



**IIEG**

Instituto de Información  
Estadística y Geográfica  
de Jalisco



# Indicador de confianza del consumidor Jalisciense

**MARZO 2025**

Fecha de publicación 4 de Abril del 2025



**JALISCO**  
GOBIERNO DEL ESTADO

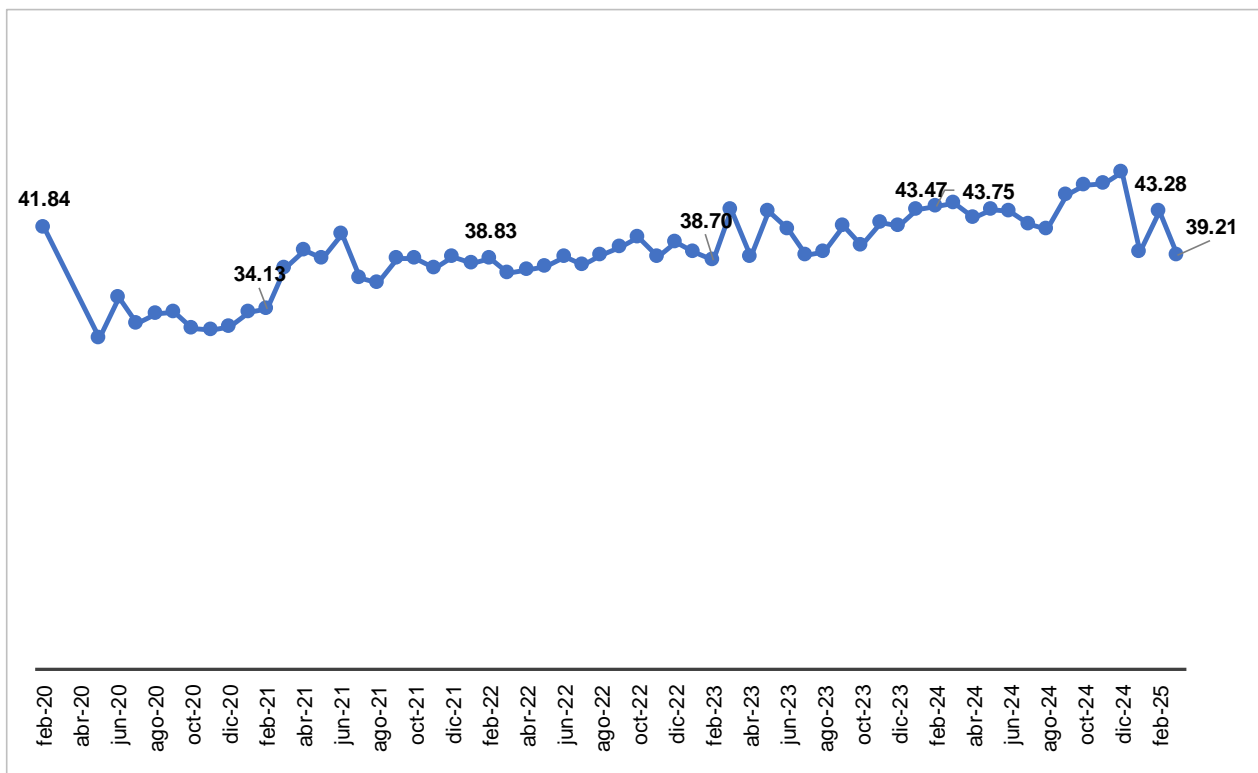


## Resultados de la Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ) de marzo de 2025

El Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG) presenta el Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense (ICCJ) de marzo de 2025. La información se obtuvo mediante una encuesta telefónica con un muestreo aleatorio simple a 601 hogares de la entidad del 5 al 26 de marzo. La nota metodológica se encuentra al final de este documento.

El nivel del ICCJ de marzo de 2025 fue de 39.21 puntos, lo que implica una variación mensual de -4.07 puntos o de -9.40% y una variación anual de -4.88 puntos o de -11.06%. Con respecto a febrero de 2020, la referencia prepandemia, se tiene una variación de -2.63 puntos o de -6.28%.

### Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, febrero-2020 a marzo-2025



Elaboración del 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 3 disminuyeron en marzo con relación al mes anterior. En el primer subíndice, los hogares comparan su situación económica actual con la que tenían hace un año; este subíndice se mantuvo en 44.14 puntos de febrero a marzo y tampoco tuvo variación respecto a marzo del año anterior. Los hogares perciben una

constante en su situación económica con relación a la encuesta de febrero de este año, y también con respecto a la encuesta de marzo de 2024.

En el segundo subíndice, los hogares reportan su expectativa económica dentro de doce meses comparada con la que presentan en este momento y que en este mes se ubicó en 47.64 puntos. Respecto a febrero se registró una variación mensual de -15.13% o de -8.49 puntos, y una variación anual de -12.83% o de -7.01 puntos. Este subíndice indica una percepción poco alentadora para la economía futura en los hogares de Jalisco.

En el tercer subíndice, los hogares comparan su percepción de la situación actual de Jalisco comparada con la de hace 12 meses; respecto a febrero se registró una variación mensual de -6.18% o de -2.66 puntos, y una variación anual de -8.74% o de -3.87 puntos.

En el cuarto subíndice, los hogares reportan su expectativa de la situación económica de Jalisco a futuro; respecto a febrero se registró una variación mensual de -20.0% o de -10.51 puntos, y una variación anual de -22.53% o de -12.23 puntos. Finalmente, el último subíndice indica la capacidad de los hogares para realizar compras de bienes duraderos como son muebles y electrodomésticos; este subíndice respecto a febrero registró una variación mensual de 6.34% o de 1.30 puntos, y una variación anual de -5.59% o de -1.29 puntos. Es el único subíndice que presentó un aumento respecto al mes anterior.

### Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, nivel del indicador y subíndices a marzo de 2025

| Concepto  | 2020         | 2024         | 2025         |              | Variación mensual |              | Variación anual |              |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|-----------------|--------------|
|   | Febrero      | Marzo        | Febrero      | Marzo        | %                 | Puntos       | %               | Puntos       |
| <b>Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense</b>  | <b>41.84</b> | <b>44.09</b> | <b>43.28</b> | <b>39.21</b> | <b>-9.40%</b>     | <b>-4.07</b> | <b>-11.06%</b>  | <b>-4.88</b> |
| - Situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que se tenía hace 12 meses  | 40.56        | 44.14        | 44.14        | 44.14        | 0.00%             | 0.00         | -0.01%          | 0.00         |
| - Situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual   | 48.21        | 54.65        | 56.13        | 47.64        | -15.13%           | -8.49        | -12.83%         | -7.01        |
| - Situación económica de Jalisco hoy en día, comparada con la de hace 12 meses  | 40.81        | 44.27        | 43.06        | 40.40        | -6.18%            | -2.66        | -8.74%          | -3.87        |
| - Situación económica de Jalisco esperada dentro de 12 meses, respecto a la actual  | 52.16        | 54.28        | 52.56        | 42.05        | -20.00%           | -10.51       | -22.53%         | -12.23       |
| - 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        | 23.09        | 20.50        | 21.80        | 6.34%             | 1.30         | -5.59%          | -1.29        |

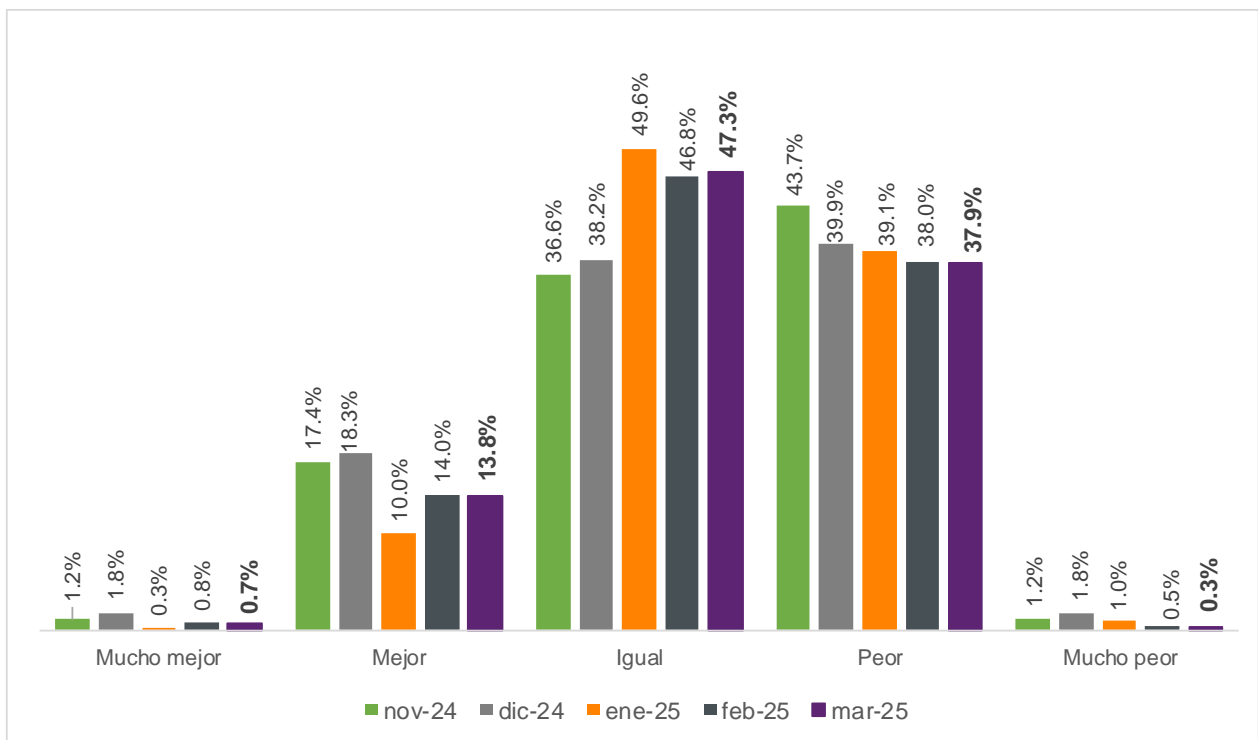
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: Las variaciones están calculadas con todos los decimales, pero solo se presentan a dos decimales.

## 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” pasó de 0.8% en febrero a 0.7% en marzo, mientras que las que respondieron “mejor” pasó de 14.0% a 13.8% en los mismos meses. El porcentaje de personas que mencionaron que la situación económica del hogar se ha mantenido igual aumentó de 46.8% a 47.3%. El porcentaje de respuesta de “peor” bajó de 38.0% a 37.9% en un mes, mientras que los que respondieron “mucho peor” pasó de 0.5% a 0.3% en el mismo periodo.

Aún con la disminución de las respuestas de mucho mejor y mejor el primer subíndice del ICCJ se mantuvo en marzo con relación al mes previo.

### 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?



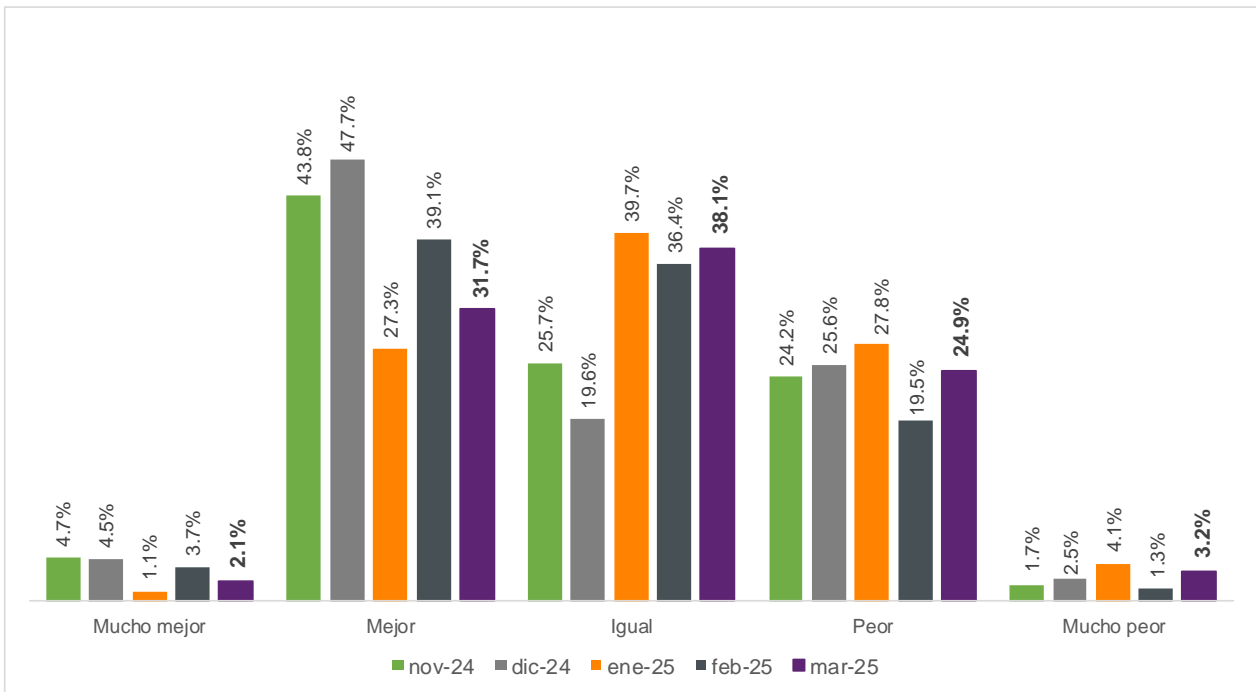
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

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 3.7% en febrero a 2.1% en marzo, mientras que los que mencionaron “mejor” el porcentaje bajó de 39.1% a 31.7%. El porcentaje de encuestados que menciona que la situación económica de su hogar seguirá igual subió de 36.4% a 38.1% en los mismos meses.

El porcentaje de los que consideran que la economía del hogar estará peor dentro de un año pasó de 19.5% a 24.9% de febrero a marzo. Finalmente, la respuesta “mucho peor” aumentó de 1.3% a 3.2% en el mismo periodo. La disminución en las respuestas de “mejor” ocasionó que el segundo subíndice del ICCJ se redujera en marzo con respecto al mes anterior.

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



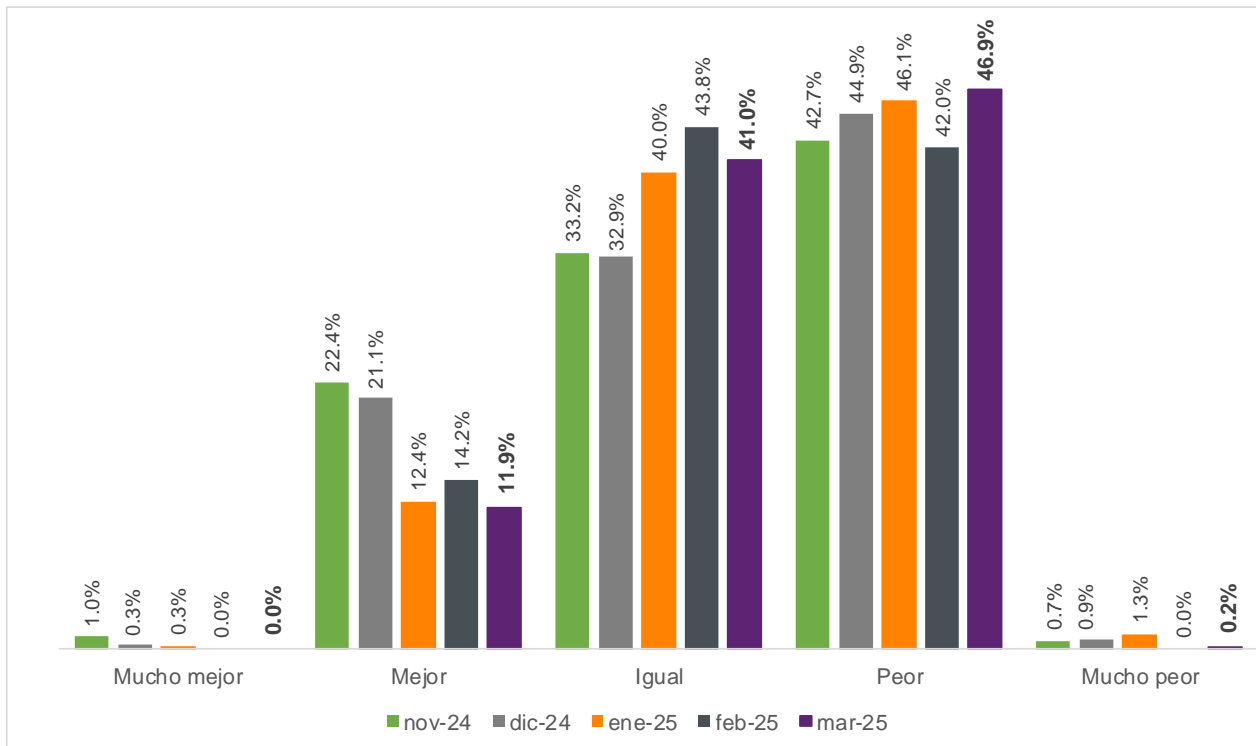
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

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, se mantuvo en 0% de febrero a marzo. Los hogares que refirieron que la economía de la entidad está mejor bajó al pasar de 14.2% a 11.9% en los mismos meses. El porcentaje de hogares que menciona que la situación económica está igual que hace un año pasó de 43.8% a 41.0% en el mismo periodo.

El porcentaje de los hogares que consideran que la economía de Jalisco está peor que hace un año aumentó al pasar de 42.0% a 46.9% de febrero a marzo. Por otro lado, el porcentaje de hogares que refieren que la situación económica de la entidad está mucho peor que hace un año pasó de 0% en febrero a 0.2% en marzo.

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



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

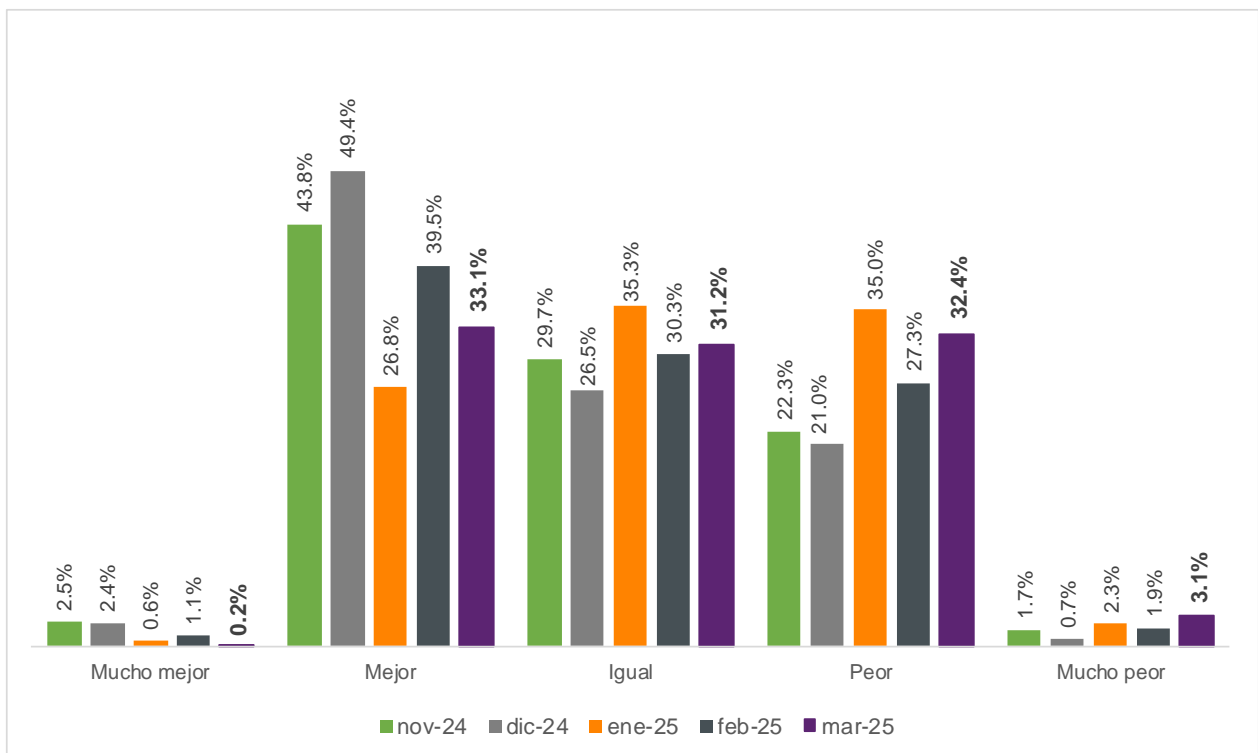
Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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 0.2% de los hogares reportan que será mucho mejor en un año, porcentaje menor al de febrero. El porcentaje de los que consideran que será mejor disminuyó de 39.5% a 33.1% en el mismo periodo. El porcentaje de hogares que menciona que la situación económica estará igual pasó de 30.3% a 31.2%.

El porcentaje de hogares que consideran que la economía de la entidad estará peor dentro de un año aumentó de 27.3% en febrero a 32.4% en marzo. Finalmente, los hogares que consideran que la economía de Jalisco será mucho peor subió de 1.9% a 3.1% en el mismo periodo.

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

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



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

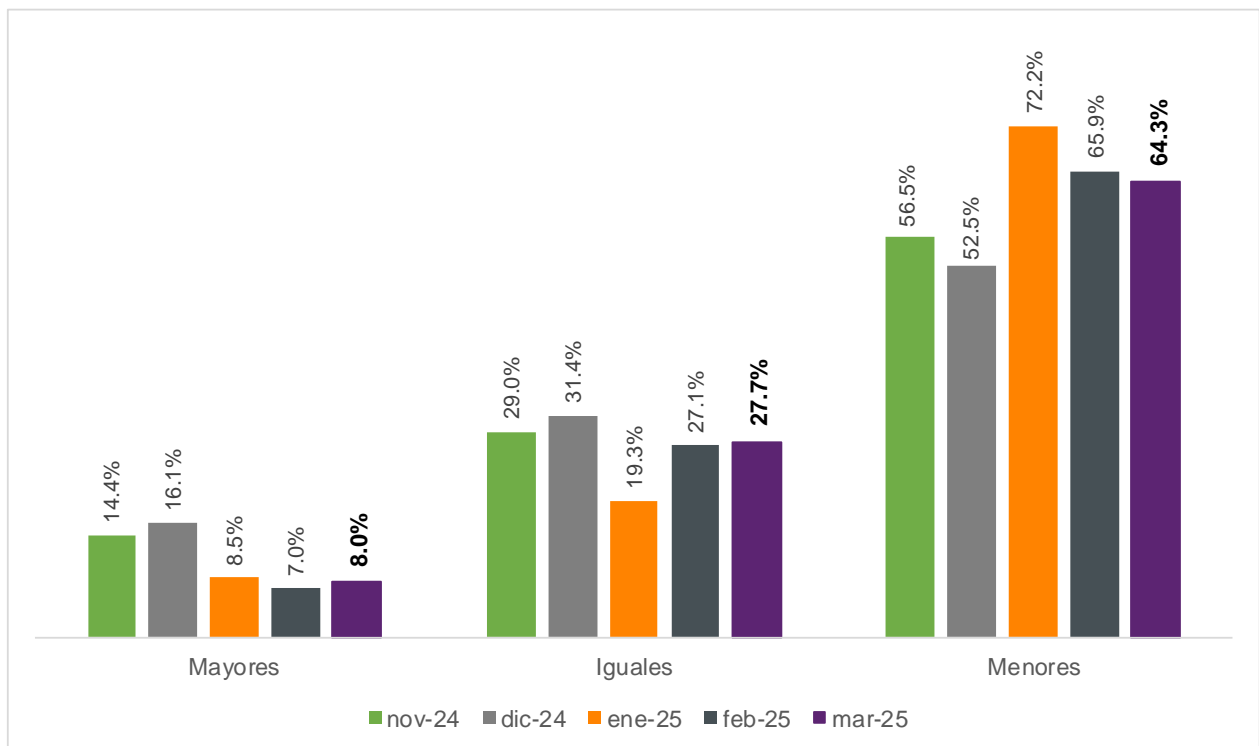
Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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 subió de 7.0% a 8.0% de febrero a marzo. La respuesta de “iguales posibilidades” pasó de 27.1% a 27.7% en los mismos meses. Finalmente, el porcentaje de personas que considera que existen menores posibilidades de compra de bienes duraderos disminuyó de 65.9% a 64.3% en el mismo periodo.

El aumento del porcentaje de los hogares con mayores posibilidades de compra ocasionó que el quinto subíndice que compone el ICCJ fuera el único en presentar un incremento 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.?**



Elaboración del 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 2025**

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?

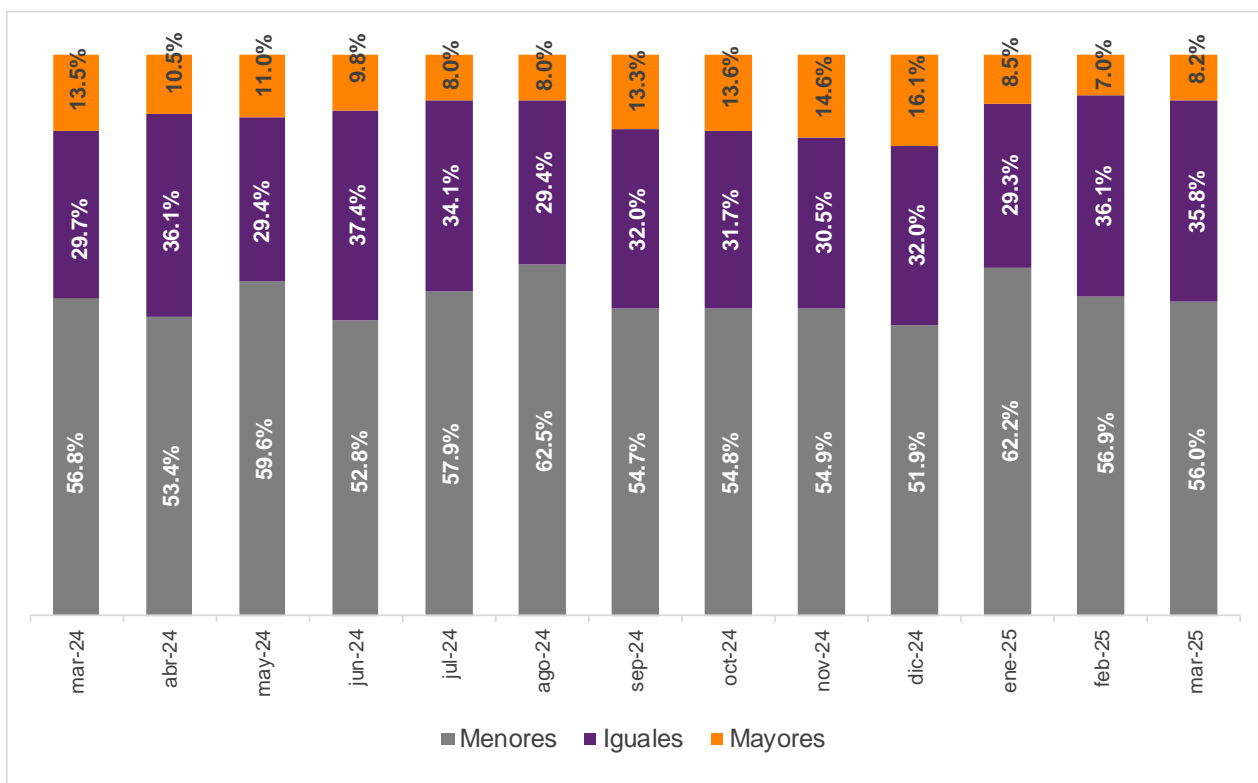
Cabe señalar que estas preguntas también se hicieron en 2021, 2022, 2023 y 2024 por lo que se hace comparaciones con los años anteriores.

A continuación, se presentan los resultados de estas preguntas.

En marzo de 2025, el porcentaje de hogares que contestaron que tenían mayores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios en comparación a hace un año fue de 8.2%, mientras que en el mes anterior fue de 7.0%.

Sobre iguales oportunidades de hacer este tipo de compras comparado con hace un año, el porcentaje pasó de 36.1% a 35.8% de febrero a marzo. Finalmente, el porcentaje de hogares que mencionaron tener menores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios disminuyó marginalmente al pasar de 56.9% a 56.0% 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?**

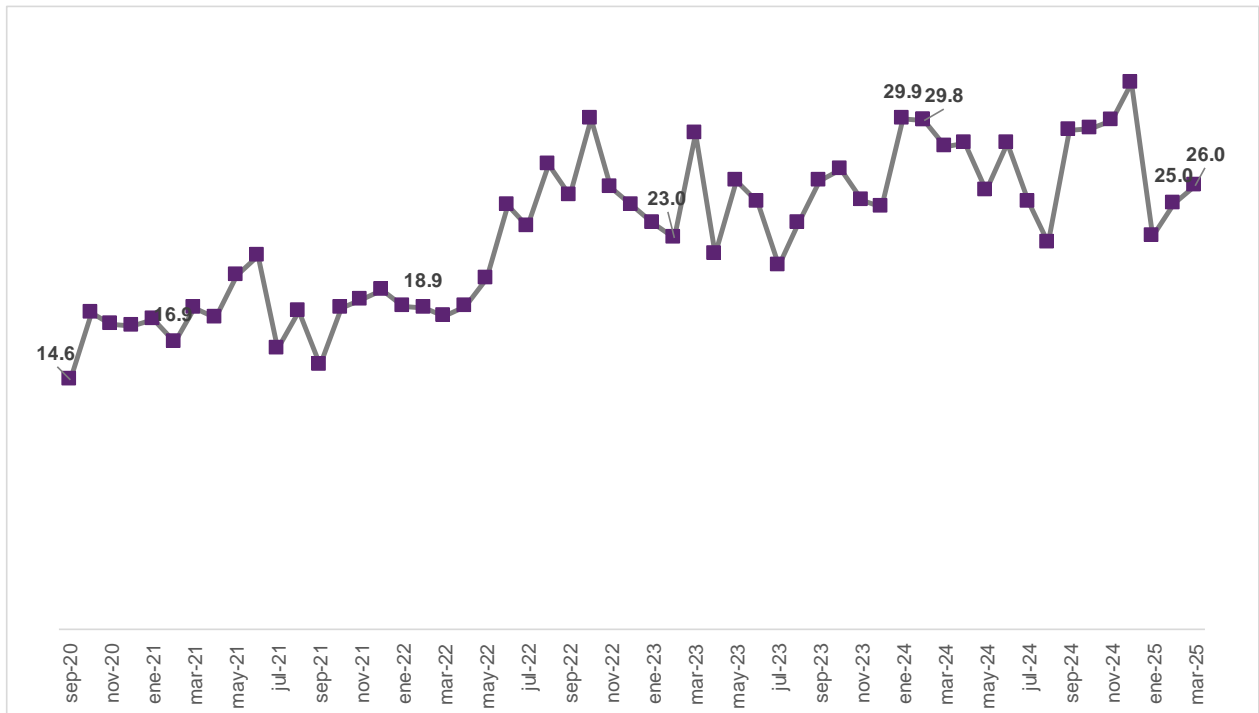


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

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 respecto al mes previo; pasó de 25.0 a 26.0 puntos de febrero a marzo, esto es una variación mensual de 1.0 puntos o de 4.0%, mientras que la variación anual fue de -2.3 puntos o de -8.2%.

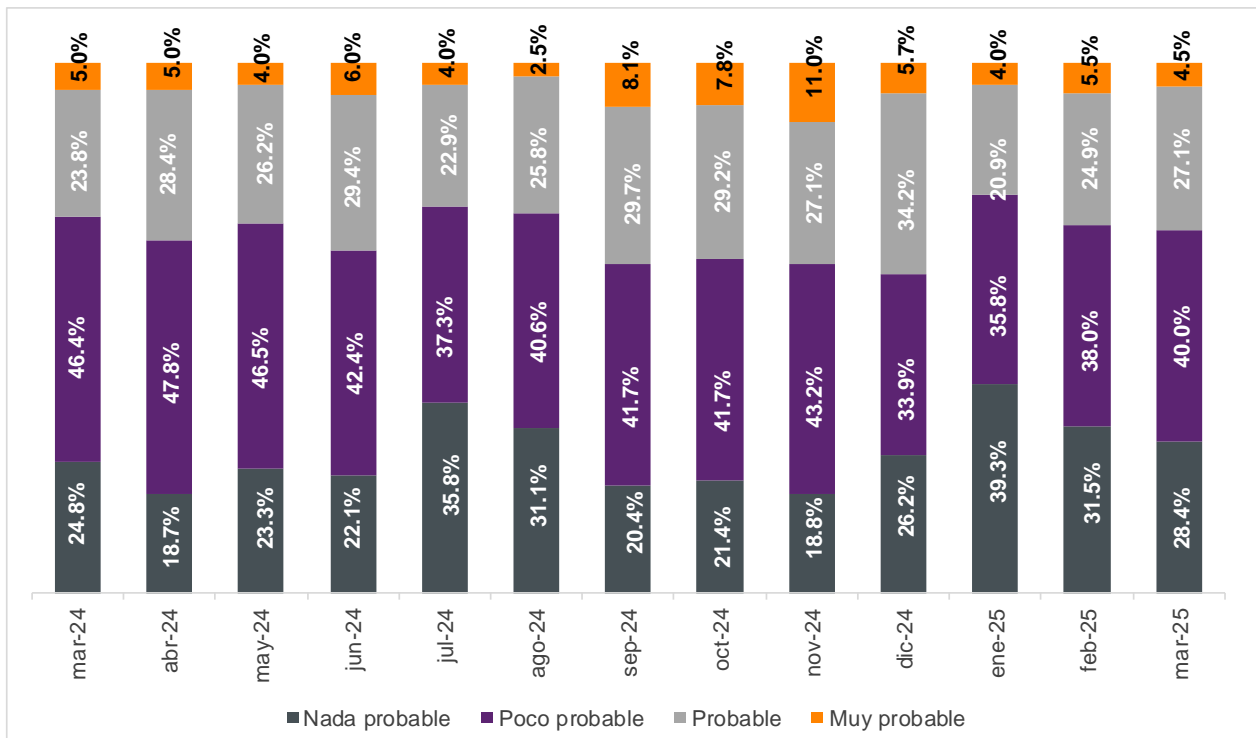
**Índice de las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios, septiembre de 2020 – marzo de 2025**



Elaboración del 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 disminuyó de 5.5% en febrero a 4.5% en marzo. Los que consideran que es probable, su porcentaje pasó de 24.9% a 27.1% en los mismos meses. El porcentaje que mencionó que es poco probable aumentó de 38.0% a 40.0%, mientras que los que mencionaron que era nada probable bajó de 31.5% a 28.4%.

**¿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?**

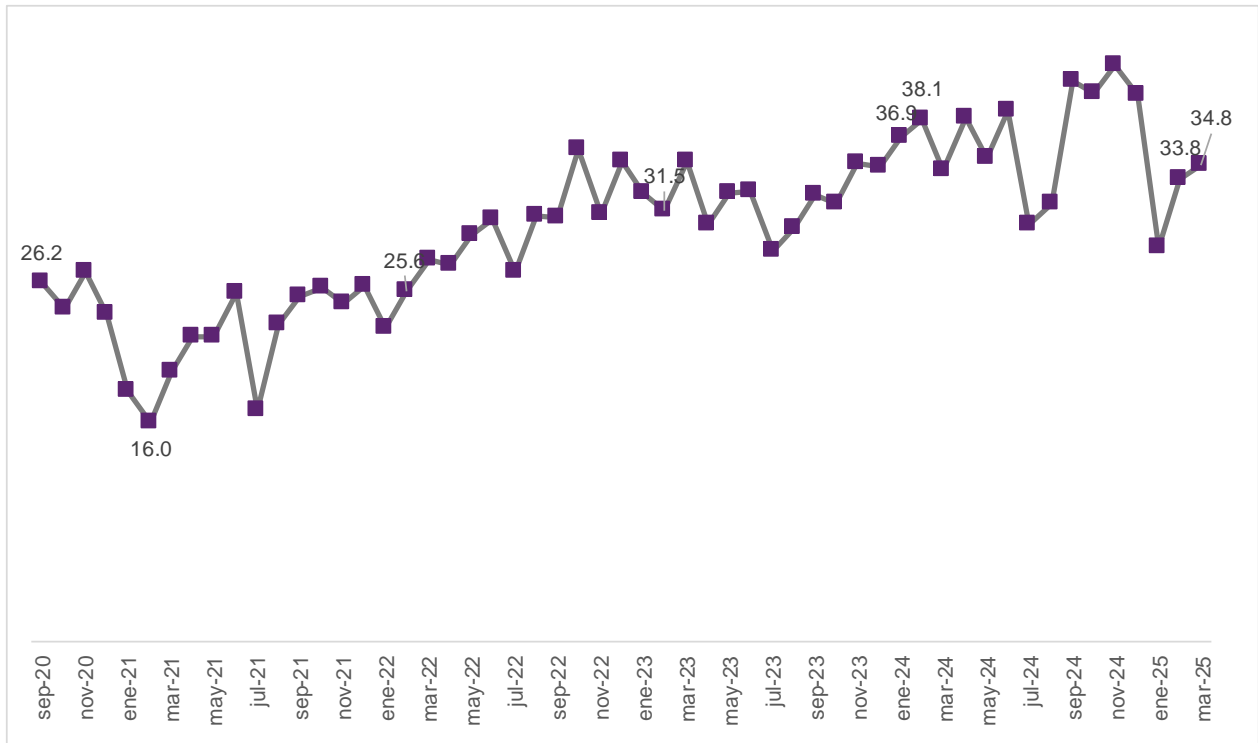


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

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 este mes, pasó de 33.8 a 34.8 puntos de febrero a marzo, esto es una variación mensual de 1.0 punto o de 3.0%, mientras que la variación anual fue de 0.4 puntos o de 1.1%.

### Índice de las posibilidades económicas de salir de vacaciones, septiembre de 2020 – marzo de 2025



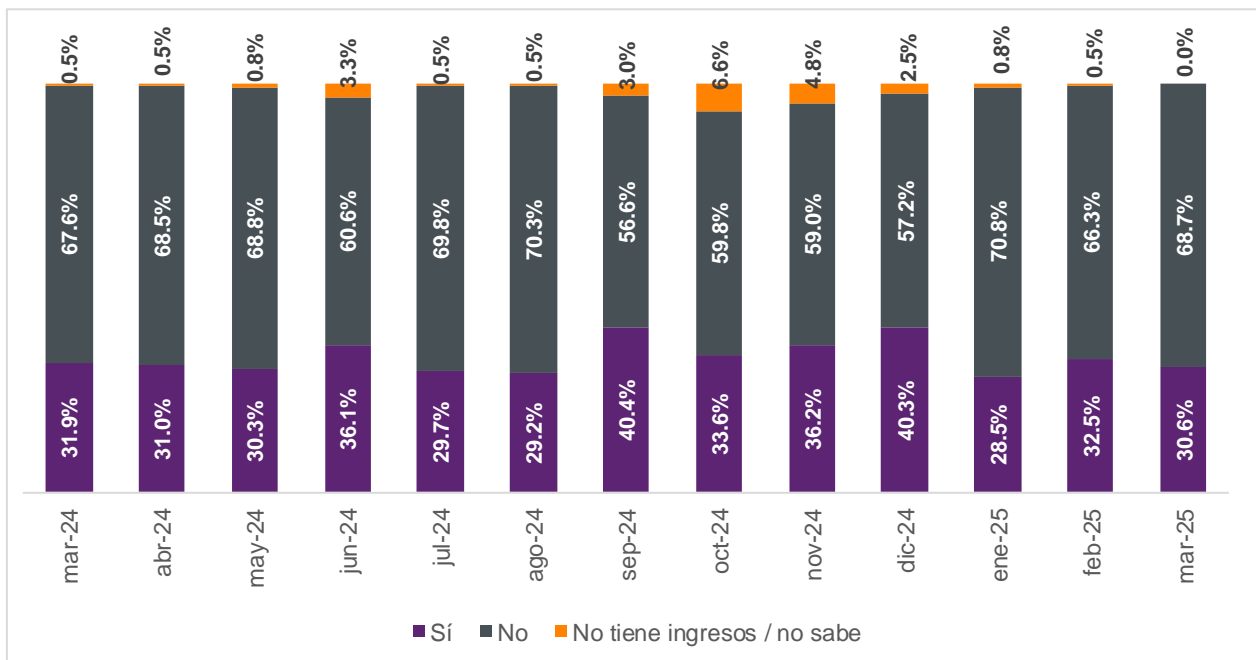
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: Los cálculos de las variaciones se realizan con todos los decimales, aunque en la gráfica se redondea a un decimal.

Sobre las posibilidades de ahorrar, el porcentaje de hogares que mencionaron que sí tienen posibilidades pasó de 32.5% en febrero a 30.6% en marzo. En este mes aumentó el porcentaje de hogares que mencionaron que no tienen posibilidades de ahorrar, de 66.3% a 68.7%, con relación al mes anterior.

Con respecto al mismo mes del año anterior, disminuyó el porcentaje de hogares con posibilidades de ahorrar de 31.9% a 30.6%.

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

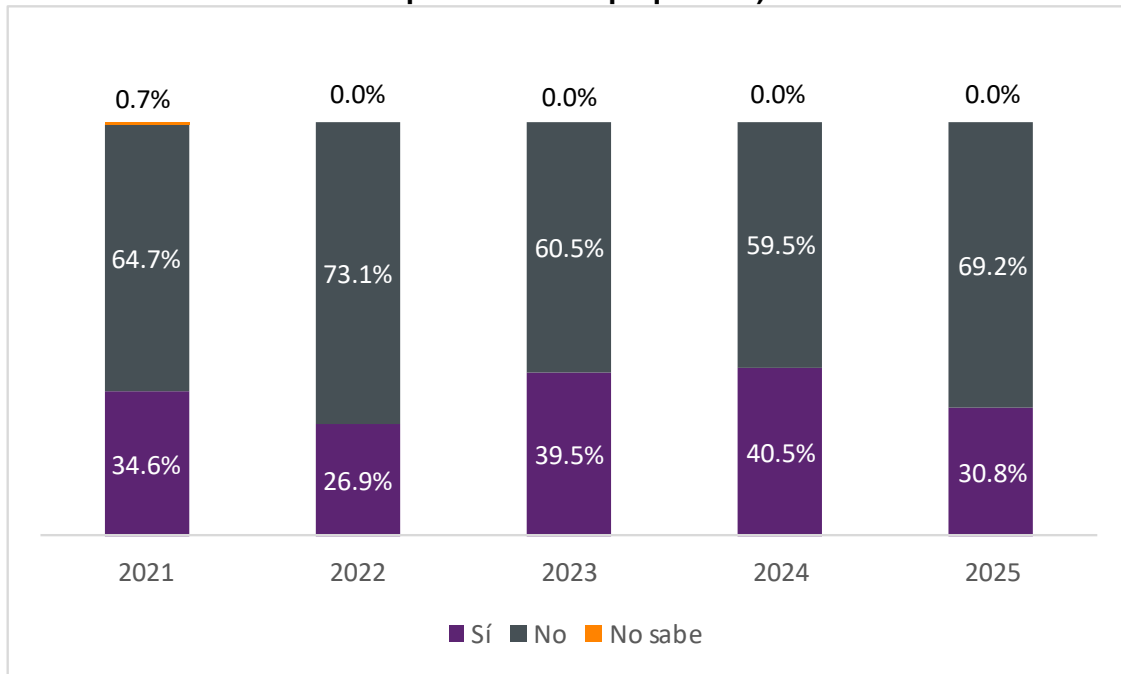


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

### 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 2025 fue de 30.8%, porcentaje menor al reportado el año anterior de 40.5%. En 2021 fue de 34.6%, en 2022 de 26.9% y en 2023 de 39.5%.

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



Elaboración del 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 negocio suelen hacer pedidos principalmente. Del total de hogares encuestados, disminuyó el porcentaje de hogares que mencionó que hace pedidos principalmente a restaurantes, de 17.9% en 2024 a 10.5% en 2025. El comercio electrónico se mantuvo cómo el más alto en 2024 y 2025.

El porcentaje de hogares que suele hacer pedidos al supermercado aumentó de manera marginal respecto al mismo mes del año pasado.

**¿Cuál es el tipo de negocio al que suele hacer más pedidos?**

|   | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>2025</b> |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Restaurantes                              | 22.6%       | 14.5%       | 16.6%       | 17.9%       | 11.2%       |
| Comercio electrónico                      | 8.5%        | 4.0%        | 13.8%       | 18.8%       | 14.2%       |
| Supermercado                              | 8.0%        | 3.3%        | 5.0%        | 1.7%        | 3.0%        |
| Farmacia                                  | 6.7%        | 3.2%        | 2.8%        | 1.0%        | 1.8%        |
| Otros (tiendas de ropa, carnicería, etc.) | 1.5%        | 2.0%        | 1.3%        | 1.2%        | 0.6%        |
| Total que han hecho pedidos               | 34.6%       | 26.9%       | 39.5%       | 40.5%       | 30.8%       |
| Total que no han hecho pedidos            | 65.4%       | 73.1%       | 60.5%       | 59.5%       | 69.2%       |

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

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



Del total de los hogares encuestados, el 1.5% hace pedidos a domicilio varias veces a la semana, porcentaje que disminuyó respecto a 2024. El porcentaje de hogares que lo hace una vez a la semana paso de 13.5% a 8.5% en 2025, mientras que quienes lo hacen una vez al mes disminuyó de 15.4% a 13.8% en el mismo periodo.

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

| <b>Frecuencia</b>        | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>2025</b> |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Varias veces por semana  | 2.3%        | 2.3%        | 3.3%        | 3.3%        | 1.5%        |
| Una vez a la semana      | 13.6%       | 9.3%        | 11.0%       | 13.5%       | 8.5%        |
| Una vez al mes           | 12.8%       | 11.6%       | 17.3%       | 15.4%       | 13.8%       |
| Cada tres meses          | 4.0%        | 2.8%        | 6.0%        | 5.5%        | 5.0%        |
| Cada seis meses          | 1.2%        | 0.5%        | 0.8%        | 1.8%        | 1.2%        |
| Una vez al año           | 0.2%        | 0.3%        | 0.8%        | 0.2%        | 0.2%        |
| No sé                    | 0.5%        | 0.0%        | 0.3%        | 0.8%        | 0.5%        |
| No hacen pedidos         | 64.7%       | 73.1%       | 60.5%       | 59.5%       | 69.2%       |
| No sabe si hacen pedidos | 0.7%        | 0.0%        | 0.0%        | 0.0%        | 0.0%        |

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

En 2023, el 16.6% del total de los hogares encuestados mencionaron que hacen pedidos a domicilio principalmente a restaurantes. De éstos, el porcentaje de hogares que gasta más de \$200 por pedido aumentó con relación al año anterior, de 50.6% a 67.0%.

Para 2024, aumentó el porcentaje de hogares que hacen pedido a restaurantes principalmente, de 16.6% en 2023 a 17.9% este año. Sin embargo, comparado con el año anterior, disminuyó a 64.8% el porcentaje de hogares que gasta más de \$200.

En 2025, el porcentaje de hogares que realizaron pedidos a domicilio aumentó de 17.9% a 20.6% respecto al año pasado. El rango con mayor porcentaje fue el de \$200 a \$300 con 32.3%.

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

|                  | 2023                                   |                              | 2024                                   |                              | 2025                                   |                              |
|------------------|--|------------------------------|--|------------------------------|--|------------------------------|
|                  | % 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   | 3.0%                                   | 0.5%                         | 1.9%                                   | 0.3%                         | 0.8%                                   | 0.2%                         |
| De \$100 a \$200 | 27.0%                                  | 4.5%                         | 29.6%                                  | 5.3%                         | 14.5%                                  | 3.0%                         |
| De \$200 a \$300 | 37.0%                                  | 6.1%                         | 44.4%                                  | 8.0%                         | 32.3%                                  | 6.7%                         |
| De \$300 a \$500 | 25.0%                                  | 4.2%                         | 15.7%                                  | 2.8%                         | 25.0%                                  | 5.2%                         |
| Más de \$500     | 5.0%                                   | 0.8%                         | 4.6%                                   | 0.8%                         | 19.4%                                  | 4.0%                         |
| No sé            | 3.0%                                   | 0.5%                         | 3.7%                                   | 0.7%                         | 8.1%                                   | 1.7%                         |
| <b>Total</b>     | <b>100.0%</b>                          | <b>16.6%</b>                 | <b>100.0%</b>                          | <b>17.9%</b>                 | <b>100%</b>                            | <b>20.6%</b>                 |

Elaboración del 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 2025, se tiene que el 72.9% de los hogares encuestados se ubican en los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara, el 6.7% en Puerto Vallarta y el 2.2% en Zapotlán el Grande. 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 2025

|                       | Hogares    | Distribución % |
|-----------------------|------------|----------------|
| <b>Total</b>          | <b>601</b> | <b>100.0%</b>  |
| ZMG                   | 438        | 72.9%          |
| Puerto Vallarta       | 40         | 6.7%           |
| Zapotlán el Grande    | 13         | 2.2%           |
| San Juan de los Lagos | 10         | 1.7%           |
| Tepatitlán de Morelos | 10         | 1.7%           |
| Ocotlán               | 8          | 1.3%           |
| Resto (41 municipios) | 86         | 14.3%          |

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

### Muestra

La ETCOJ se levantó por teléfono una muestra aleatoria simple efectiva de 601 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).

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 de 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 2025 se incluyeron preguntas relacionadas con pedidos a domicilio y frecuencia de los pedidos.

### **Periodo de levantamiento**

La encuesta se levantó del 5 al 26 de marzo de 2025.

## 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             | Muy probable  | 1.00  |
| Iguales             | Probable  | 0.75  |
| Menores             | Poco probable                                       | 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 2025

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
  - No sabe
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. ¿Cuál es el tipo de negocio al que suele hacer más 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



**IIEG**

Instituto de Información  
Estadística y Geográfica  
de Jalisco



Calzada de los Pirules #71, Col. Ciudad Granja,  
Zapopan, Jalisco. C.P. 45010  
33 3777 1770 | [contacto@iieg.gob.mx](mailto:contacto@iieg.gob.mx)  
[iieg.gob.mx](http://iieg.gob.mx)