

Coyunturas 29 de noviembre de 2015

www.indicadoressc.com



INDICADORES

Intención y compra en "Buen Fin 2015"





“Buen Fin 2015”

Artículos comprados

¿Qué compró?

% de personas

1	Pantalla	22.2
2	Electrodomésticos/lavadora/refrigerador	21.5
3	Ropa	16.7
4	Muebles	11.9
5	Celular	10.4
6	Reproductores/videojuegos	9.1
7	Zapatos	8.3
8	Laptop/computadora	8.3
9	Despensa	6.9
10	Refacciones automotrices	2.1
11	Otros artículos	2.8
	Total	120.2

Monto gastado

Mínimo	Máximo	Promedio
\$ 450.00	\$ 125,000.00	\$ 7,100.00



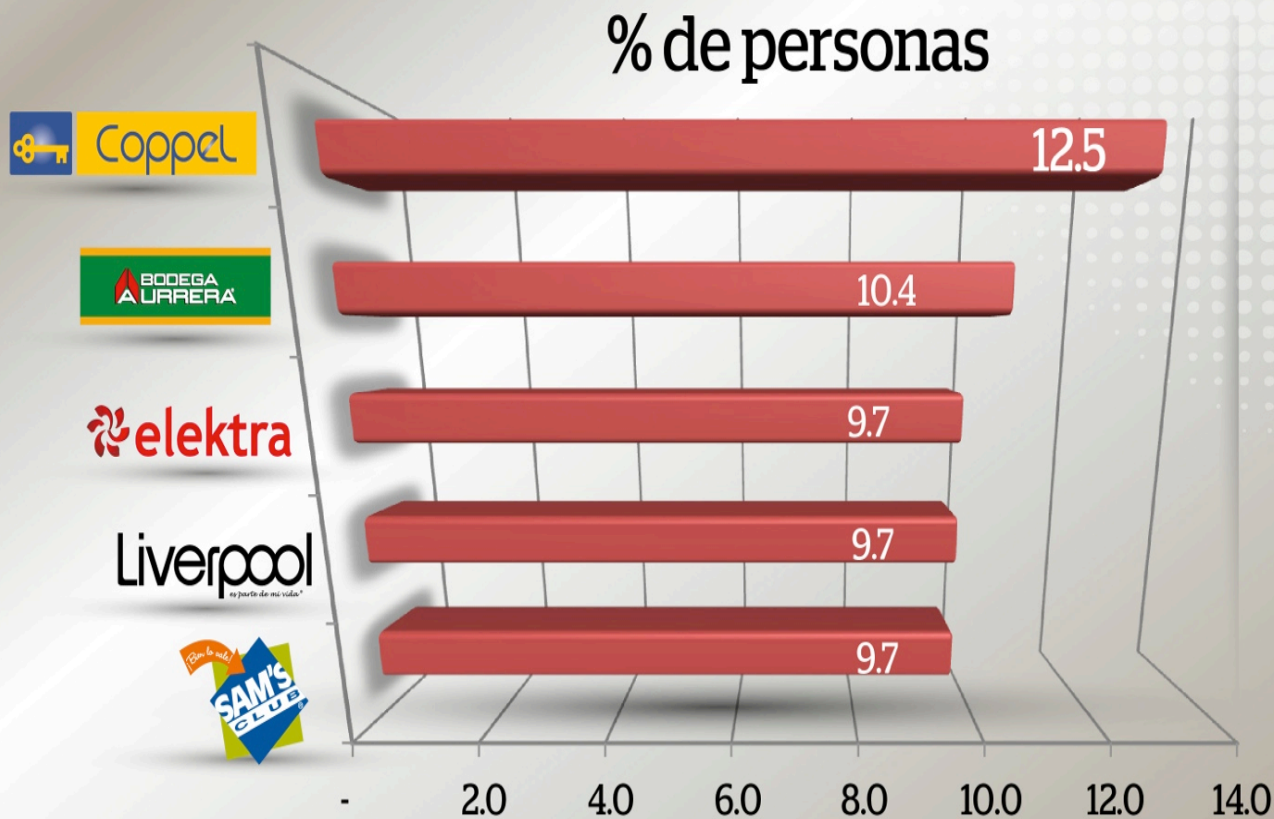
% de personas

Efectivo	42.4
Tarjeta de crédito	66.0

Los artículos con mayor demanda: pantallas (22%), línea blanca (22%), ropa (17%), muebles (12%) y celulares (10%).

*Múltiple respuesta suma más de 100%

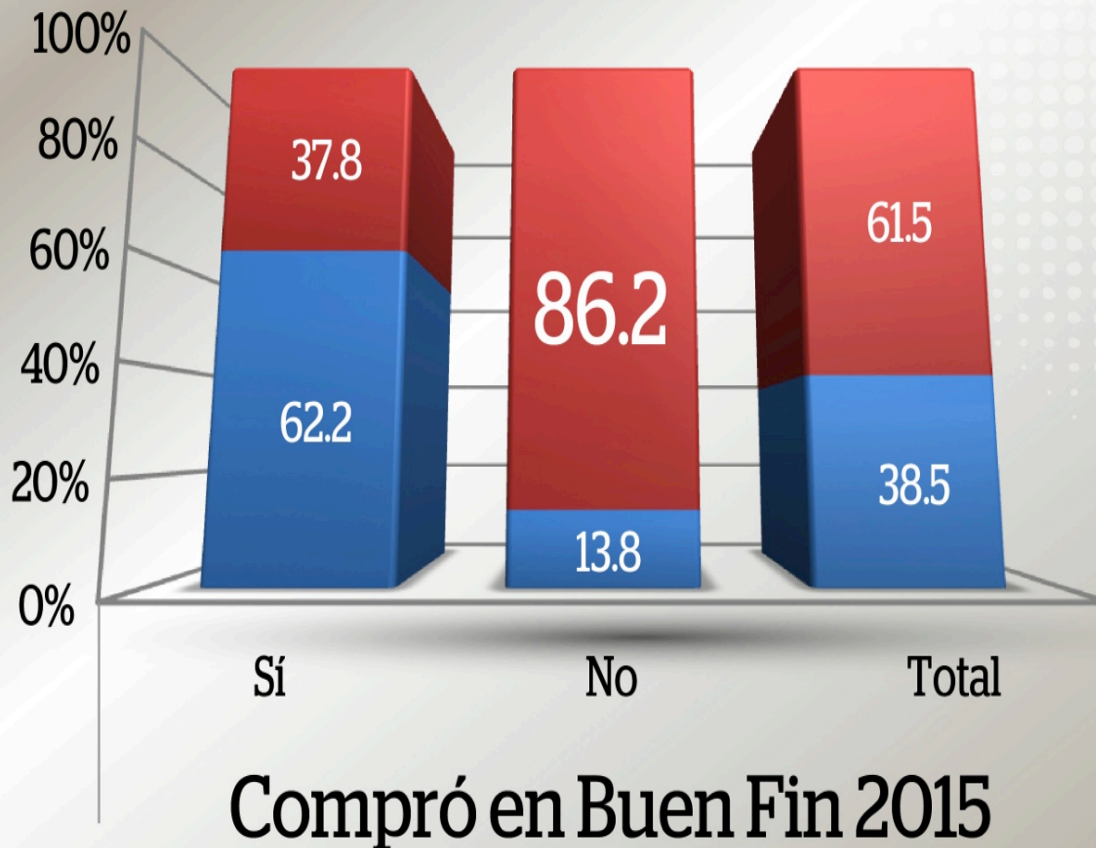
Principales establecimientos



Coppel, Bodega Aurrera, Elektra, Liverpool y Sam's los establecimientos con mayor participación.

*Múltiple respuesta suma más de 100%

¿Qué representó el Buen Fin 2015?



 Es mercadotecnia  Ahorro real

Foco rojo: 62%
considera que
se trata de pura
mercadotecnia
y no a un ahorro
real.



"Buen Fin" 2015?



- Cuatro de cada 10 compraron en el "Buen Fin 2015".
- **Pantallas (22%), línea blanca (22%), ropa (17%), muebles (12%) y celulares (10%).**
- Un foco de alerta representa el 62% que considera que es pura mercadotecnia.
- **De no involucrarse más activamente la PROFECO y el comercio organizado en garantizar mejores precios, el concepto perderá relevancia.**

Metodología

Técnica de levantamiento: Entrevista telefónica

Día de levantamiento: 18 y 19 de noviembre de 2015.

Tamaño de muestra: 500 entrevistas

Margen de error: +/- 4.4%

Nivel de confianza: 95 por ciento

Supervisión: Coincidental y posterior

Unidad de análisis: Personas con 18 años ó más, residentes en la República Mexicana que cuentan con línea telefónica fija.

