020	2022	2023		Variación mensual		Variación anual	
	Febrero	Marzo	Febrero	Marzo	%	Puntos	%	Puntos
Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense	41.84	37.44	38.70	43.42	12.21%	4.73	15.97%	5.98
- Situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que se tenía hace 12 meses	40.56	38.08	41.99	45.47	8.31%	3.49	19.41%	7.39
- Situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual	48.21	48.42	49.25	53.20	8.01%	3.95	9.86%	4.78
- Situación económica de Jalisco hoy en día, comparada con la de hace 12 meses	40.81	37.50	39.12	45.43	16.14%	6.31	21.15%	7.93
- Situación económica de Jalisco esperada dentro de 12 meses, respecto a la actual	52.16	49.09	48.17	51.58	7.07%	3.41	5.08%	2.49
- 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	14.12	14.95	21.43	43.33%	6.48	51.76%	7.31

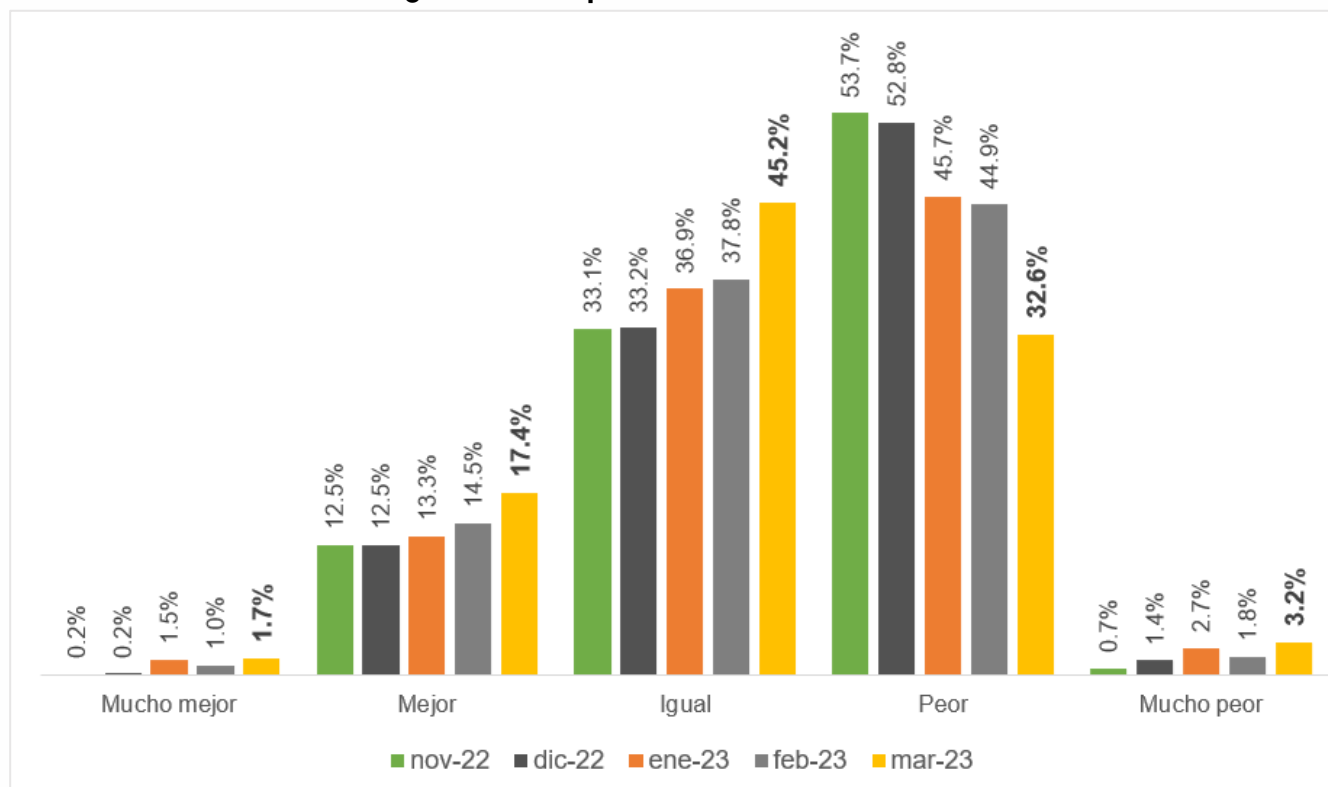
Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: Las variaciones están calculadas con todos los decimales, pero solo se presentan a dos decimales.

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?”. El porcentaje de respuestas de “mucho mejor” aumentó de 1.0% de febrero a 1.7% en marzo, mientras que las que respondieron “mejor” también subió de 14.5% a 17.4% en los mismos meses. El porcentaje de personas que mencionaron que la situación económica del hogar se ha mantenido igual aumentó de 37.8% a 45.2%. El porcentaje de respuesta de “peor” disminuyó de 44.9% a 32.6% en un mes, una caída considerable de 12.3 puntos porcentuales, mientras que los que respondieron “mucho peor” aumentó de 1.8% a 3.2% en el mismo periodo.

El incremento de las respuestas de “mucho mejor” y “mejor” ocasionó que el primer subíndice del ICCJ aumentara en marzo con relación al mes previo. Con respecto a marzo del año anterior, ha subido el porcentaje de hogares con respuestas de mejor y mucho mejor situación económica, de 13.0% en marzo de 2022 a 19.1% en marzo de 2023. 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?

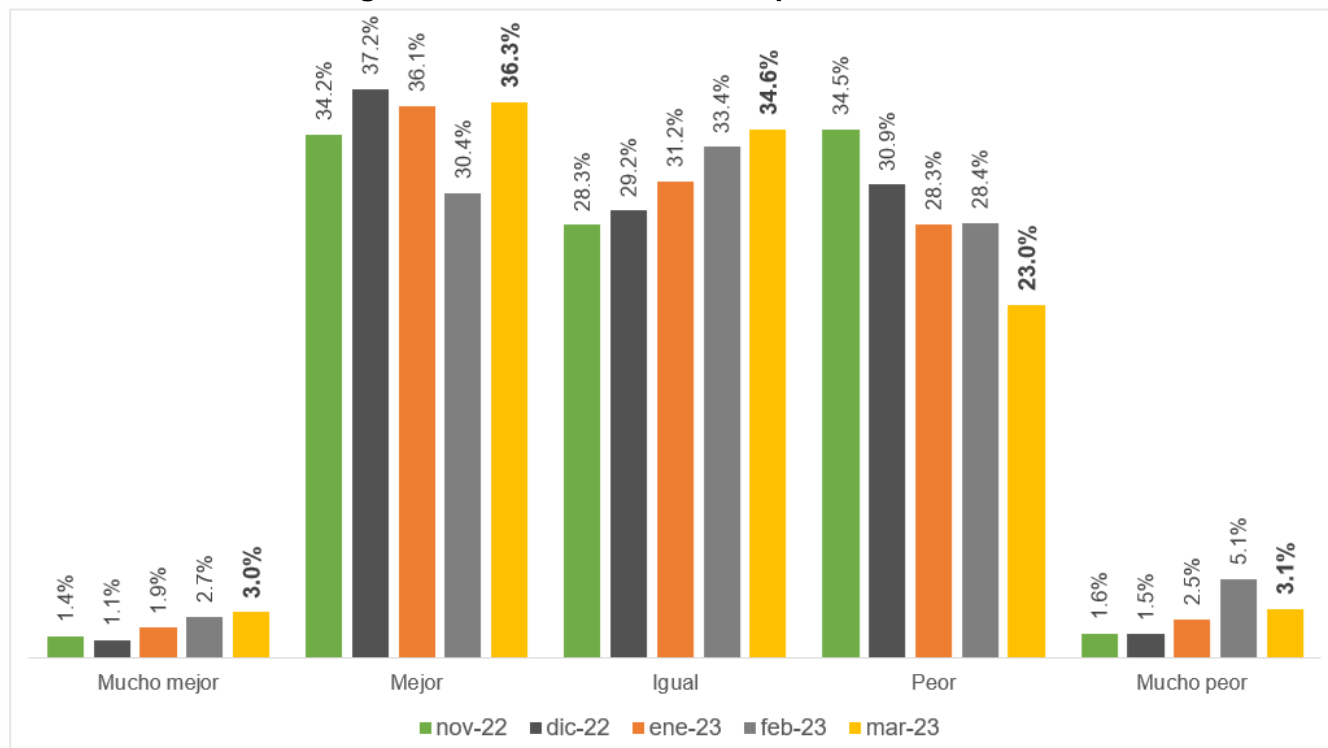


Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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” aumentó al pasar de 2.7% en febrero a 3.0% en marzo, mientras que los que mencionaron “mejor” el porcentaje subió de 30.4% a 36.3%. El porcentaje de encuestados que menciona que la situación económica de su hogar seguirá igual aumentó de 33.4% a 34.6% en los mismos meses.

El porcentaje de los que consideran que la economía del hogar estará peor dentro de un año disminuyó de 28.4% a 23.0% de febrero a marzo. Finalmente, la respuesta “mucho peor” pasó de 5.1% a 3.1% en el mismo periodo. El aumento registrado en las respuestas de mucho mejor y mejor ocasionó que el segundo subíndice del ICCJ subiera 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?

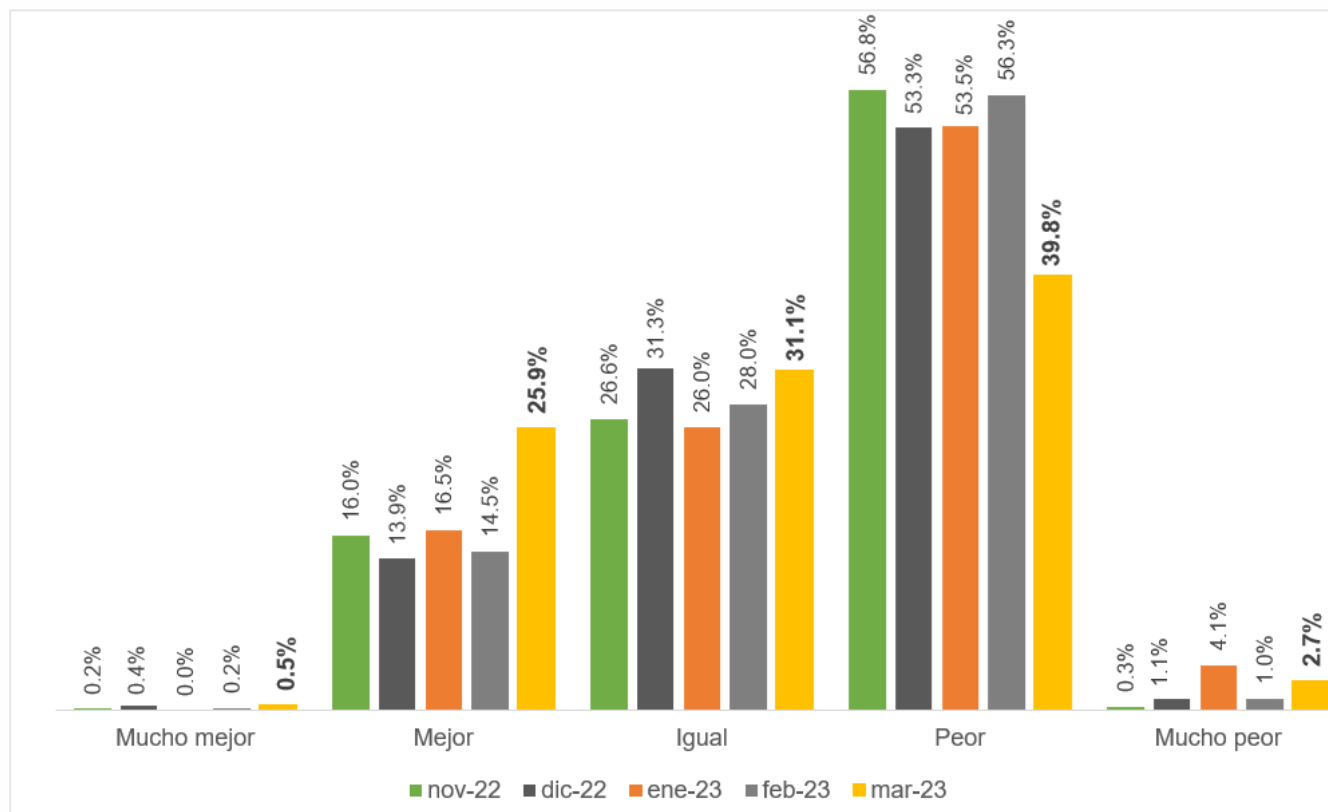


Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

La pregunta sobre la situación económica de Jalisco comparada con la de doce meses atrás, compone el tercer subíndice del ICCJ. Los hogares que mencionan que la economía jalisciense está mucho mejor, comparada con hace un año, aumentó de 0.2% en febrero a 0.5% en marzo. Los hogares que refirieron que la economía de la entidad está mejor subió considerablemente al pasar de 14.5% a 25.9% en los mismos meses. El porcentaje de hogares que menciona que la situación económica está igual que hace un año aumentó de 28.0% a 31.1% en el mismo periodo.

El porcentaje de los hogares que consideran que la economía del Jalisco está peor que hace un año disminuyó de 56.3% a 39.8% de febrero a marzo. Por otro lado, aumentó el porcentaje de hogares que refieren que la situación económica de la entidad está peor que hace un año de 1.0% en febrero a 2.7% en marzo. El incremento en el porcentaje de hogares que perciben una mejor situación económica de Jalisco ocasionó que el subíndice relacionado a esta pregunta subiera en el mes de marzo.

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



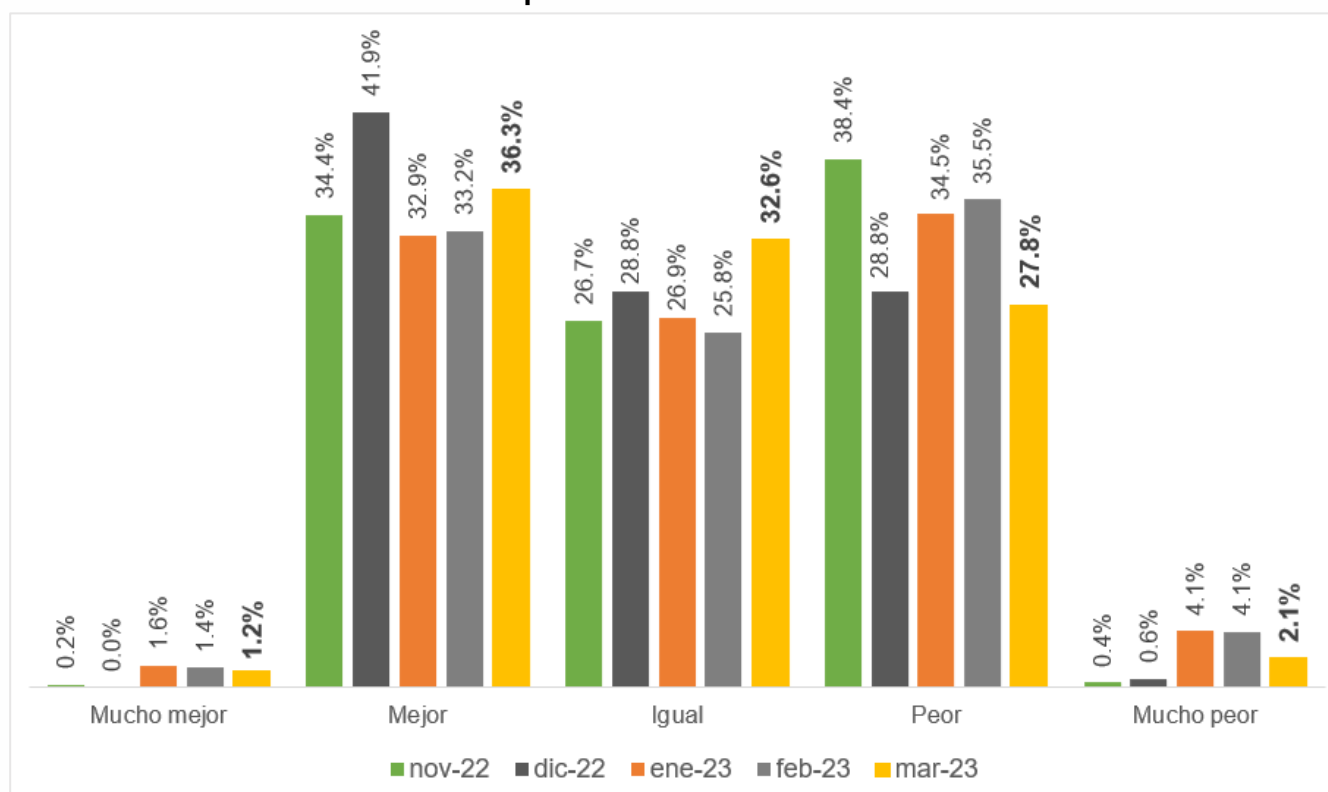
Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta "No sabe" se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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?”. Durante marzo, un 1.2% de los hogares reportan que será mucho mejor en un año, disminuyó respecto a febrero cuyo porcentaje era 1.4%. Los que consideran que será mejor aumentó de 33.2% a 36.3% en el mismo periodo. El porcentaje de hogares que menciona que la situación económica estará igual subió de 25.8% a 32.6%.

El porcentaje de los hogares que consideran que la economía de la entidad estará peor dentro de un año se redujo de 35.5% en febrero a 27.8% en marzo. Finalmente, los hogares que consideran que la economía de Jalisco será mucho peor disminuyó de 4.1% a 2.1% en el mismo periodo.

El aumento en el porcentaje de hogares que tienen una mejor perspectiva de la economía jalisciense ocasionó que el cuarto subíndice que compone el indicador subiera en marzo.

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



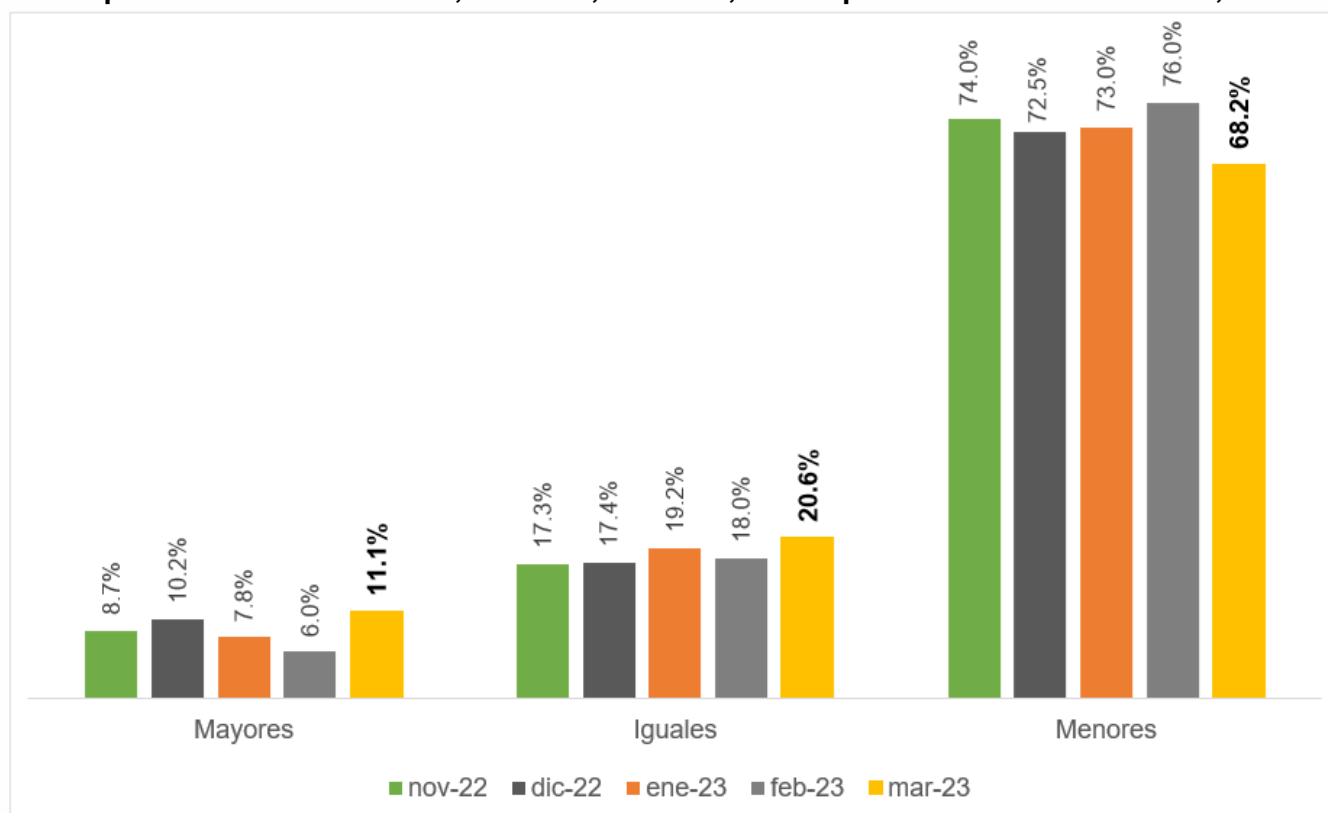
Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

La última pregunta que compone el ICCJ considera la posibilidad de los consumidores jaliscienses de adquirir bienes duraderos 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 aumentó de 6.0% a 11.1% de febrero a marzo. La respuesta de “iguales posibilidades” subió de 18.0% a 20.6% en los mismos meses. Finalmente, el porcentaje de personas que considera que existen menores posibilidades de compra de bienes duraderos disminuyó de 76.0% a 68.2% en el mismo periodo.

La mejora en el porcentaje de los hogares con mayores posibilidades de compra ocasionó que el quinto subíndice que compone el ICCJ subiera 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 2023

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 una 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?

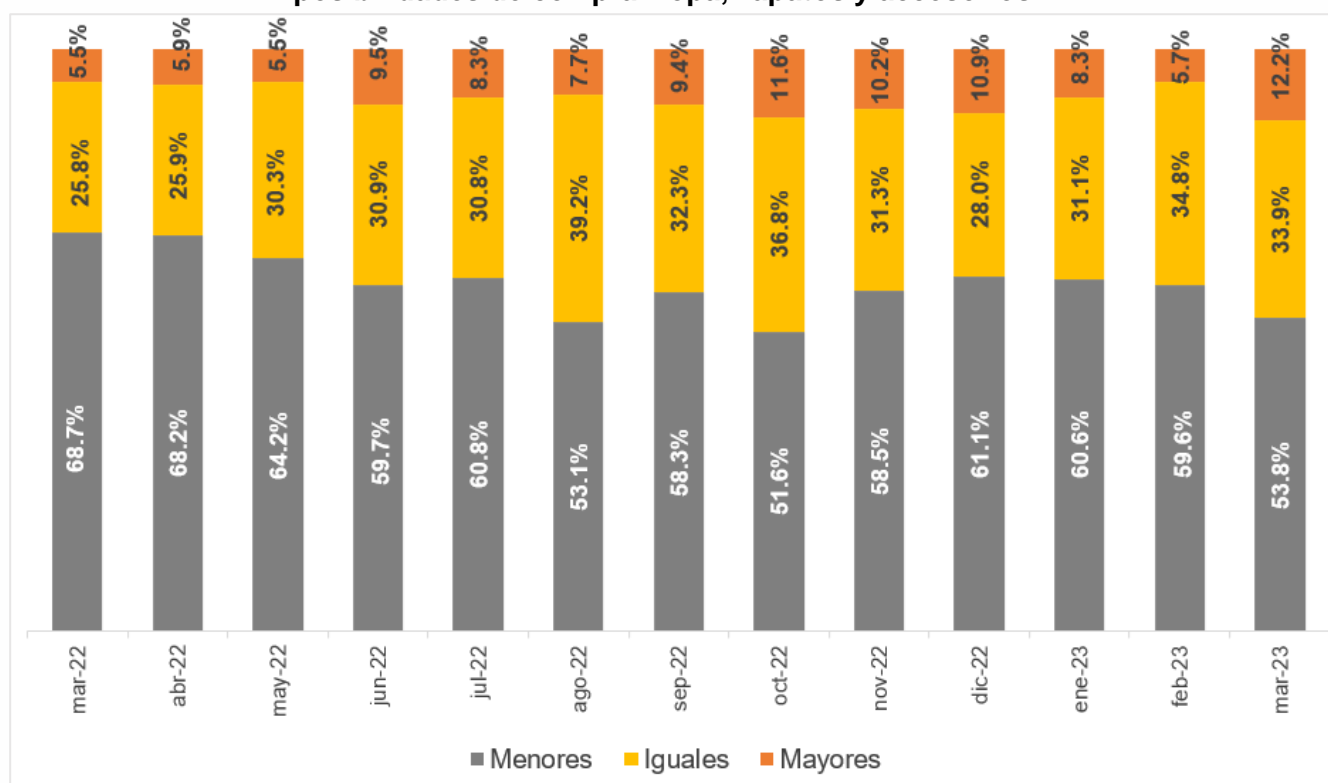
Cabe señalar que estas preguntas también se hicieron en 2021 y 2022, por lo que se hace comparaciones con los años anteriores.

A continuación, se presentan los resultados de estas preguntas.

En marzo de 2023, el porcentaje de hogares que contestaron que tenían mayores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios en comparación a hace un año fue de 12.2%, aumentó respecto a febrero cuyo porcentaje fue de 5.7%.

Sobre iguales oportunidades de hacer este tipo de compras comparado con hace un año, el porcentaje pasó de 34.8% a 33.9% de febrero a marzo. Finalmente, el porcentaje de hogares que mencionaron tener menores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios se redujo al pasar de 59.6% a 53.8% en el mismo periodo.

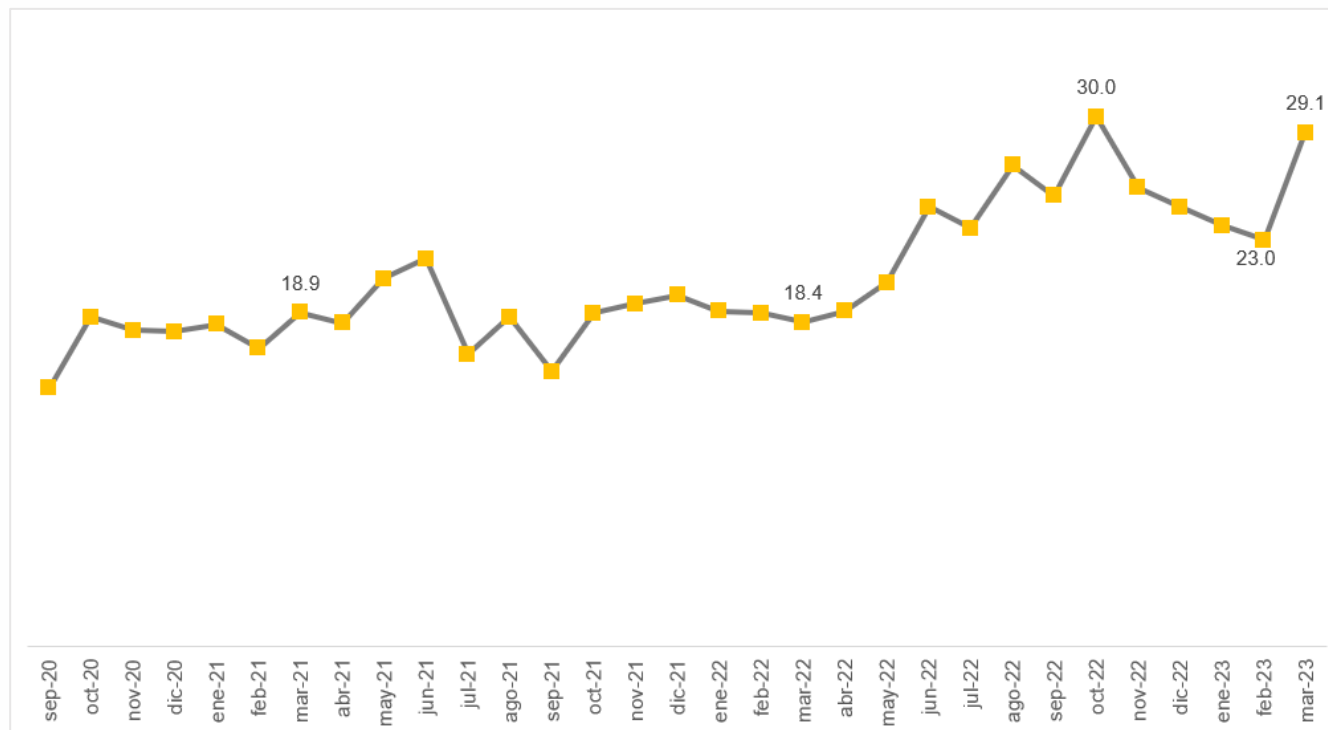
Comparando la situación económica de hace un año, ¿Cómo considera en este momento las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios?



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 aumentó en marzo; pasó de 23.0 a 29.1 puntos de febrero a marzo, esto es una variación mensual de 6.1 puntos o de 26.4%, mientras que la variación anual fue de 10.7 puntos o de 58.4%.

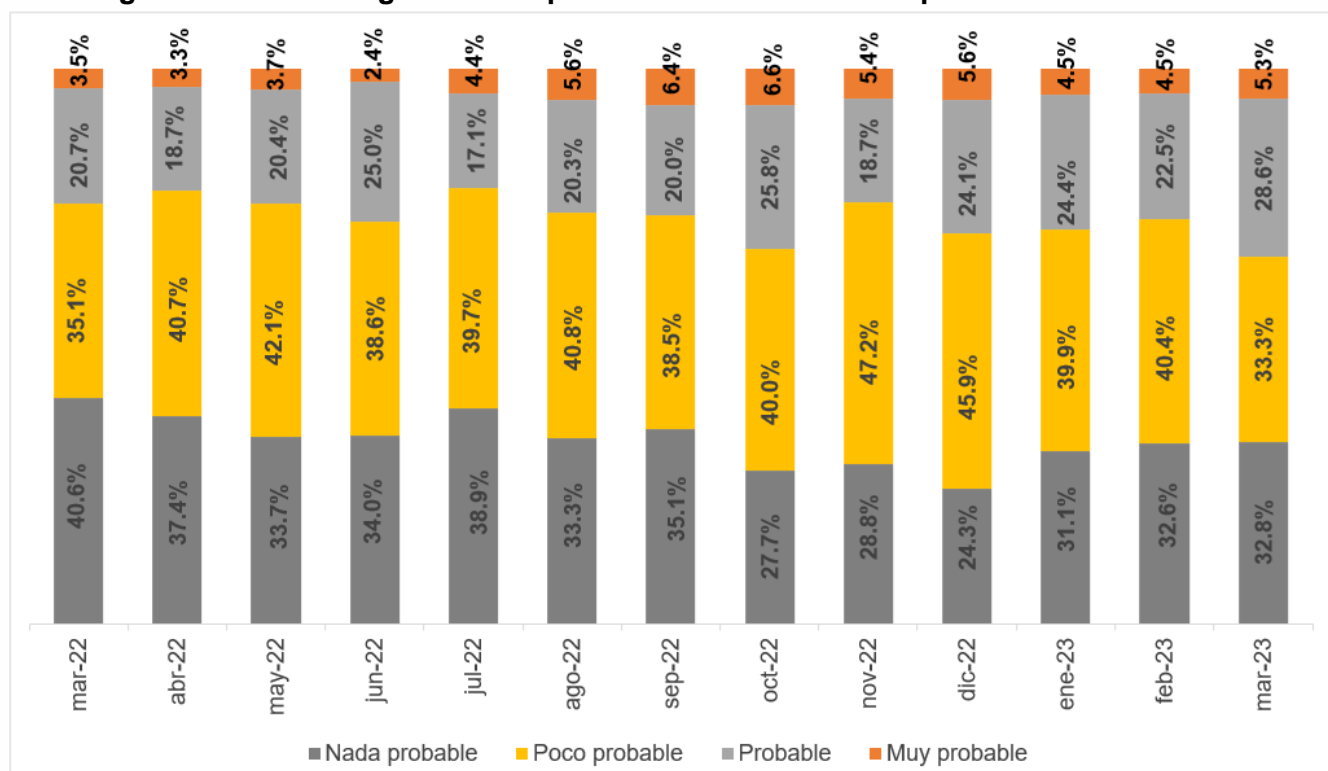
Índice de las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios, septiembre de 2020 – marzo de 2023



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

Sobre las posibilidades económicas de salir de vacaciones en los próximos doce meses, el porcentaje de los hogares que mencionaron que es muy probable aumentó de 4.5% en febrero a 5.3% en marzo. Los que consideran que es probable, su porcentaje subió de 22.5% a 28.6% en los mismos meses. El porcentaje que mencionó poco probable disminuyó de 40.4% a 33.3%, mientras que los que mencionaron que era nada probable aumentó de 32.6% a 32.8% en un mes.

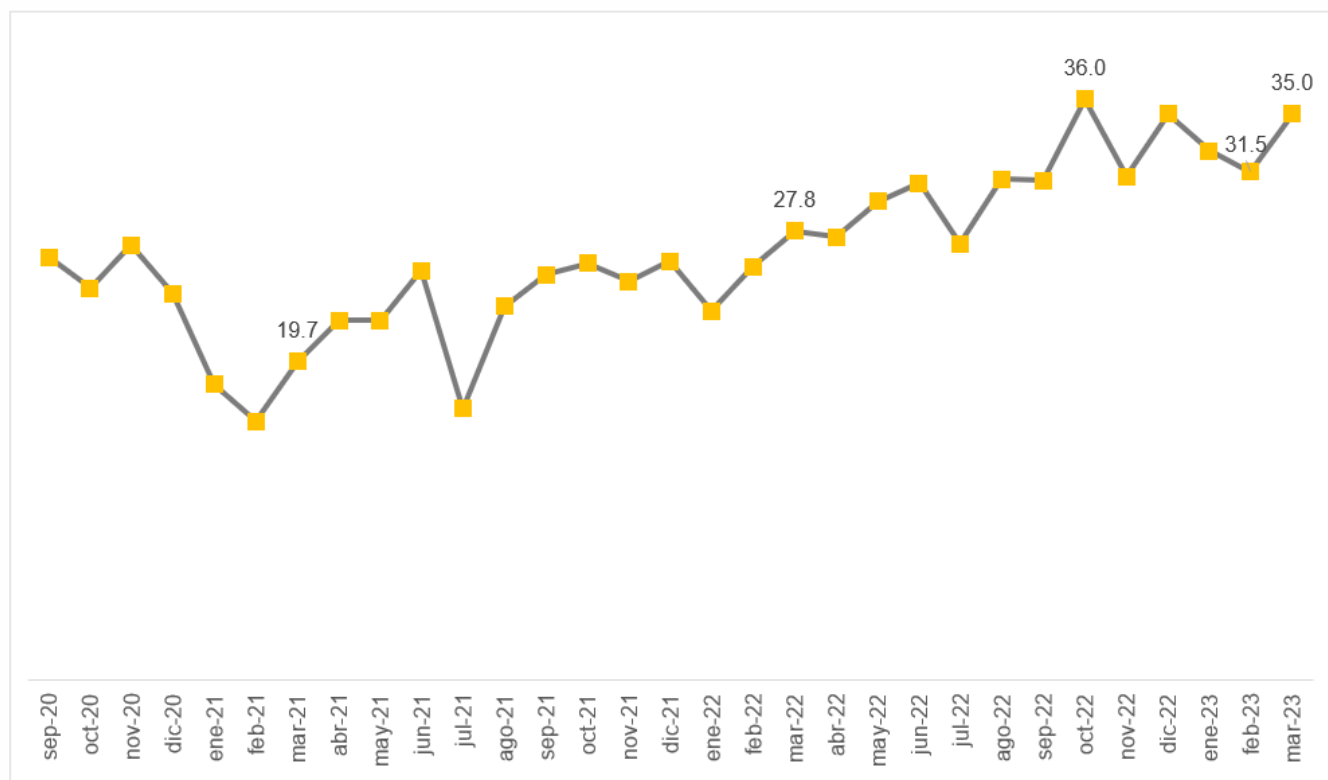
¿Qué tan probable considera que durante los próximos doce meses usted o alguno de los integrantes de este hogar tendrán posibilidades económicas para salir de vacaciones?



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 aumentó en marzo, pasó de 31.5 a 35.0 puntos de febrero a marzo, esto es una variación mensual de 3.6 puntos o de 11.4%, mientras que la variación anual fue de 7.2 puntos o de 26.0%. Cabe señalar que los cálculos se realizan con todos los decimales, aunque los resultados solo se presentan a un decimal.

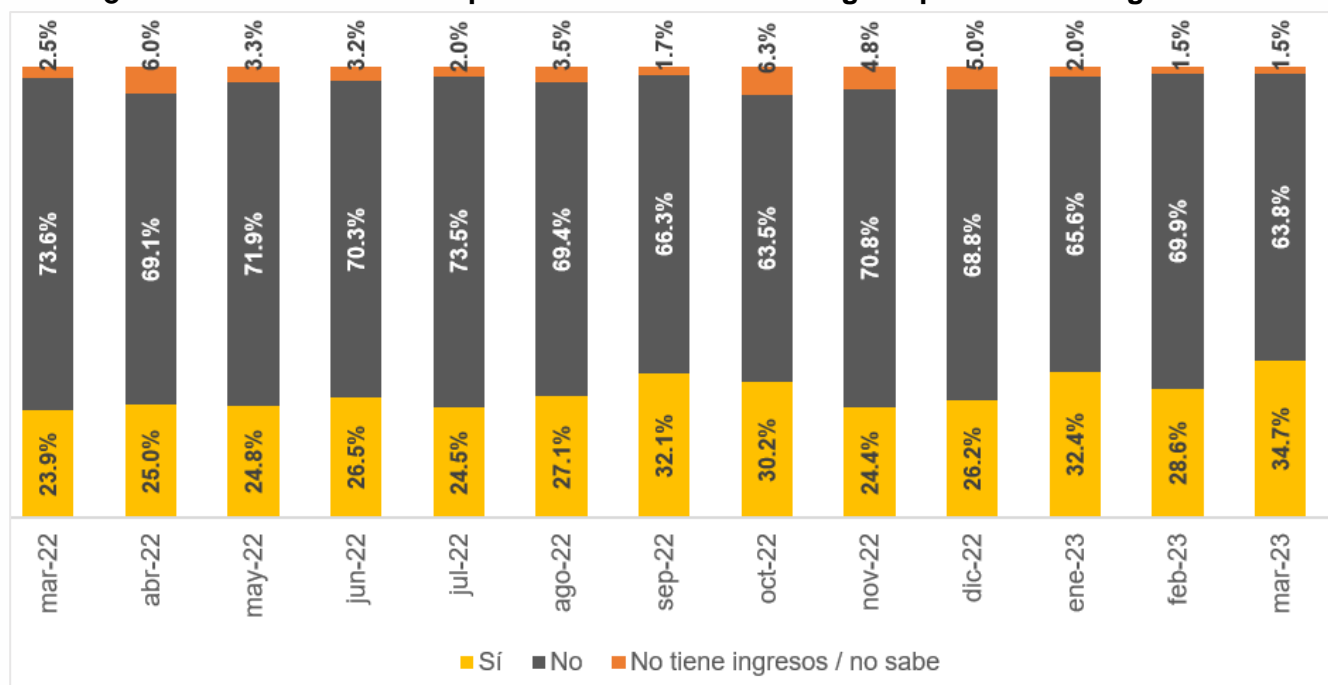
Índice de las posibilidades económicas de salir de vacaciones, septiembre de 2020 – marzo de 2023



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 28.6% en febrero a 34.7% en marzo. En marzo, disminuyó el porcentaje de hogares que mencionaron que no tienen posibilidades de ahorrar, de 69.9% a 63.8%, con relación al mes anterior.

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

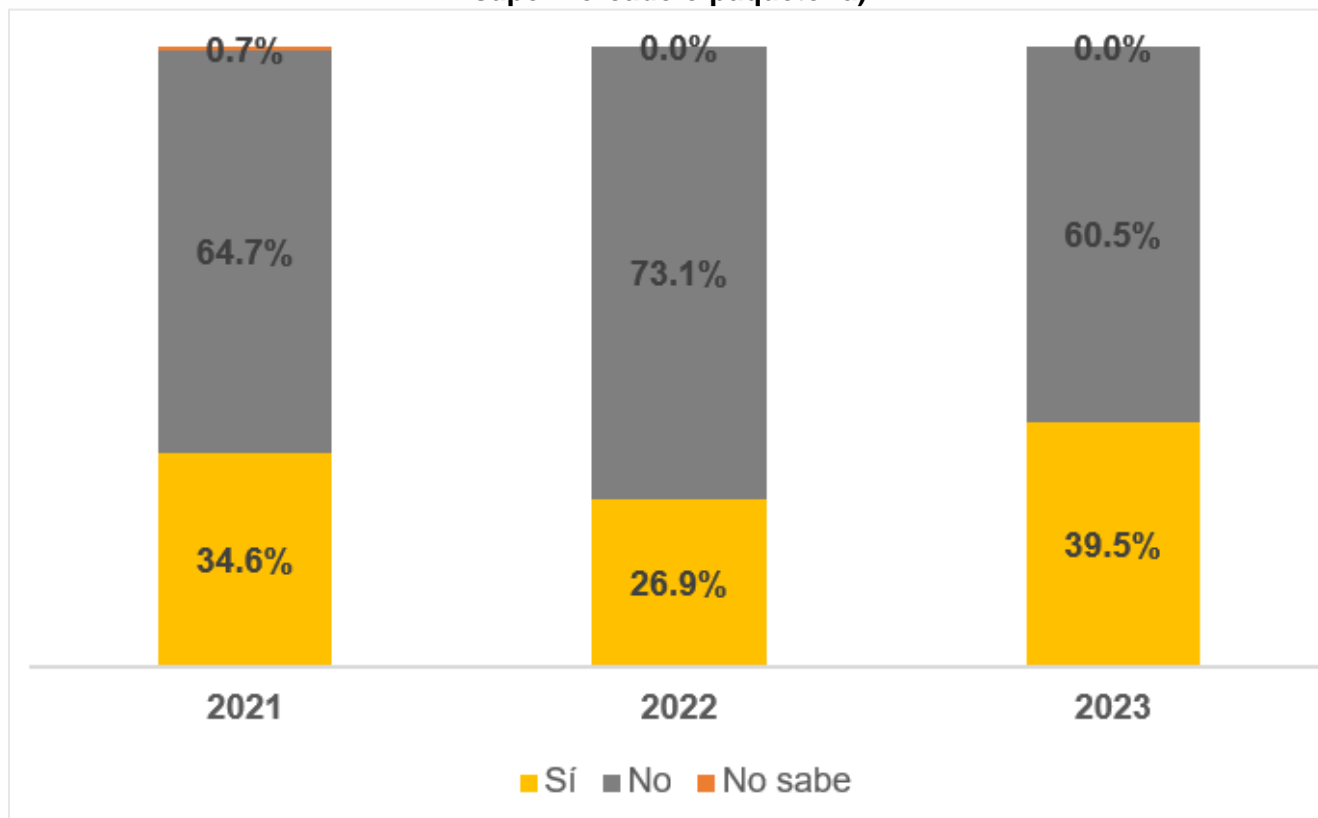


Fuente: IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Preguntas de coyuntura: pedidos a domicilio y frecuencia

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 en la encuesta de 2023 fue de 39.5%, porcentaje mayor al reportado en 2021 de 34.6% y al de 2022 de 26.9%.

¿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 les preguntó a qué tipo de negocios suelen hacer pedidos. Del total de hogares encuestados, aumentó el porcentaje de hogares que mencionó que suele hacer pedidos a restaurantes con respecto al 2022, de 14.5% a 16.6%; sin embargo, sigue siendo menor al reportado en 2021 (22.6%). El comercio electrónico subió respecto a 2021 y 2022, pues hace 2 años el porcentaje de hogares que dijo hacer pedidos fue de 8.5%, disminuyendo en 2022 a 4.0%, pero en 2023 el 13.8% mencionó haber realizado pedidos de comercio electrónico como Amazon y Mercado Libre.

El porcentaje de hogares que suele hacer pedidos al supermercado aumentó con respecto a 2022, pero sigue siendo menor al reportado en 2021.

¿A qué tipo de negocios suele hacer pedidos?

	2021	2022	2023
Restaurantes	22.6%	14.5%	16.6%
Comercio electrónico (como Amazon o Mercado Libre)	8.5%	4.0%	13.8%
Supermercado	8.0%	3.3%	5.0%
Farmacia	6.7%	3.2%	2.8%
Otros (tiendas de ropa, carnicería, etc.)	1.5%	2.0%	1.3%
Total que han hecho pedidos	34.6%	26.9%	39.5%
Total que no han hecho pedidos	65.4%	73.1%	60.5%
Total de hogares encuestados	100.0%	100.0%	100.0%

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

Nota: Porcentajes calculados con respecto al total de hogares encuestados.

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 3.3% hace pedidos a domicilio varias veces a la semana y este porcentaje subió con respecto a los dos años anteriores. El porcentaje de hogares que lo hace una vez a la semana aumentó de 9.3% a 11.0%, mientras que quienes lo hacen una vez al mes también subió de 11.6% a 17.3% de 2022 a 2023.

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

Frecuencia	2021	2022	2023
Varias veces por semana	2.3%	2.3%	3.3%
Una vez a la semana	13.6%	9.3%	11.0%
Una vez al mes	12.8%	11.6%	17.3%
Cada tres meses	4.0%	2.8%	6.0%
Cada seis meses	1.2%	0.5%	0.8%
Una vez al año	0.2%	0.3%	0.8%
No sé	0.5%	0.0%	0.3%
No hacen pedidos	64.7%	73.1%	60.5%
No sabe si hacen pedidos	0.7%	0.0%	0.0%
Total	100.0%	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.

En 2023, el 16.6% del total de los hogares encuestados mencionaron que hacen pedidos a domicilio a restaurantes. Con respecto a los dos años anteriores, aumentó el porcentaje cuyo gasto promedio es mayor a \$300. En 2021, el 3.7% gastaba en promedio entre \$300 y \$500, en 2022 el porcentaje subió a 5.7%, mientras que en 2023, el porcentaje fue de 25.0%.

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

	2021		2022		2023	
	% de los hogares que han hecho pedidos	% de los hogares encuestados	% 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%	3.0%	0.5%
De \$100 a \$200	50.7%	11.5%	40.2%	5.8%	27.0%	4.5%
De \$200 a \$300	35.3%	8.0%	41.4%	6.0%	37.0%	6.1%
De \$300 a \$500	3.7%	0.8%	5.7%	0.8%	25.0%	4.2%
Más de \$500	4.4%	1.0%	3.4%	0.5%	5.0%	0.8%
No sé	1.5%	0.3%	5.7%	0.8%	3.0%	0.5%
Total	100.0%	22.6%	100.0%	14.5%	100.0%	16.6%

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 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. Solo como referencia de en qué municipios se contestó la ETCOJ de marzo de 2023, se tiene que el 70.1% de los hogares encuestados se ubican en los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara, el 6.3% en Puerto Vallarta, y el 3.2% en Tepatitlán de Morelos. 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.

Municipios de residencia de los hogares encuestados en la ETCOJ de marzo de 2023

	Hogares	Distribución %
Total	602	100.0%
ZMG	422	70.1%
Puerto Vallarta	38	6.3%
Tepatitlán de Morelos	19	3.2%
Zapotlán el Grande	17	2.8%
Arandas	13	2.2%
Autlán de Navarro	12	2.0%
Resto (20 municipios)	81	13.5%

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

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 junio 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).

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 junio 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 junio 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 2023 se incluyeron preguntas relacionadas con pedidos a domicilio y frecuencia de los pedidos.

Periodo de levantamiento

La encuesta se levantó del 17 al 30 de marzo de 2023.

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 Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense de marzo 2023

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?

13. *(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.ieg.gob.mx



IEG Jalisco

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

 [**contacto@ieg.gob.mx**](mailto:contacto@ieg.gob.mx)

 **33377-71770**



IEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco

