



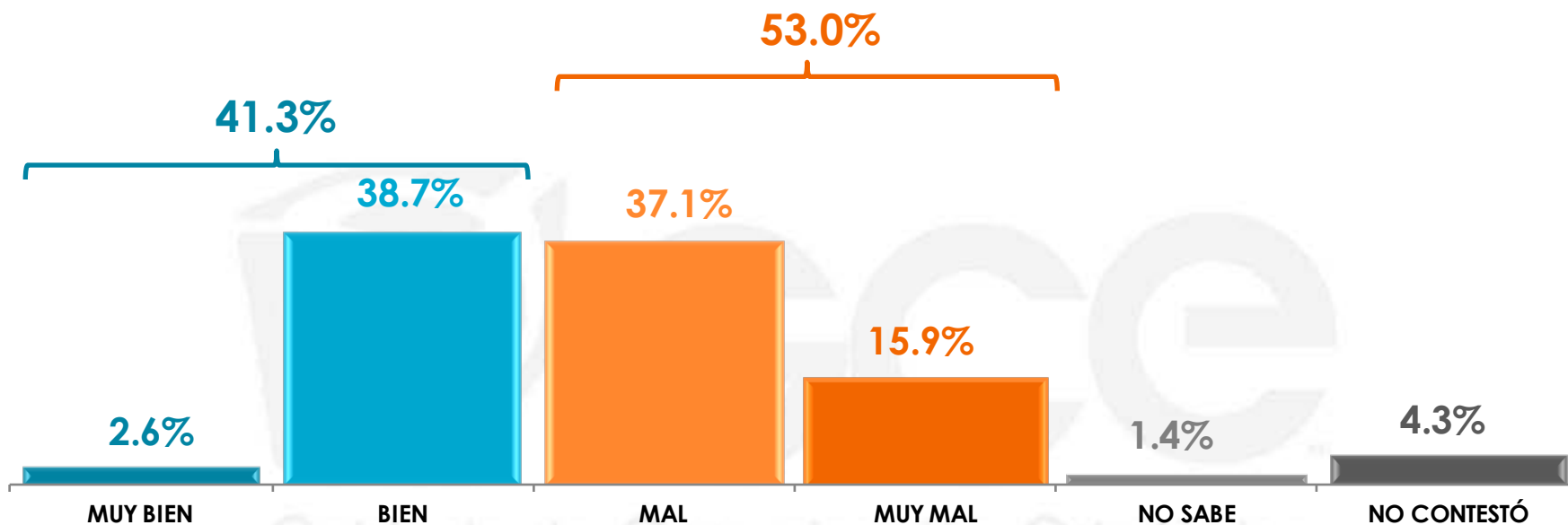
# ÍNDICE

CONOCIMIENTO SOBRE EL "BUEN FIN" .....	<b>3</b>
BENEFICIOS DEL "BUEN FIN" .....	<b>8</b>
PERCEPCIÓN SOBRE LAS OFERTAS .....	<b>14</b>
EXPERIENCIA PERSONAL .....	<b>18</b>

**1**

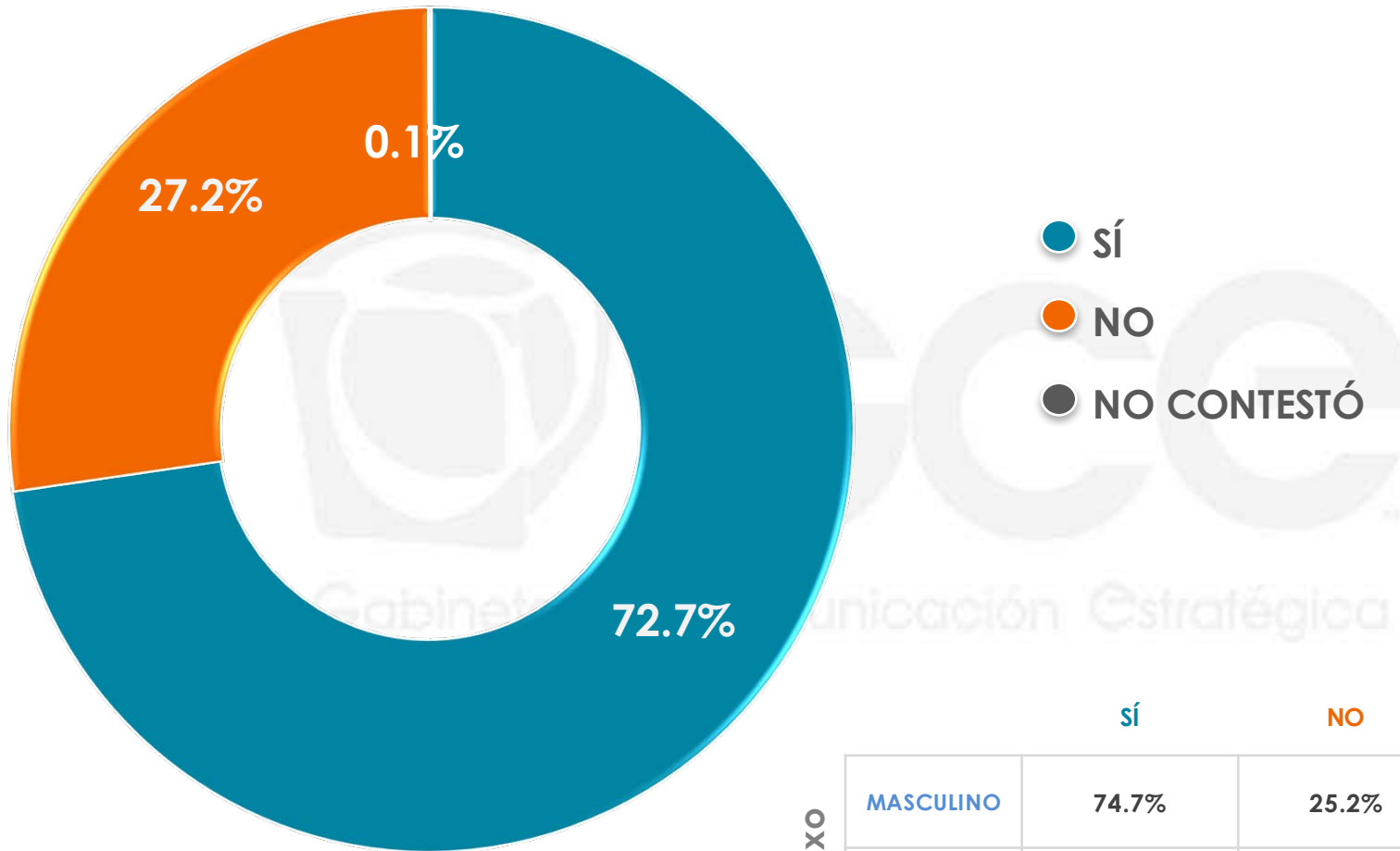
**CONOCIMIENTO SOBRE  
EL "BUEN FIN"**

¿Cómo siente que está su economía actualmente: muy bien, bien, mal o muy mal?



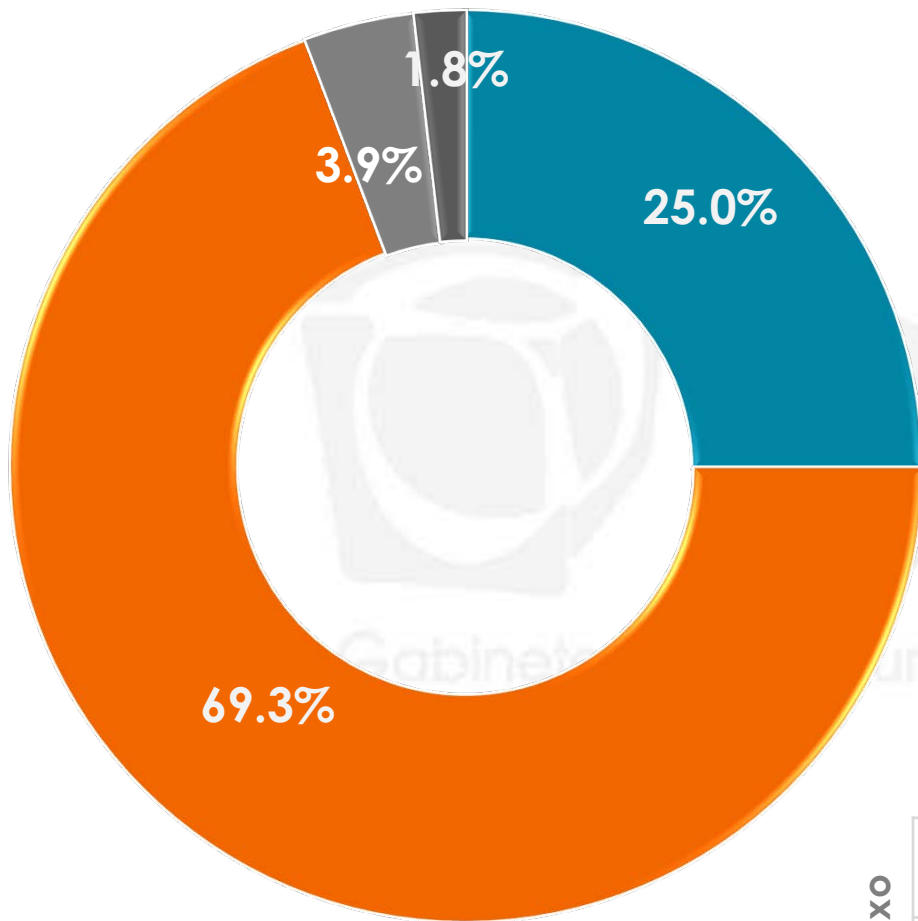
Sexo	MUY BIEN	BIEN	MAL	MUY MAL	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	3.7%	41.4%	35.5%	15.2%	1.9%	2.3%
FEMENINO	1.6%	36.2%	38.6%	16.6%	1.0%	6.0%

Del 18 al 21 de noviembre de este año se llevará a cabo el “Buen Fin”; días en que se ofrecerán productos y servicios con descuentos y promociones especiales. Antes de que se lo mencionara, ¿conocía usted esta información?



	SÍ	NO	NO CONTESTÓ
<b>MASCULINO</b>	74.7%	25.2%	0.1%
<b>FEMENINO</b>	70.8%	29.2%	0.0%

Y, ¿cree que las personas que realizan compras durante el “Buen Fin” planean con anticipación el gasto y sus compras o lo hacen de manera impulsiva?

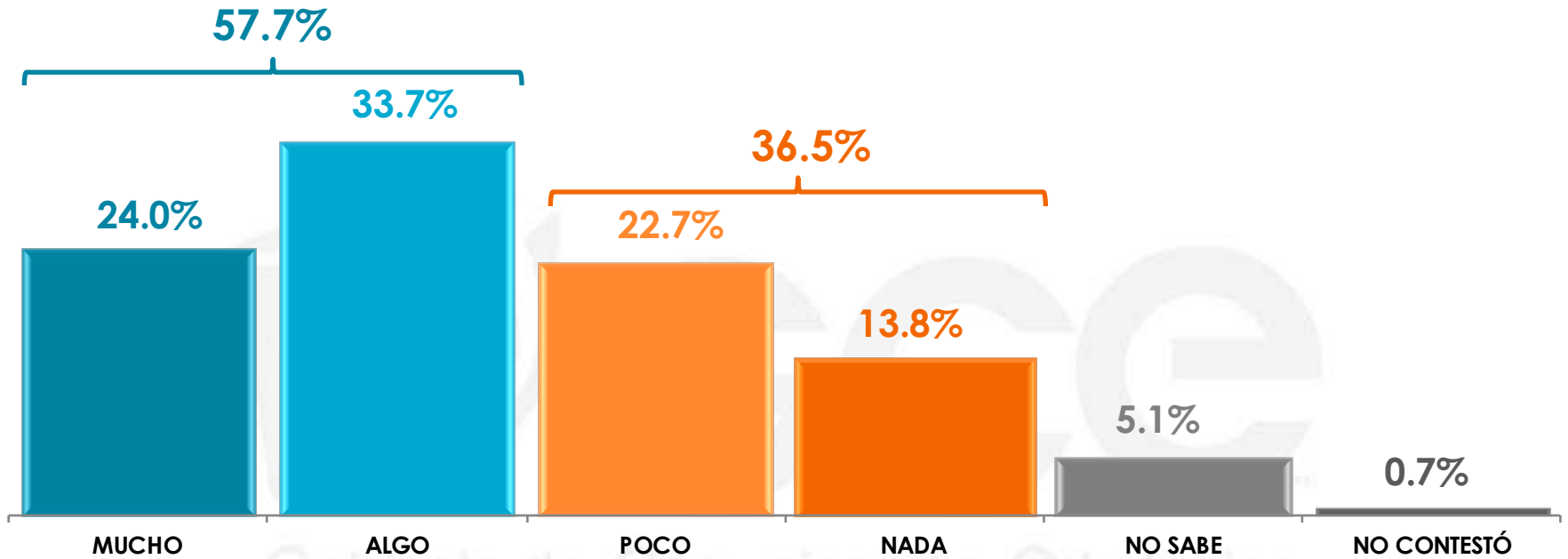


- ANTICIPAN SU GASTO
- GASTAN IMPULSIVAMENTE
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

	ANTICIPAN SU GASTO	GASTAN IMPULSIVAMENTE	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>Sexo</b> MASCULINO	20.1%	75.6%	2.0%	2.3%
FEMENINO	29.6%	63.4%	5.7%	1.3%

n= 600

El Servicio de Administración Tributaria, SAT, confirmó que este año también se realizará el programa de Lotería Fiscal que consiste en regresar el monto gastado por los consumidores que pagaron con tarjeta de crédito o débito. ¿Qué tanto cree usted que este programa incentive la compra en este Buen Fin 2016: mucho, algo, poco o nada?



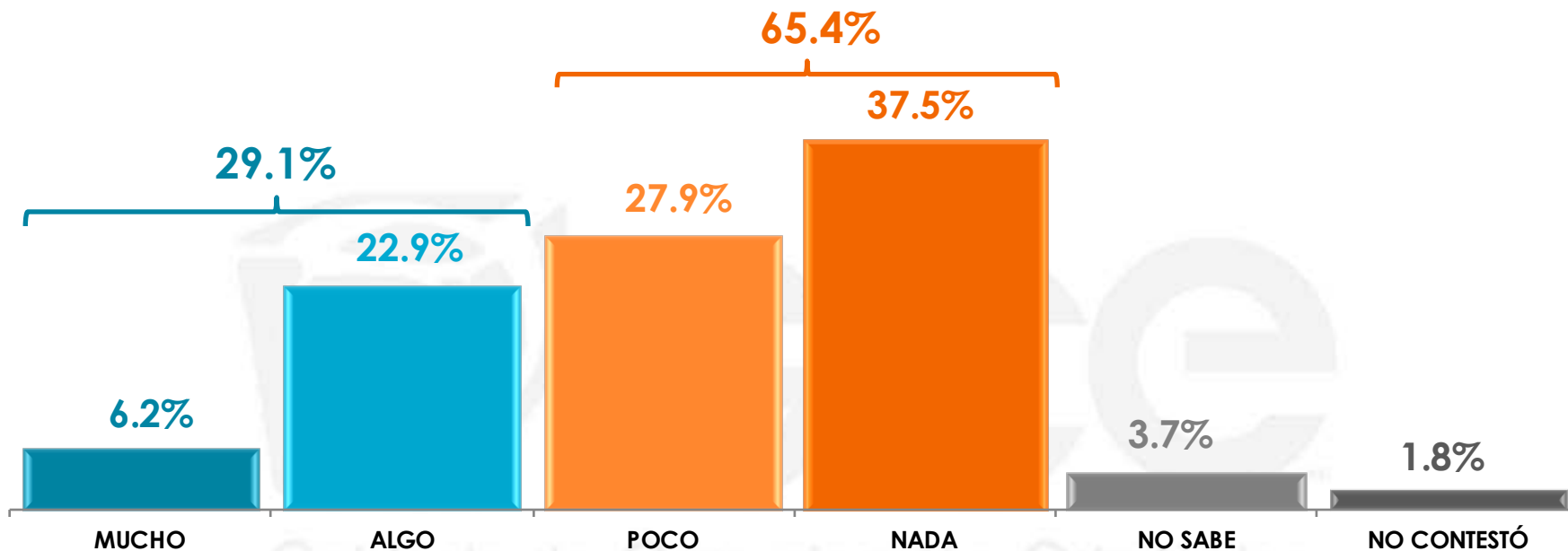
	MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>MASCULINO</b>	23.3%	34.2%	23.0%	15.7%	2.9%	0.9%
<b>FEMENINO</b>	24.7%	33.3%	22.4%	12.0%	7.1%	0.5%

# 2

## **BENEFICIOS DEL "BUEN FIN"**

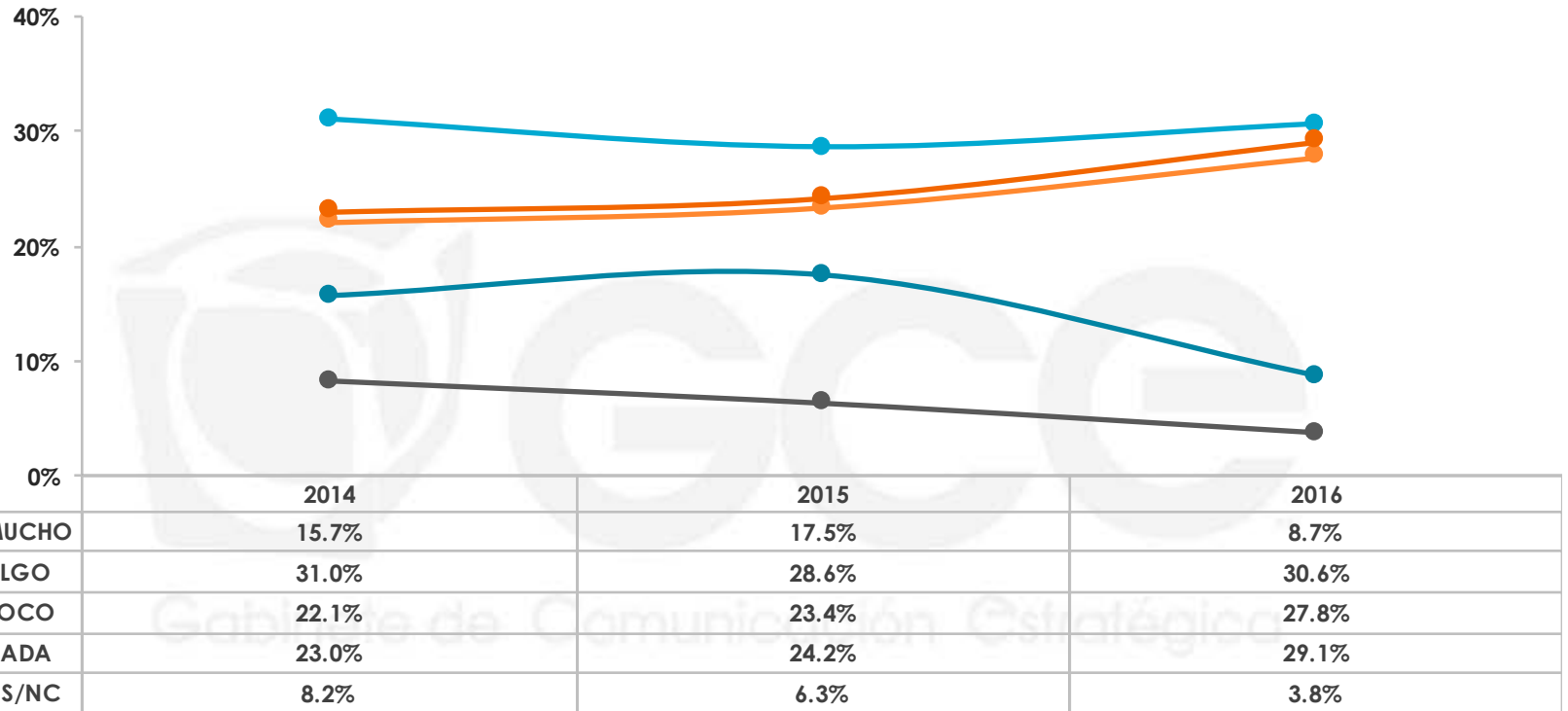


En 2011 el gobierno federal implementó el “Buen Fin” como un programa de descuentos para incentivar el consumo de los mexicanos y favorecer la economía del país. ¿Qué tanto considera usted que la economía del país se ha visto beneficiada por el “Buen Fin”: mucho, algo, poco o nada?



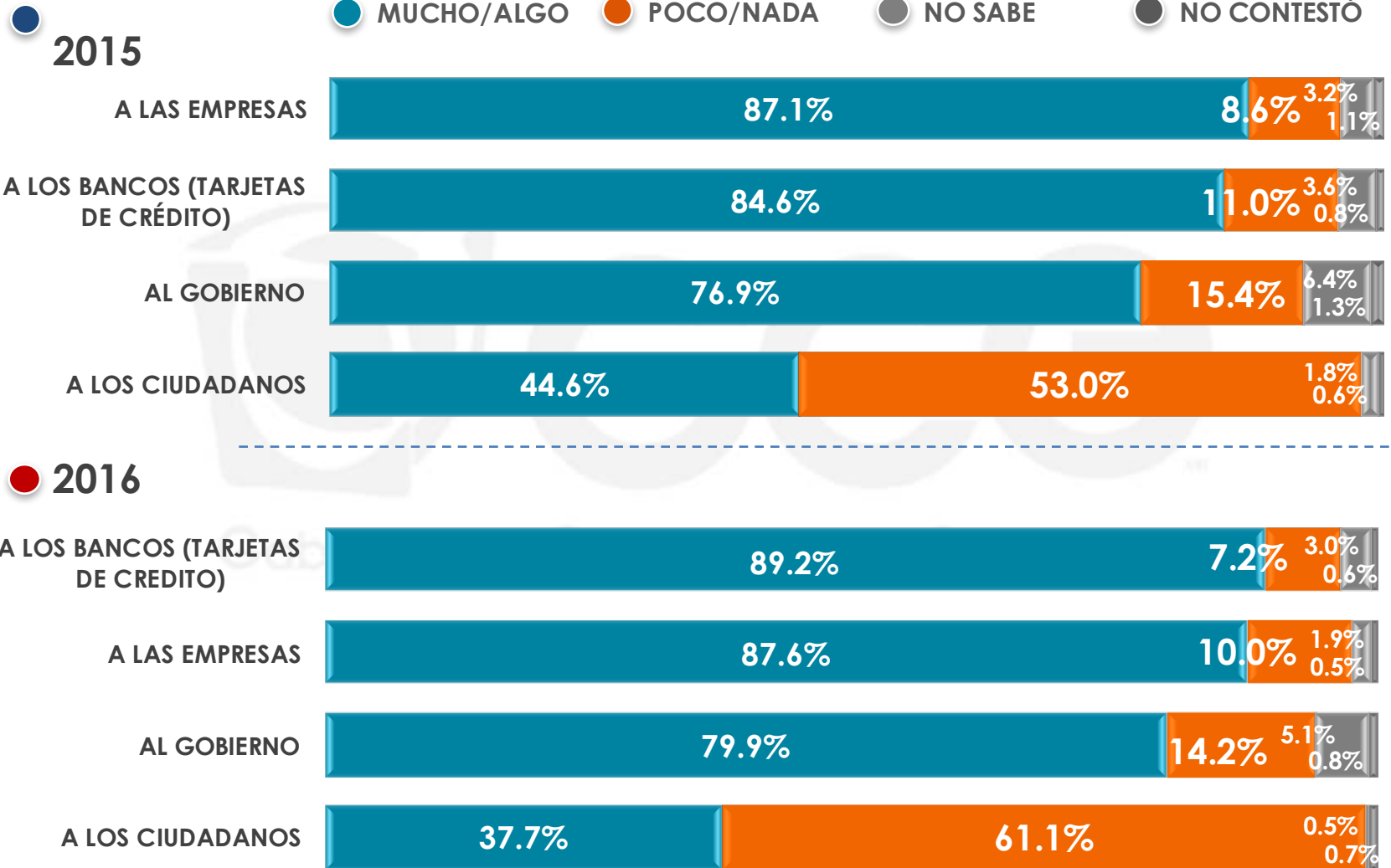
	MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>Sexo</b> MASCULINO	5.1%	22.4%	31.6%	36.0%	2.8%	2.1%
FEMENINO	7.2%	23.4%	24.5%	38.8%	4.6%	1.5%

En su opinión, ¿qué tanto beneficia el “Buen Fin” a las familias mexicanas, beneficia mucho, algo, poco o nada?



	MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NS/NC
<b>MASCULINO</b>	9.8%	27.5%	28.9%	30.7%	3.1%
<b>FEMENINO</b>	7.6%	33.5%	26.8%	27.6%	4.5%

De las siguientes opciones que le voy a mencionar, dígame, ¿qué tanto cree que usted que les beneficia el “Buen Fin” a (...)?



n= 600

De las siguientes opciones que le voy a mencionar, dígame, ¿qué tanto cree que usted que les beneficia el “Buen Fin” a (...)?

A LOS BANCOS (TARJETAS DE CRÉDITO)

		MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	92.8%	5.0%	1.9%	0.3%
	FEMENINO	86.0%	9.1%	4.0%	0.9%

A LAS EMPRESAS

		MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	89.2%	9.3%	0.9%	0.6%
	FEMENINO	86.0%	10.6%	2.9%	0.5%

De las siguientes opciones que le voy a mencionar, dígame, ¿qué tanto cree que usted que les beneficia el “Buen Fin” a (...)?

AL GOBIERNO

		MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	80.3%	17.0%	1.9%	0.8%
	FEMENINO	79.6%	11.7%	8.0%	0.7%

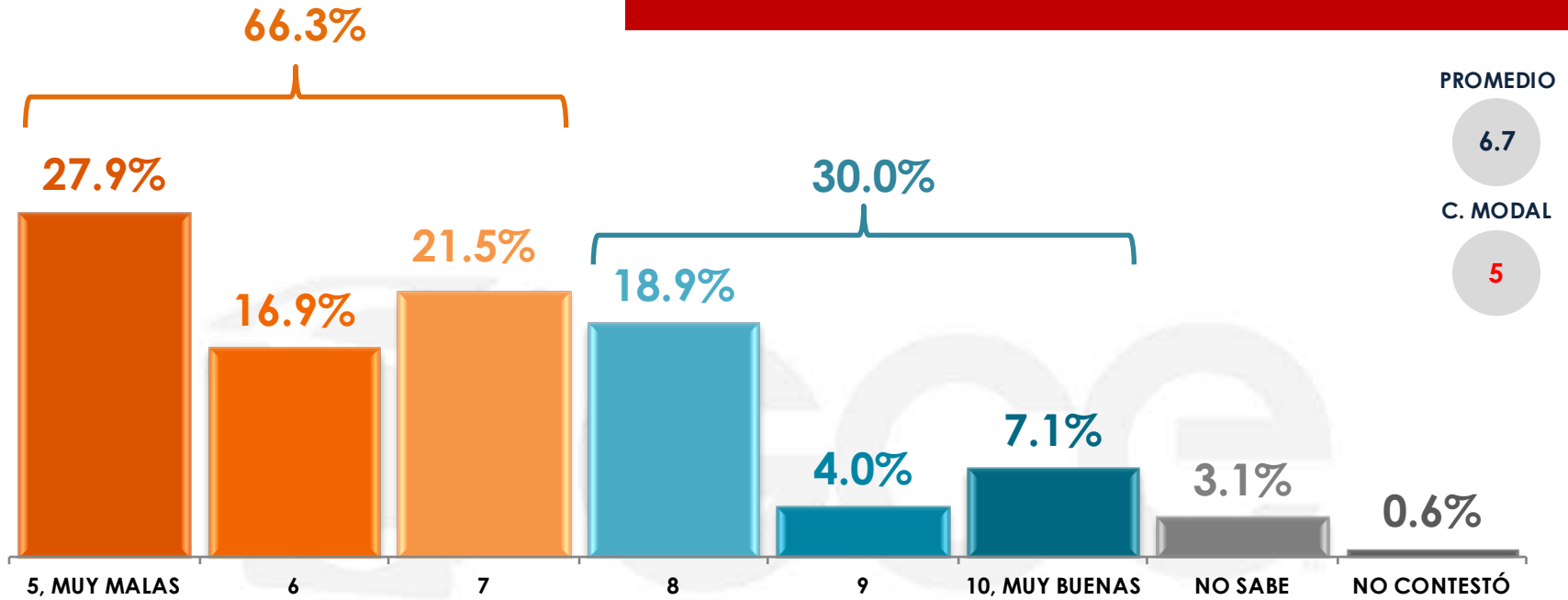
A LOS CIUDADANOS

		MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	38.3%	60.6%	0.2%	0.9%
	FEMENINO	37.4%	61.6%	0.8%	0.2%

# 3

## PERCEPCIÓN SOBRE LAS OFERTAS

En una escala del 5 al 10, donde 5 es muy malas y 10 muy buenas. ¿Cómo calificaría usted las ofertas y descuentos que hay durante el “Buen Fin”?

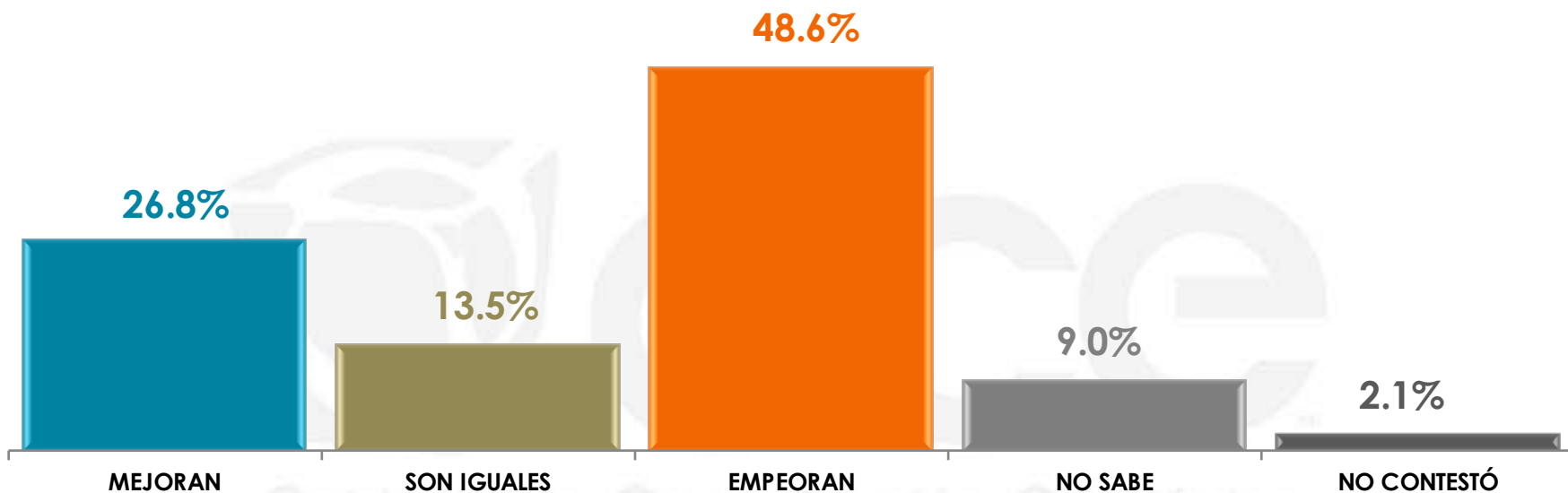


Gabinete de Comunicación Estratégica

	5, MUY MALAS	6	7	8	9	10, MUY BUENAS	NO SABE	NO CONTESTÓ	PROMEDIO	MODA
<b>MASCULINO</b>	28.9%	18.6%	22.9%	17.8%	2.9%	6.5%	1.9%	0.5%	6.7	5
<b>FEMENINO</b>	27.0%	15.3%	20.2%	20.0%	5.1%	7.6%	4.1%	0.7%	6.8	5

Sexo

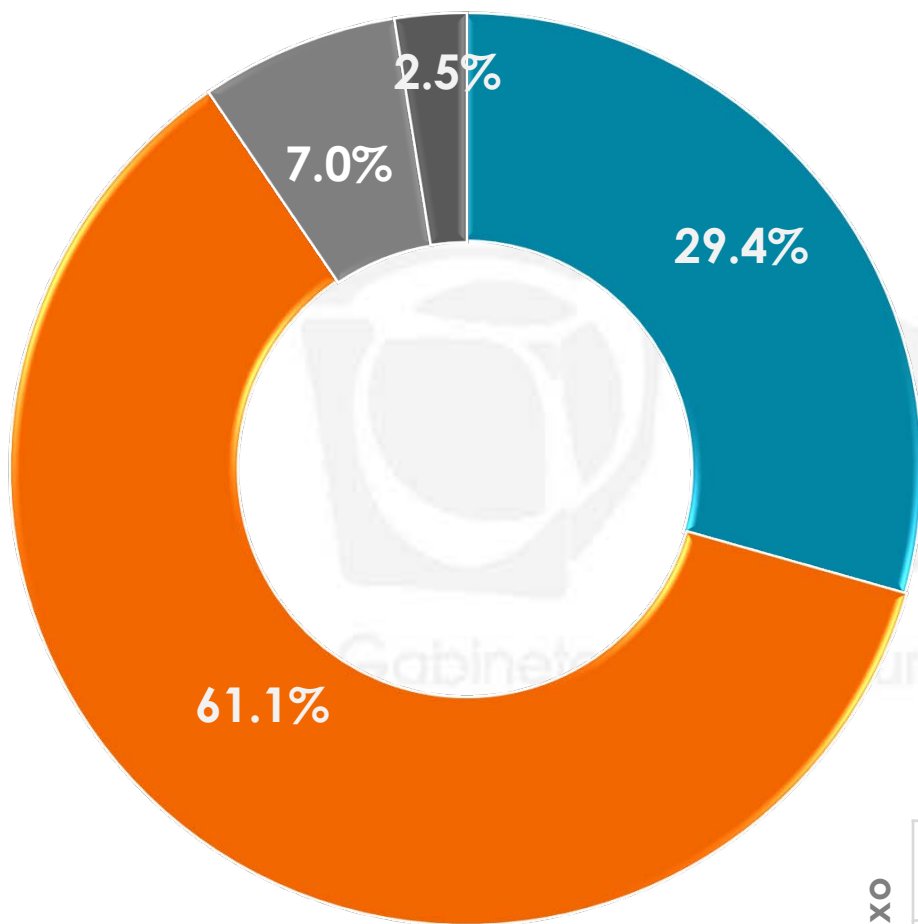
¿Usted cree que las ofertas mejoran año con año o empeoran?



	MEJORAN	SON IGUALES	EMPEORAN	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>MASCULINO</b>	25.0%	13.5%	54.4%	4.9%	2.2%
<b>FEMENINO</b>	28.5%	13.5%	43.2%	12.7%	2.1%



Ahora dígame, ¿usted cree que en el “Buen Fin” las ofertas de las tiendas son reales?



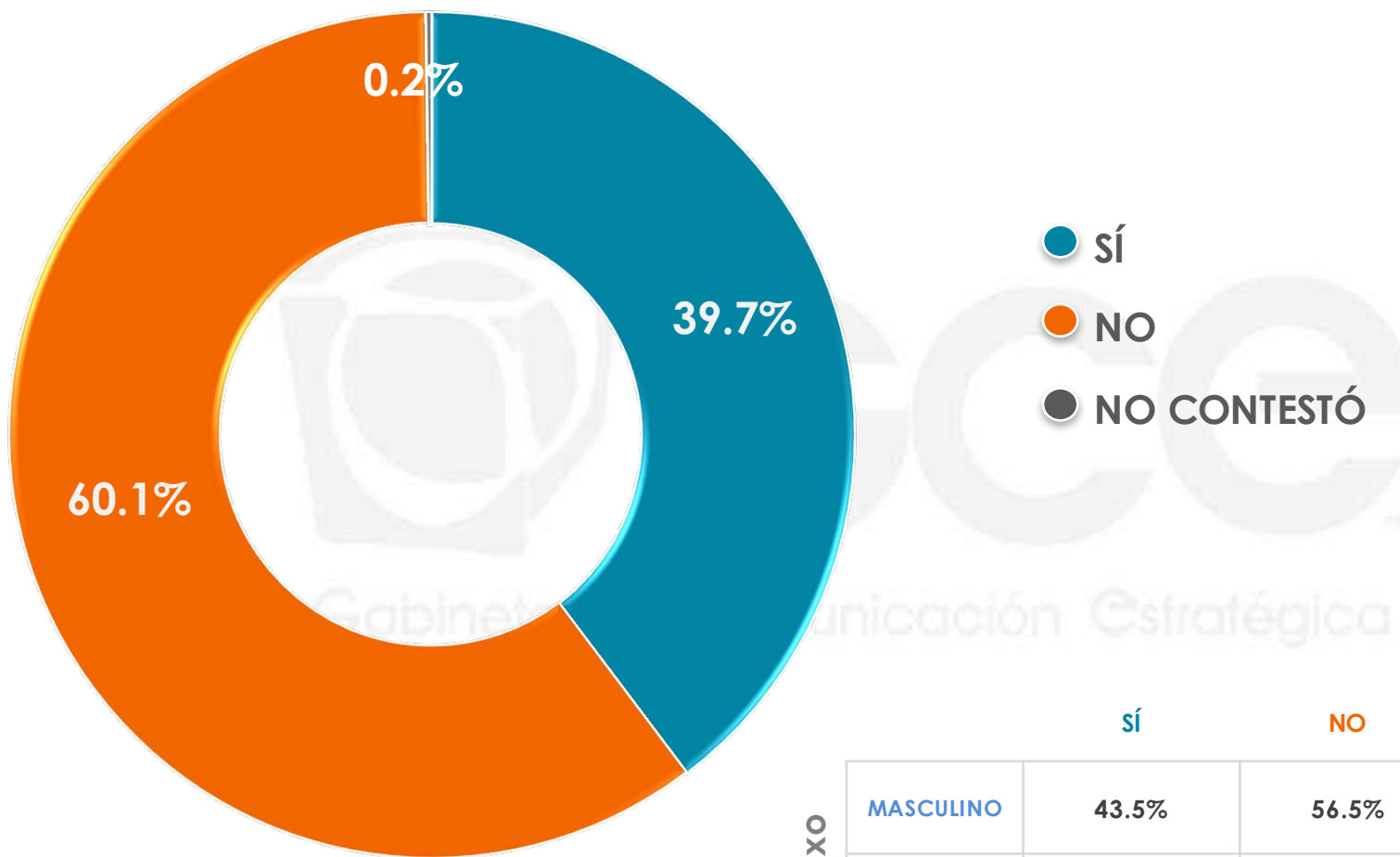
- SÍ
- NO
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

	SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>Sexo</b>				
<b>MASCULINO</b>	29.5%	64.6%	3.8%	2.1%
<b>FEMENINO</b>	29.4%	57.9%	9.8%	2.9%

# 4

## EXPERIENCIA PERSONAL

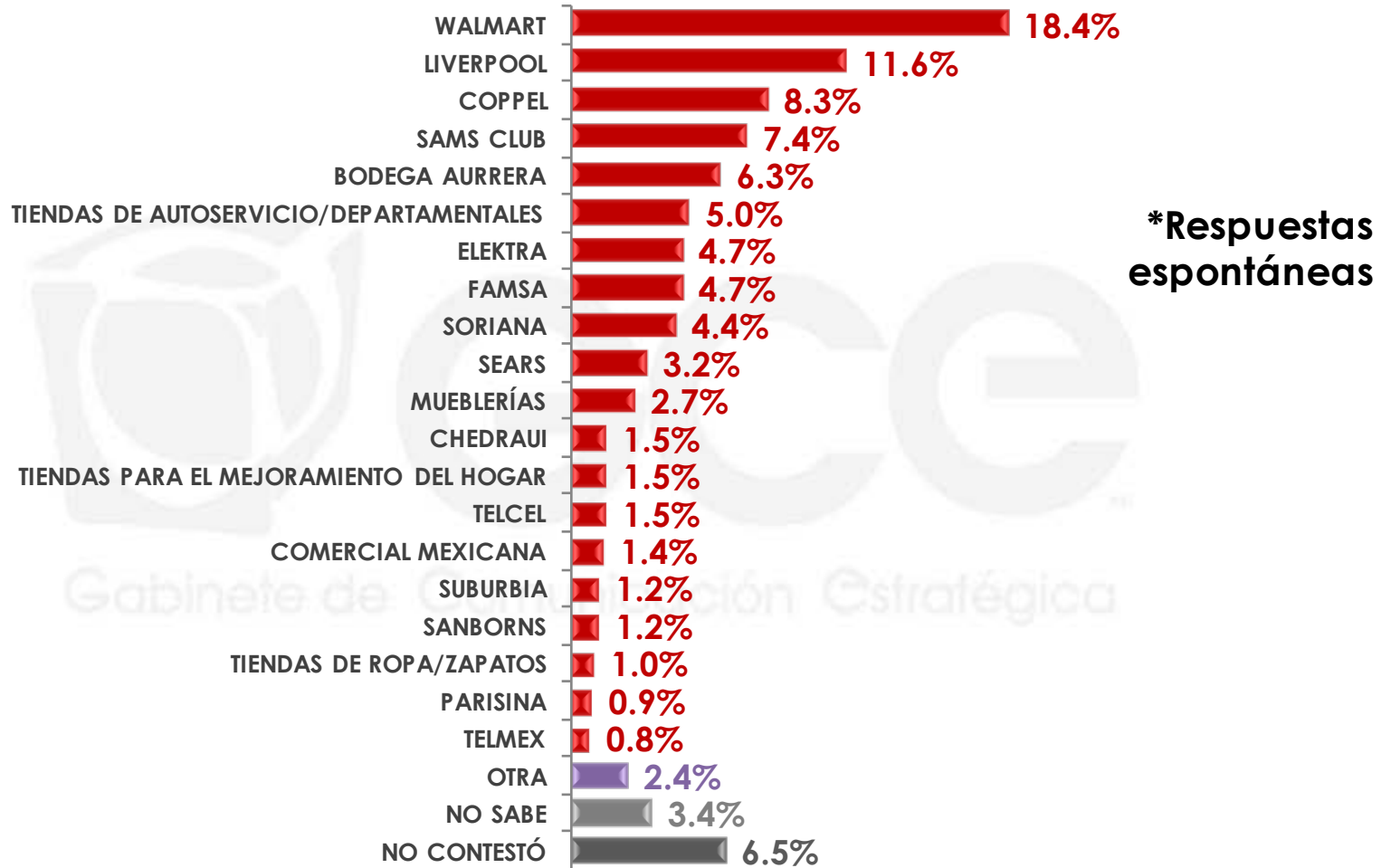
¿Usted ha realizado compras durante el “Buen Fin” en los años anteriores?



	SÍ	NO	NO CONTESTÓ
Sexo			
MASCULINO	43.5%	56.5%	0.0%
FEMENINO	36.2%	63.5%	0.3%

n= 600

## ¿En qué tiendas ha comprado durante el “Buen Fin”?\*



\*Esta pregunta sólo se realizó a los que contestaron que sí han realizado compras en los años anteriores.

## ¿En qué tiendas ha comprado durante el “Buen Fin”?\*

### \*Respuestas espontáneas

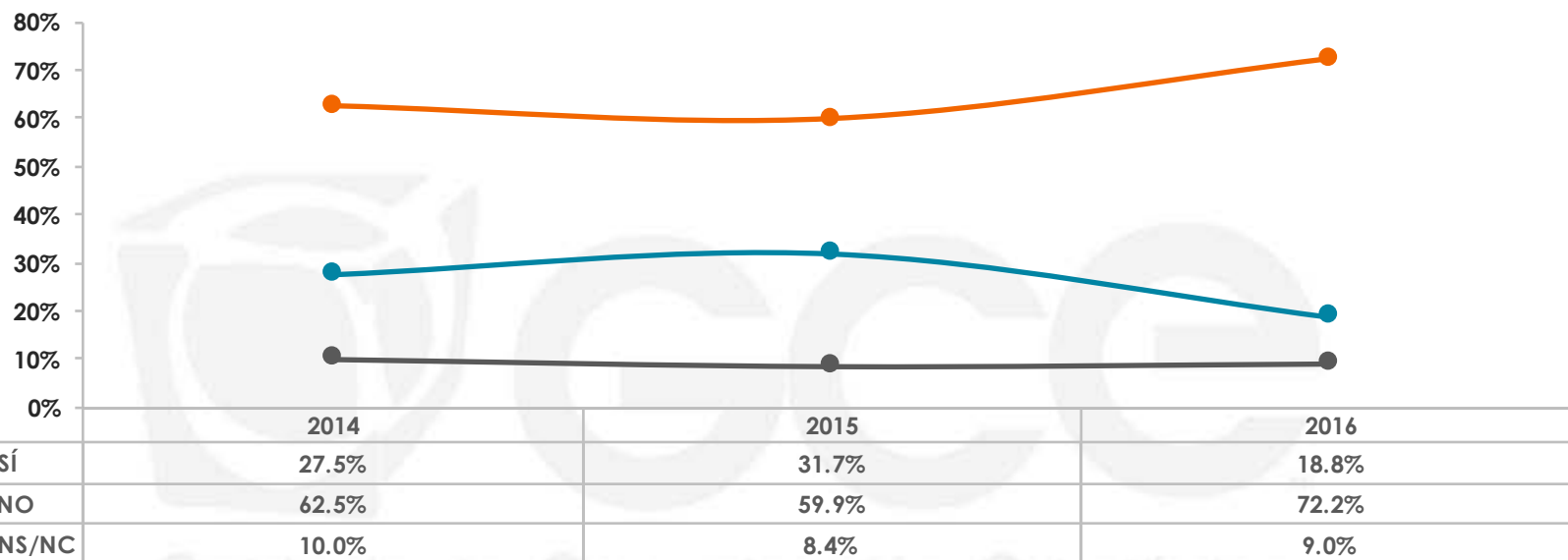
		WALMART	LIVERPOOL	COPPEL	SAMS CLUB	BODEGA AURRERA	TIENDAS DE AUTOSERVICIO/ DEPARTAMENTALES	ELEKTRA	FAMSA
Sexo	MASCULINO	16.4%	12.8%	6.4%	8.1%	4.1%	5.3%	6.4%	3.6%
	FEMENINO	20.6%	10.2%	10.3%	6.6%	8.6%	4.5%	2.8%	5.9%

		SORIANA	SEARS	MUEBLERÍAS	CHEDRAUI	TIENDAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL HOGAR	TELCEL	COMERCIAL MEXICANA	SUBURBIA
Sexo	MASCULINO	4.8%	3.2%	5.2%	0.9%	1.6%	2.8%	1.1%	2.2%
	FEMENINO	3.9%	3.2%	0.0%	2.1%	1.3%	0.0%	1.6%	0.0%

		SANBORNS	TIENDAS DE ROPA/ ZAPATOS	PARISINA	TELMEX	OTRA	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	1.5%	1.4%	1.3%	1.5%	2.7%	1.0%	5.7%
	FEMENINO	0.9%	0.6%	0.4%	0.0%	2.2%	6.2%	8.1%

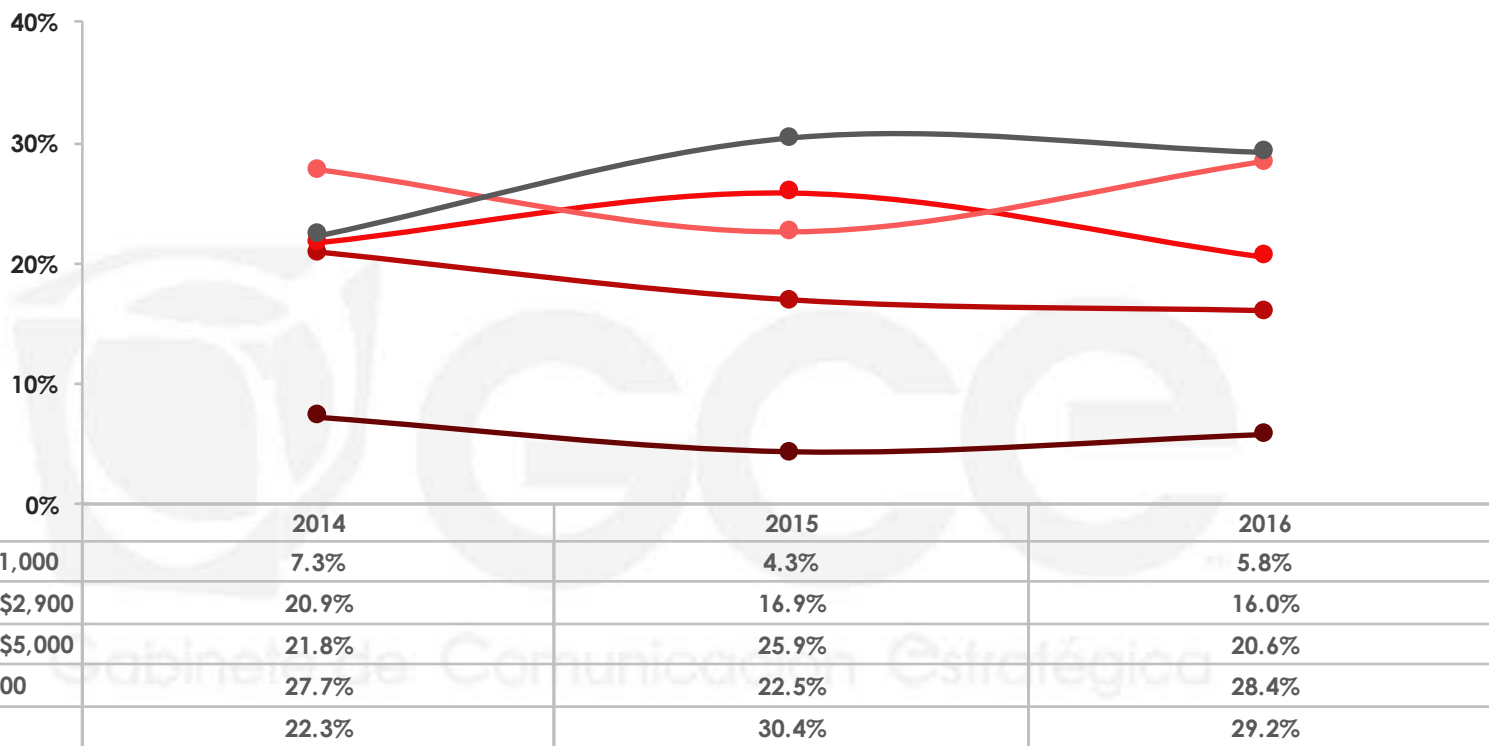
\*Esta pregunta sólo se realizó a los que contestaron que sí han realizado compras en los años anteriores.

## ¿Usted tiene pensado comprar durante el “Buen Fin” de este año?



	Sí	NO	NS/NC
<b>MASCULINO</b>	19.2%	71.2%	9.6%
<b>FEMENINO</b>	18.4%	73.0%	8.6%

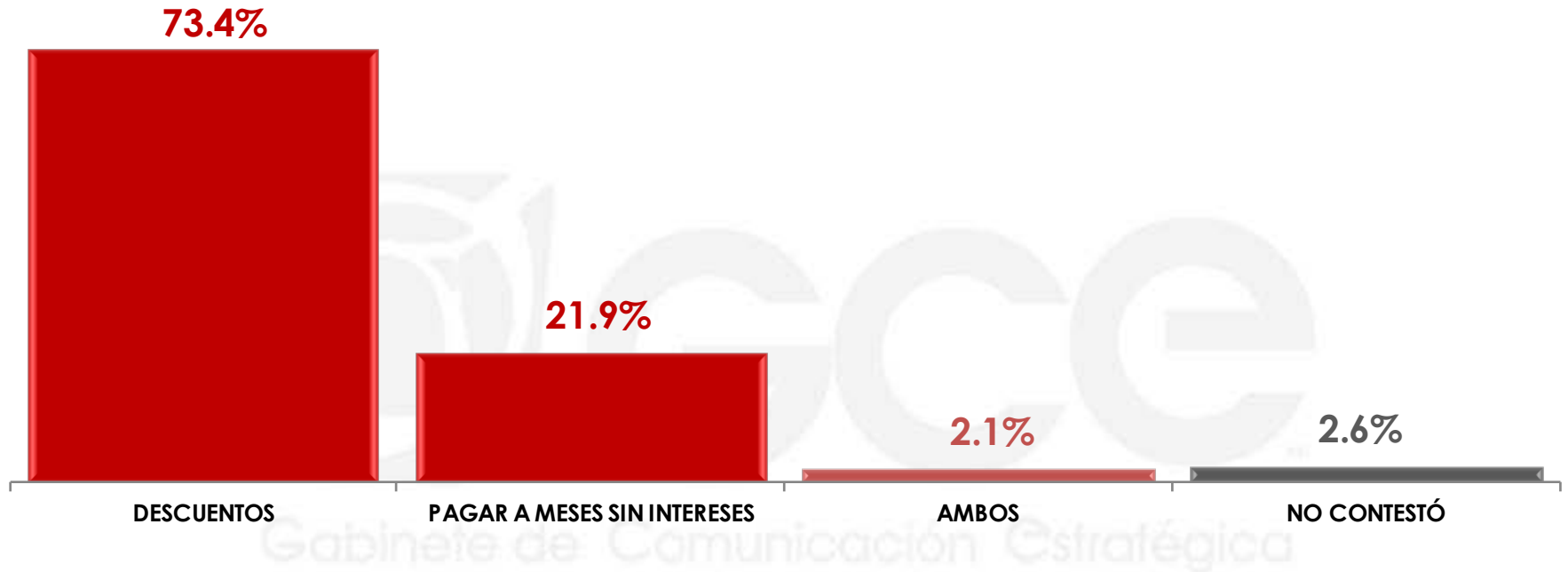
## Aproximadamente, ¿cuánto planea gastar en las compras de este "Buen Fin"??\*



	MENOS DE \$1,000	DE \$1,000 A \$2,900	DE \$3,000 A \$5,000	MÁS DE \$5,000	NS/NC
<b>MASCULINO</b>	7.5%	14.1%	26.6%	38.6%	13.2%
<b>FEMENINO</b>	4.1%	17.8%	14.8%	18.4%	44.9%

\*Esta pregunta sólo se realizó a los que contestaron que sí tienen pensado comprar durante el "Buen Fin".

Y, ¿qué tipo de oferta le interesa más a usted: descuentos o pagar a meses sin intereses?\*



	DESCUENTOS	PAGAR A MESES SIN INTERESES	AMBOS	NO CONTESTÓ
<b>Sexo</b>				
MASCULINO	76.3%	20.1%	0.0%	3.6%
FEMENINO	70.5%	23.7%	4.2%	1.6%

\*Esta pregunta sólo se realizó a los que contestaron que sí tienen pensado comprar durante el "Buen Fin".

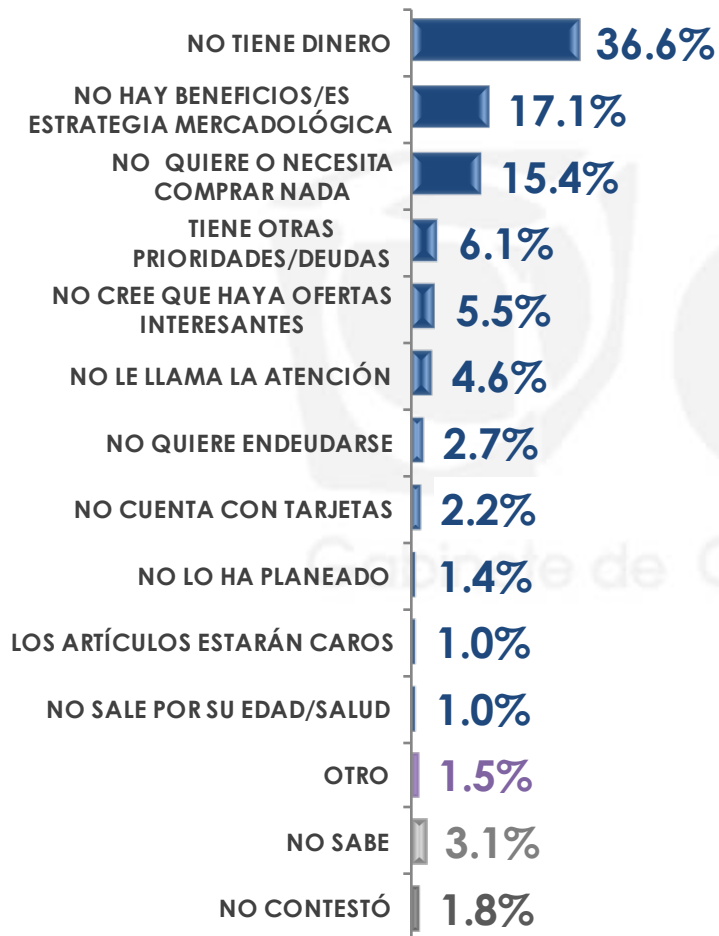


## ¿Por qué no tiene planeado comprar nada en el “Buen Fin”?\*

### \*Respuestas espontáneas

● 2015

● 2016



\*Sólo se realizó esta pregunta a las personas que no tienen pensado comprar en “El Buen Fin”.

## ¿Por qué no tiene planeado comprar nada en el “Buen Fin”?\*

### \*Respuestas espontáneas

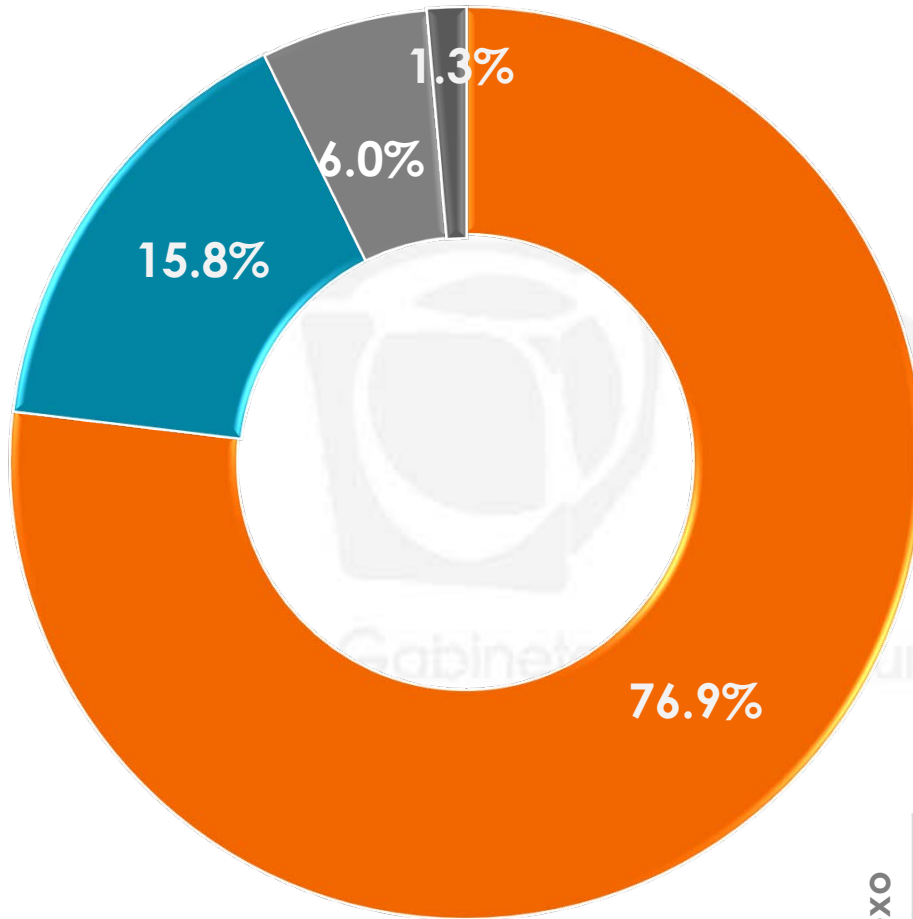
	NO TIENE DINERO	NO HAY BENEFICIOS/ ES ESTRATEGIA MERCADOLÓGICA	NO QUIERE O NECESITA COMPRAR NADA	NO CREE QUE HAYA OFERTAS INTERESANTES	LOS ARTÍCULOS ESTARÁN CAROS	TIENE OTRAS PRIORIDADES/ DEUDAS	NO QUIERE ENDEUDARSE
<b>Sexo</b> MASCULINO	27.3%	24.6%	15.8%	8.7%	6.8%	1.8%	0.8%
FEMENINO	43.3%	10.0%	16.5%	10.7%	3.4%	5.9%	3.5%

	NO LE LLAMA LA ATENCIÓN	NO LO HA PLANEADO	ACOSTUMBRA COMPRAR EN OTRO MOMENTO/LUGAR	NO SALE POR SU EDAD/SALUD	OTRO	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>Sexo</b> MASCULINO	4.1%	3.1%	2.0%	0.3%	2.8%	1.9%	0.0%
FEMENINO	0.4%	0.4%	0.9%	0.9%	1.9%	0.5%	1.7%

\*Sólo se realizó esta pregunta a las personas que no tienen pensado comprar en “El Buen Fin”.

n= 439

En su opinión, ¿cree usted que la victoria de Donald Trump en las elecciones de Estados Unidos repercute en la economía de las familias mexicanas?



- SÍ
- NO
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

	SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
<b>Sexo</b>				
<b>MASCULINO</b>	75.7%	19.2%	4.0%	1.1%
<b>FEMENINO</b>	78.1%	12.6%	7.7%	1.6%

## Universo

- Ciudadanos mayores de 18 años que residen en la República Mexicana y cuentan con línea telefónica en su hogar.

## Técnica de levantamiento

- Encuesta telefónica realizada el 10 y 11 de noviembre de 2016.

## Tamaño de la muestra y su precisión estadística

- Se diseñó una muestra de 600 encuestas, distribuidas en las 32 entidades del país para mantener tanto proporcionalidad como dispersión óptimas. Con un nivel de confianza de 95%, el error teórico es de  $\pm 4.0\%$  a nivel nacional.
- Los resultados reportados están basados en los estimadores de Horvitz-Thompson, calibrados y redondeados a un decimal.

## Marco muestral y selección de la muestra

- Se utilizó como marco de muestreo la lista nominal actualizada del INE.
- Muestreo estratificado de alocación proporcional al tamaño.