



**IIEG**

Instituto de Información  
Estadística y Geográfica  
de Jalisco



## **Indicador de confianza del consumidor Jalisciense**

**NOVIEMBRE 2025**

Fecha de publicación 05 de Diciembre del 2025



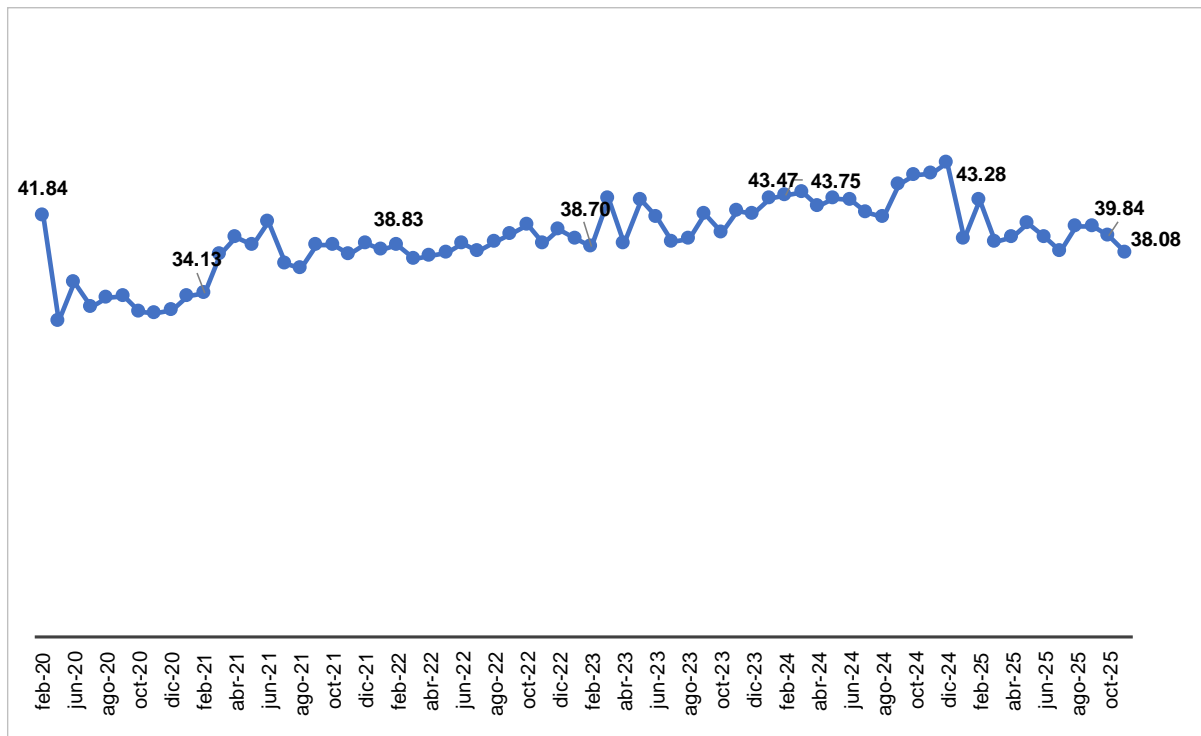


## Resultados de la Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ) de noviembre de 2025

El Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG) presenta el Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense (ICCJ) de noviembre de 2025. La información se obtuvo mediante una encuesta telefónica con un muestreo aleatorio simple a 402 hogares de la entidad del 6 al 28 de noviembre. La nota metodológica se encuentra al final de este documento.

El nivel del ICCJ de noviembre de 2025 fue de 38.08 puntos, lo que implica una variación mensual de -1.76 puntos o de -4.42% y una variación anual de -7.86 puntos o de -17.11%. Con respecto a febrero de 2020 la referencia prepandemia, se tiene una variación de -3.76 puntos o de -8.98%.

### Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense, febrero-2020 a noviembre-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 1 aumentó en noviembre 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 pasó de 42.12 puntos en octubre a 41.32 puntos en noviembre, es decir, una variación mensual de -1.90% o de -0.80 puntos, y una variación anual de -4.88% o de -2.12 puntos.

En el segundo subíndice, los hogares reportan su expectativa económica dentro de doce meses comparada con la que presentan en este momento, dicho indicador en este mes se ubicó en 48.22 puntos. Respecto a octubre, se registró una variación mensual de -6.68% o de -3.45 puntos, por el contrario, la variación anual fue de -14.43% o de -2.12 puntos.

En el tercer subíndice, los hogares comparan su percepción de la situación actual de Jalisco comparada con la de hace 12 meses; respecto a octubre se registró una variación mensual de -7.01% o de -2.95 puntos, y una variación anual de -13.19% o de -5.95 puntos.

En el cuarto subíndice, los hogares reportan su expectativa de la situación económica de Jalisco a futuro; respecto a octubre se registró una variación mensual de -3.71% o de -1.77, la variación anual fue de -17.58% o de -9.81 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 al mes anterior registró una variación de 1.03% o de 0.16 puntos, y una variación anual de -45.80% o de -13.28 puntos.

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

Concepto	2020	2024	2025		Variación mensual		Variación anual	
	Febrero	noviembre	octubre	noviembre	%	Puntos	%	Puntos
<b>Indicador de Confianza del Consumidor Jalisciense</b>	<b>41.84</b>	<b>45.94</b>	<b>39.84</b>	<b>38.08</b>	<b>-4.42%</b>	<b>-1.76</b>	<b>-17.11%</b>	<b>-7.86</b>
- Situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que se tenía hace 12 meses	40.56	43.44	42.12	41.32	-1.90%	-0.80	-4.88%	-2.12
- Situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual	48.21	56.35	51.67	48.22	-6.68%	-3.45	-14.43%	-8.13
- Situación económica de Jalisco hoy en día, comparada con la de hace 12 meses	40.81	45.10	42.10	39.15	-7.01%	-2.95	-13.19%	-5.95
- Situación económica de Jalisco esperada dentro de 12 meses, respecto a la actual	52.16	55.81	47.77	46.00	-3.71%	-1.77	-17.58%	-9.81
- 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	28.99	15.55	15.71	1.03%	0.16	-45.80%	-13.28

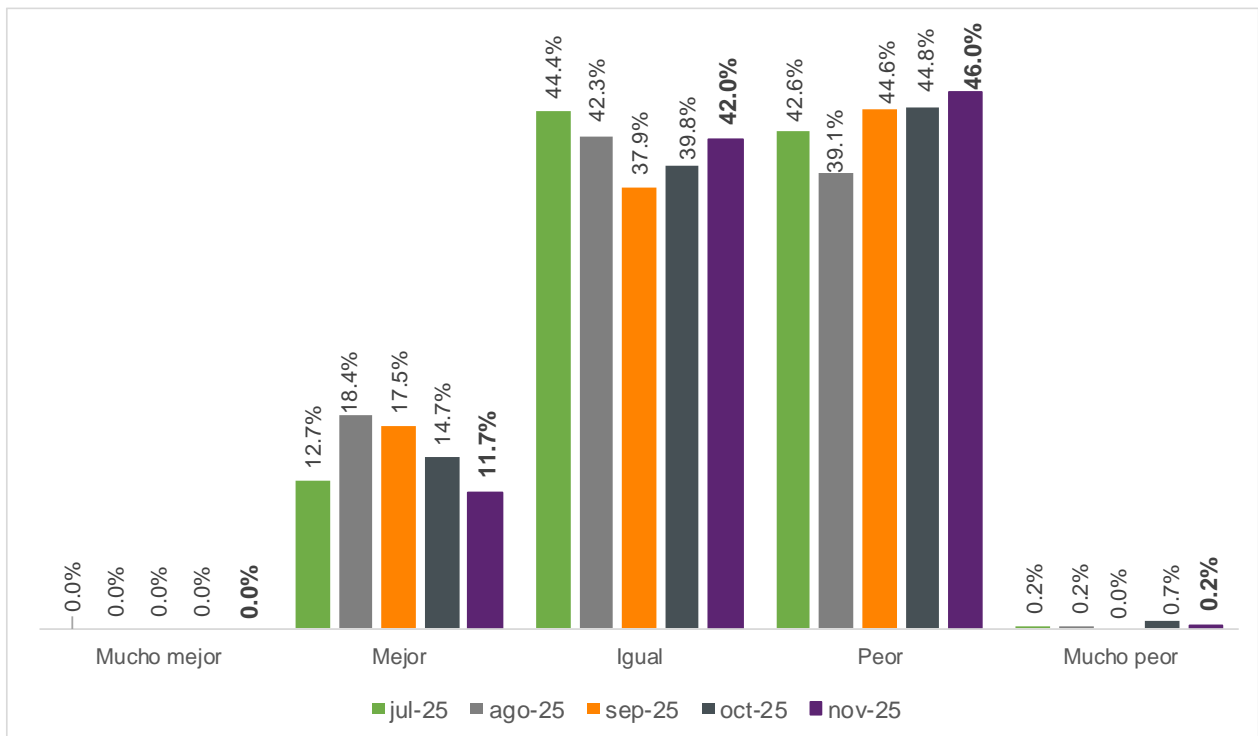
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: Las variaciones están calculadas con todos los decimales, pero solo se presentan a dos decimales.

## 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” se mantuvo en 0.0% de octubre a noviembre, mientras que las que respondieron “mejor” disminuyó de 14.7% a 11.7% en los mismos meses. El porcentaje de personas que mencionaron que la situación económica del hogar se ha mantenido igual subió de 39.8% a 42.0%. El porcentaje de respuesta de “peor” aumentó de 44.8% a 46.0% en un mes, mientras que los que respondieron “mucho peor” pasó de 0.7% a 0.2% en el mismo periodo.

El decremento de las respuestas de “mejor” ocasionó que el primer subíndice del ICCJ bajara en noviembre 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?



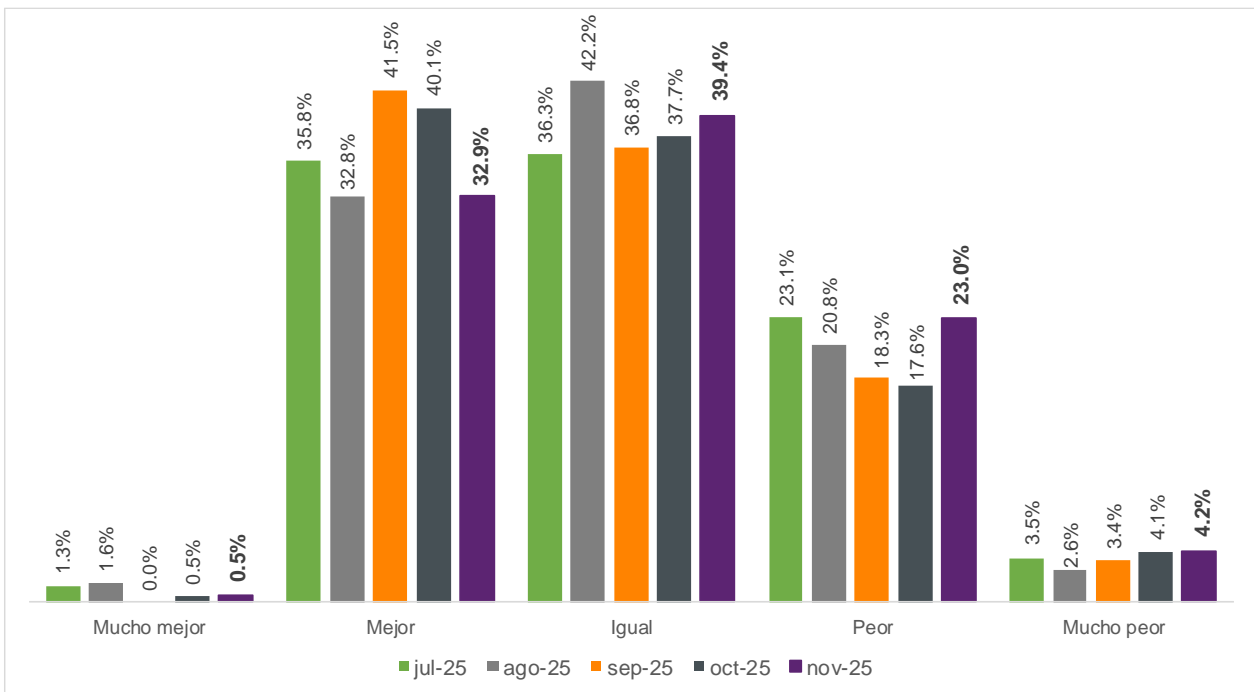
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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” se mantuvo en 0.5% de octubre a noviembre, mientras que los que mencionaron “mejor” el porcentaje disminuyó de 40.1% a 32.9%. El porcentaje de encuestados que menciona que la situación económica de su hogar seguirá igual aumentó de 37.7% a 39.4% en los mismos meses.

El porcentaje de los que consideran que la economía del hogar estará peor dentro de un año pasó de 17.6% a 23.0% de octubre a noviembre.

Finalmente, la respuesta “mucho peor” pasó de 4.1% a 4.2% en el mismo periodo. Al disminuir las respuestas de “mejor”, y aumentar las respuestas de “peor” ocasionó que el subíndice relacionado con esta pregunta disminuyera.

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

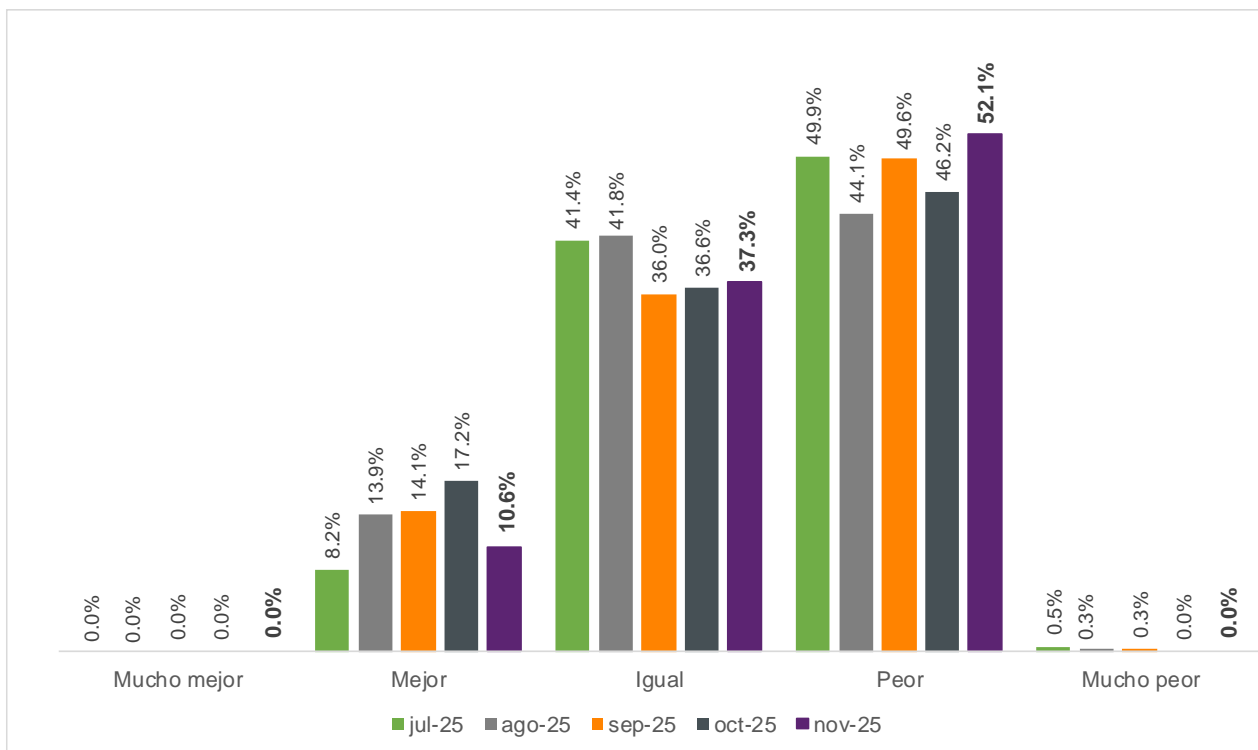


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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 0.0% de octubre a noviembre. Los hogares que refirieron que la economía de la entidad está mejor disminuyó al pasar de 17.2% a 10.6% en los mismos meses. El porcentaje de hogares que menciona que la situación económica está igual que hace un año pasó de 36.6% a 37.3% en el mismo periodo.

El porcentaje de los hogares que consideran que la economía de Jalisco está peor que hace un año pasó de 46.2% a 52.1% de octubre a noviembre. Por otro lado, el porcentaje de hogares que refieren que la situación económica de la entidad está mucho peor que hace un año se mantuvo en 0.0% de octubre a noviembre. El incremento en el porcentaje de hogares que respondieron “peor” y la disminución del porcentaje de la respuesta “mejor” ocasionó que el subíndice de la percepción de la situación económica de Jalisco disminuyera en el mes de noviembre.

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



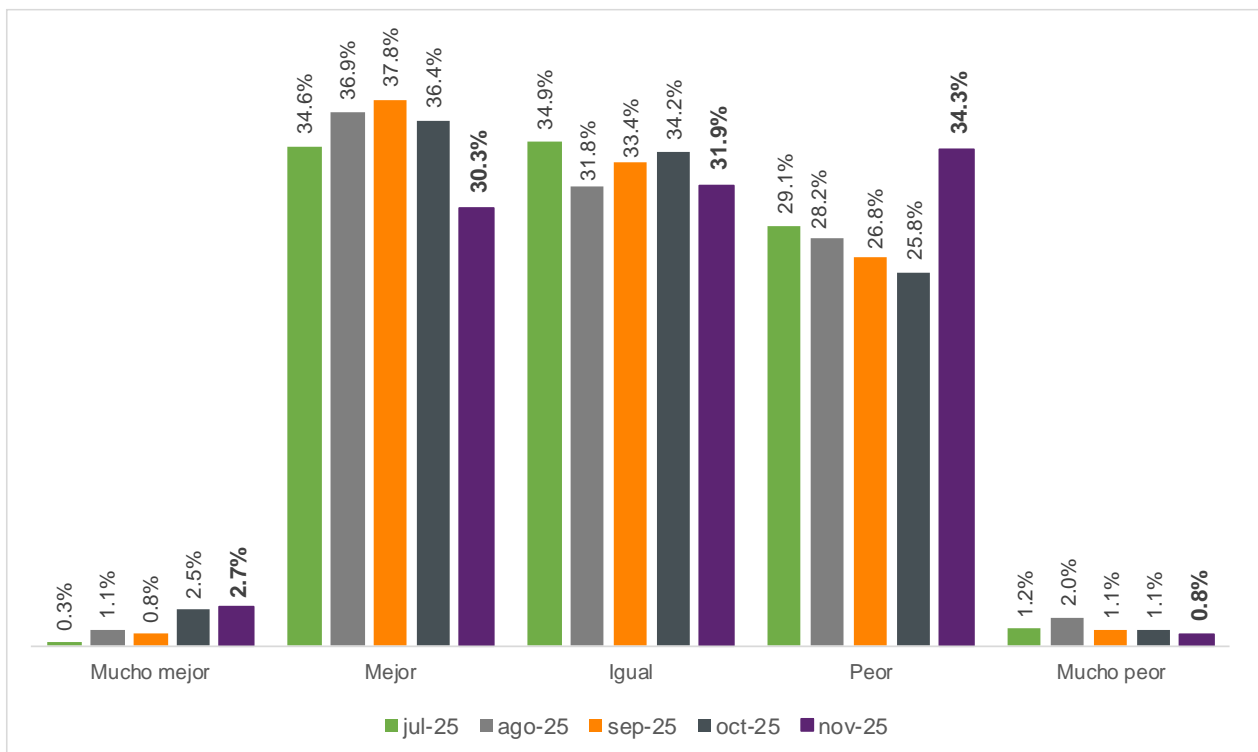
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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 noviembre un 2.7% de los hogares reportan que será mucho mejor en un año, porcentaje mayor al registrado en octubre. El porcentaje de los que consideran que será mejor disminuyó de 36.4% a 30.3% en el mismo periodo. El porcentaje de hogares que menciona que la situación económica estará igual disminuyó de 34.2% a 31.9%.

El porcentaje de hogares que consideran que la economía de la entidad estará peor dentro de un año aumentó de 25.8% en octubre a 34.3% en noviembre. Finalmente, los hogares que consideran que la economía de Jalisco será mucho peor pasó de 1.1% a 0.8% en el mismo periodo.

La disminución en el porcentaje de hogares que tienen una mejor perspectiva de la economía jalisciense, ocasionó que el cuarto subíndice que compone el indicador disminuyera en noviembre.

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



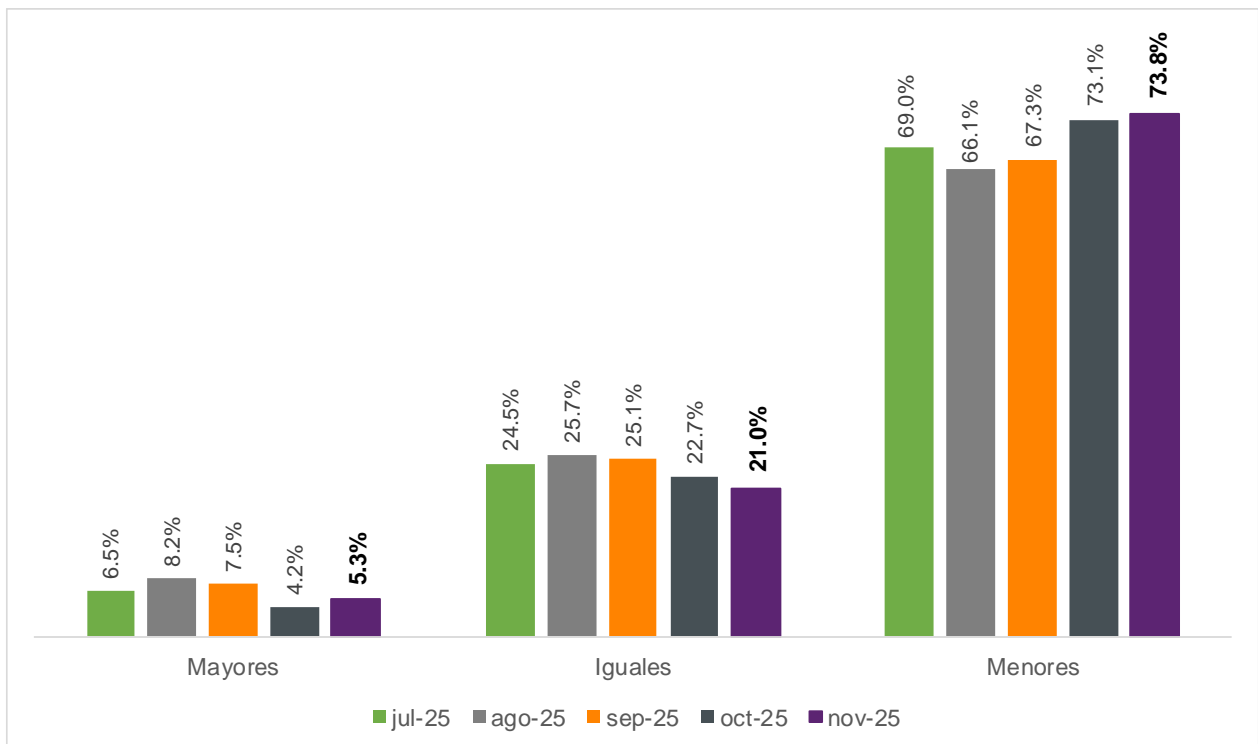
Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorrateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.

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 tuvo un aumento al pasar de 4.2% de octubre a 5.3% en noviembre. La respuesta de “iguales posibilidades” pasó de 22.7% a 21.0% en los mismos meses. Finalmente, el porcentaje de personas que considera que existen menores posibilidades de compra de bienes duraderos tuvo un aumento marginal al pasar de 73.1% a 73.8% 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 aumentara en noviembre 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 noviembre de 2025

Durante el levantamiento de la ETCOJ de noviembre, 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 la participación de los hogares en el Buen Fin 2025. Las preguntas fueron:

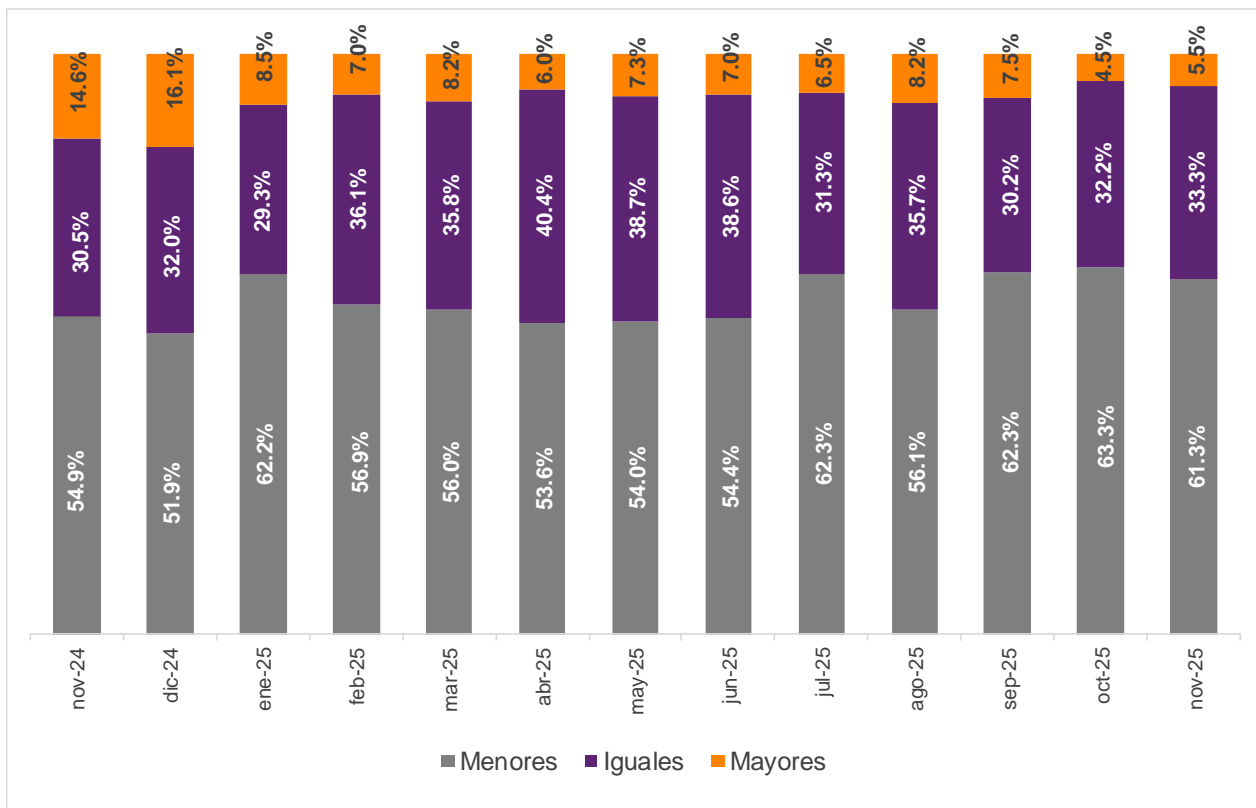
- Comparando la situación económica de hace un año, ¿Cómo considera en este momento las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios?
- ¿Qué tan probable considera que durante los próximos doce meses usted o alguno de los integrantes de este hogar tendrán posibilidades económicas para salir de vacaciones?
- ¿Actualmente usted tiene posibilidades de ahorrar una parte de sus ingresos?
- ¿Hizo compras (o ha pensado comprar) para aprovechar las ofertas del Buen Fin este año?
- ¿Cuál es la principal razón por la que no lo hizo (o no lo piensa hacer)?
- ¿Compró (o piensa comprar) en línea, en tienda o ambas?
- ¿Qué tipo de productos compró (o piensa comprar) este año para aprovechar las ofertas del Buen Fin?
- Aproximadamente, ¿cuánto gastó (o piensa gastar) durante el Buen Fin?

Es importante destacar que esta es la continuación de las preguntas referentes al Buen Fin, por lo tanto, se harán comparaciones con los resultados de las ediciones anteriores. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

En noviembre 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 5.5%, porcentaje mayor al del mes anterior.

Sobre la respuesta, “iguales oportunidades” de hacer este tipo de compras comparado con hace un año, el porcentaje pasó de 32.2% a 33.3% de octubre a noviembre. Finalmente, el porcentaje de hogares que mencionaron tener menores posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios disminuyó al pasar de 63.3% a 61.3% 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?**

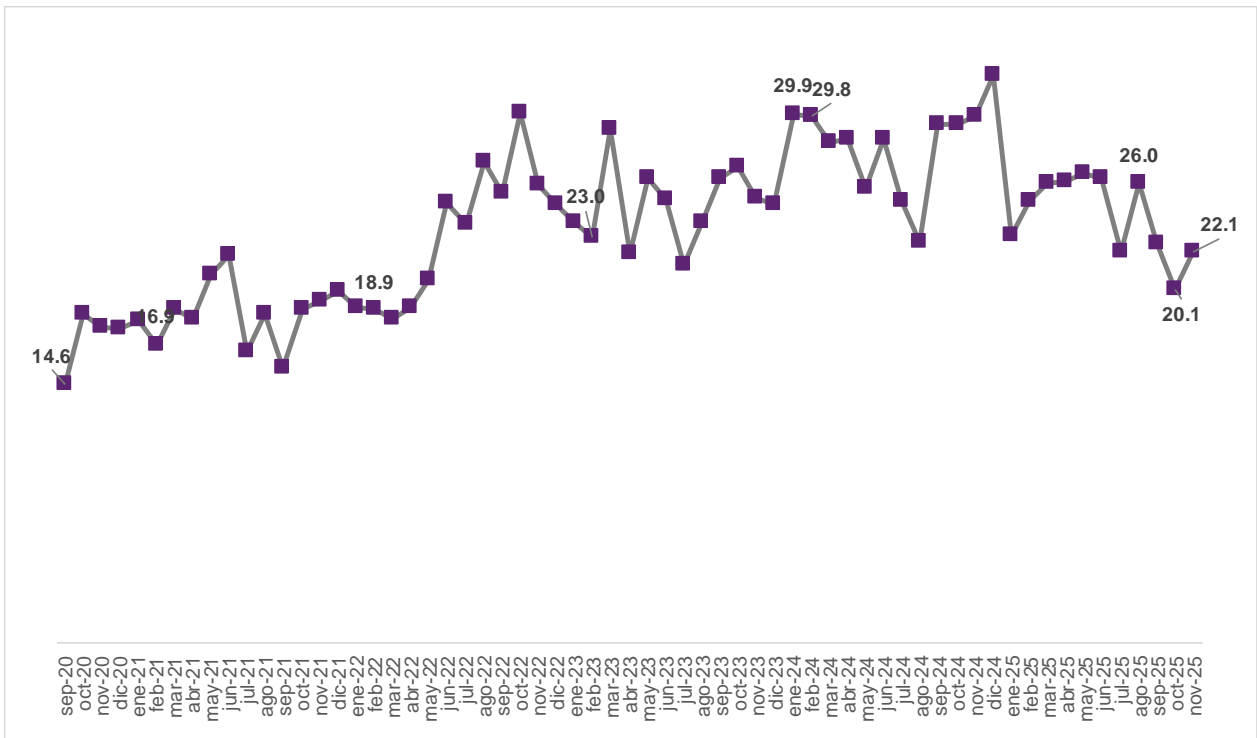


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta “No sabe” se prorateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.



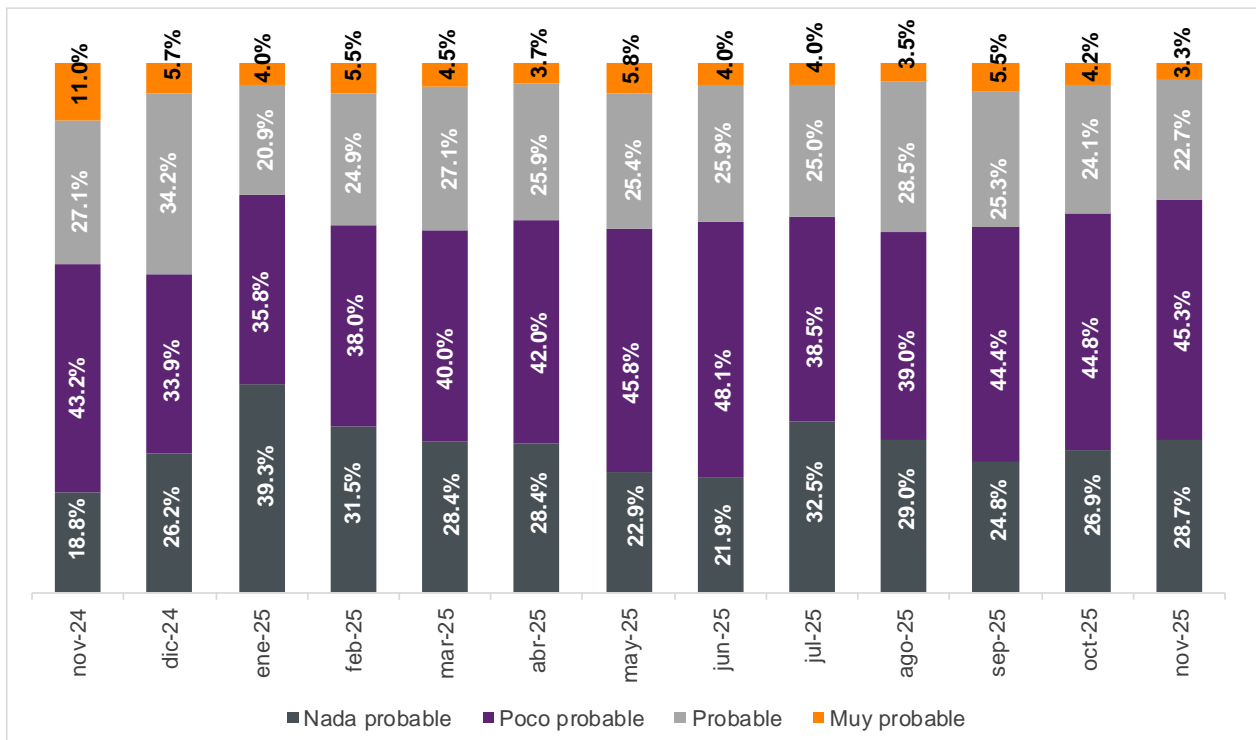
El índice calculado de las posibilidades de comprar ropa, zapatos y accesorios aumentó en noviembre respecto al mes previo; pasó de 20.1 a 22.1 puntos de octubre a noviembre, esto es una variación mensual de 2.1 puntos o de 10.2%, mientras que la variación anual fue de -7.7 puntos o de -25.9%.

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



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 4.2% a 3.3% de octubre a noviembre. Los que consideran que es probable, su porcentaje pasó de 24.1% a 22.7% en los mismos meses. El porcentaje que mencionó que es poco probable fue de 44.8% en el mes anterior y en este mes fue de 45.3%, mientras que los que mencionaron que era nada probable pasó de 26.9% a 28.7%.

**¿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?**

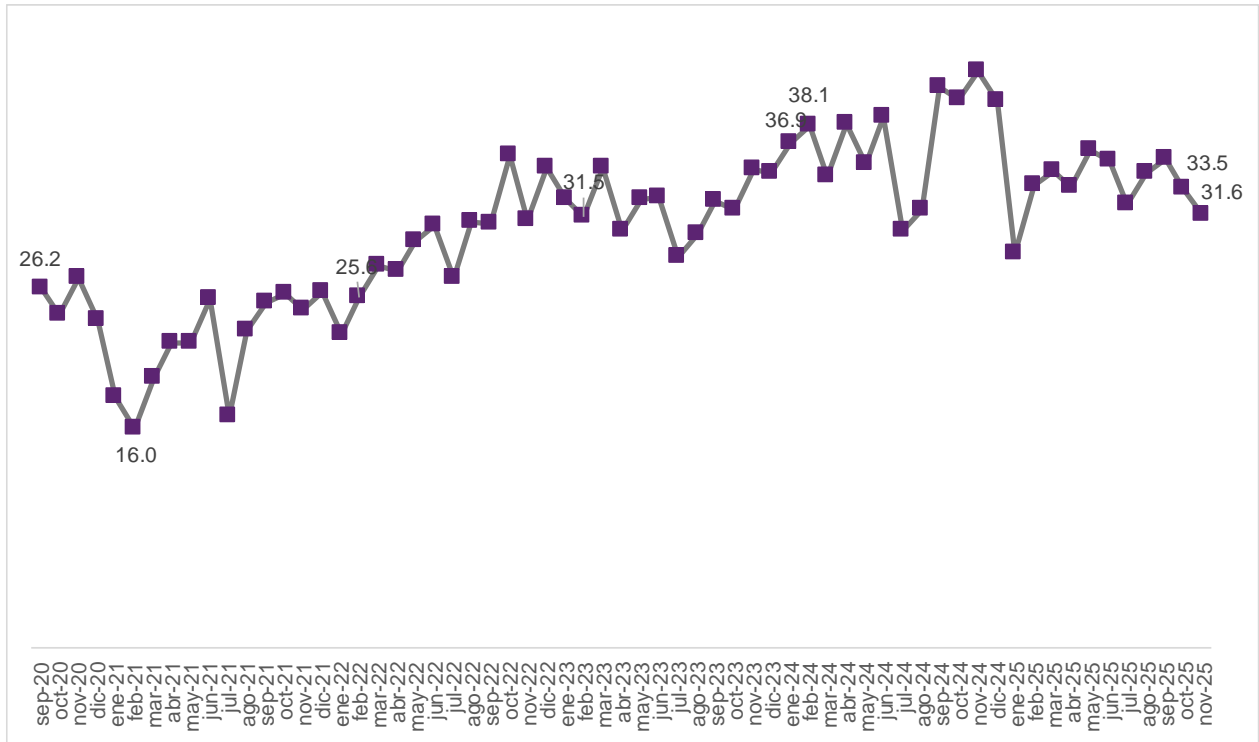


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: La respuesta "No sabe" se prorateó en el resto de las categorías de respuesta. Véase la nota metodológica al final del documento.



El índice calculado de las posibilidades económicas de salir de vacaciones disminuyó este mes, pasó de 33.5 a 31.6 puntos de octubre a noviembre, esto representa una variación mensual de -1.9 puntos o de -5.7%, mientras que la variación anual fue de -10.5 puntos o de -24.9%.

### Índice de las posibilidades económicas de salir de vacaciones, octubre de 2020 – noviembre de 2025

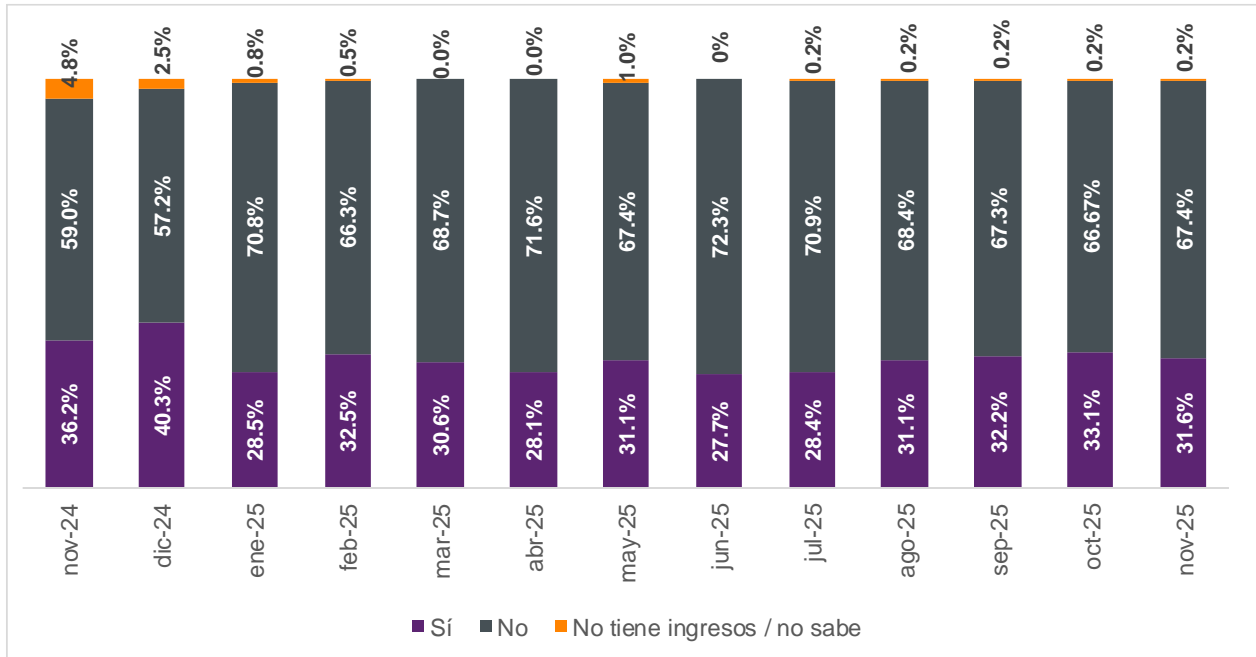


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ). Nota: Los cálculos de las variaciones se realizan con todos los decimales, aunque en la gráfica se redondea a un decimal.

Sobre las posibilidades de ahorrar, el porcentaje de hogares que mencionaron que sí tienen posibilidades disminuyó de 33.1% en octubre a 31.6% en noviembre. En ese mes aumentó el porcentaje de hogares que mencionaron que no tienen posibilidades de ahorrar, de 66.6% a 67.4%, con relación al mes anterior.

Con respecto al mismo mes del año anterior, disminuyó el porcentaje de hogares con posibilidades de ahorrar de 36.2% a 31.6%.

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

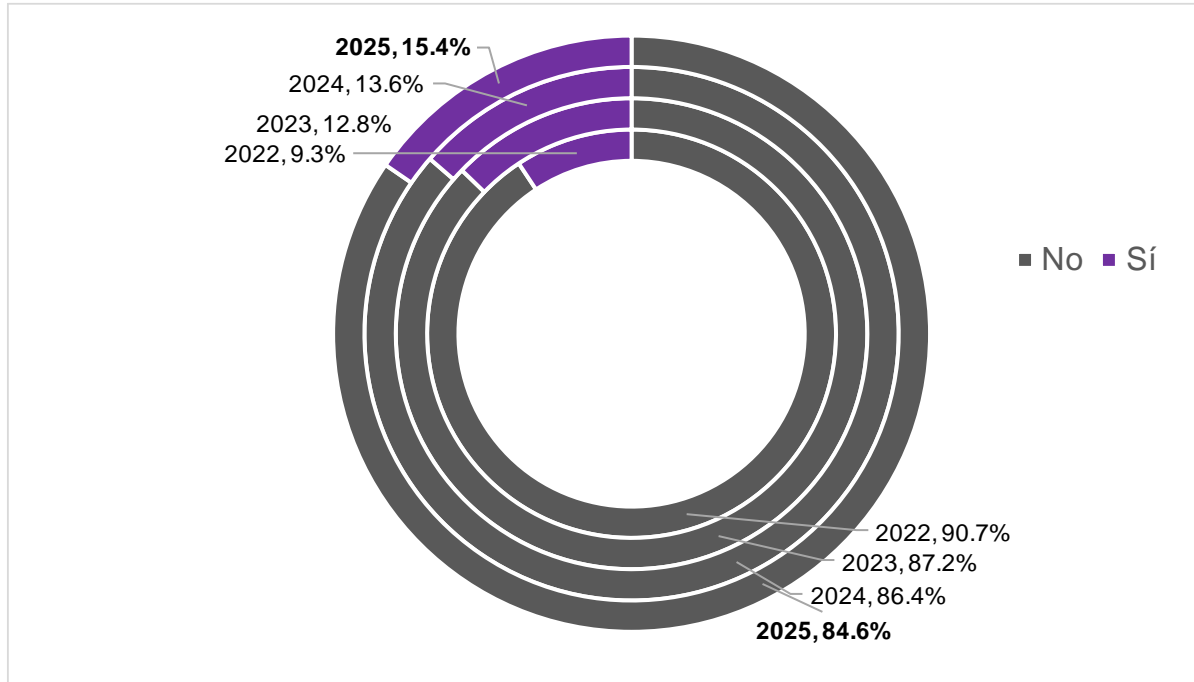


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

### Preguntas de coyuntura: Buen Fin 2025

Con relación a las preguntas relacionadas con el evento del Buen Fin 2025, del total de los hogares encuestados, el 15.4% mencionó que hizo compras o estaba pensando comprar para aprovechar las ofertas del Buen Fin de este año. Este porcentaje es mayor al observado en los eventos del Buen Fin de los años anteriores; en 2022 del 9.3%, en 2023 del 12.8% y en 2024 del 13.6%.

#### ¿Hizo compras (o ha pensado comprar) para aprovechar las ofertas del Buen Fin este año?

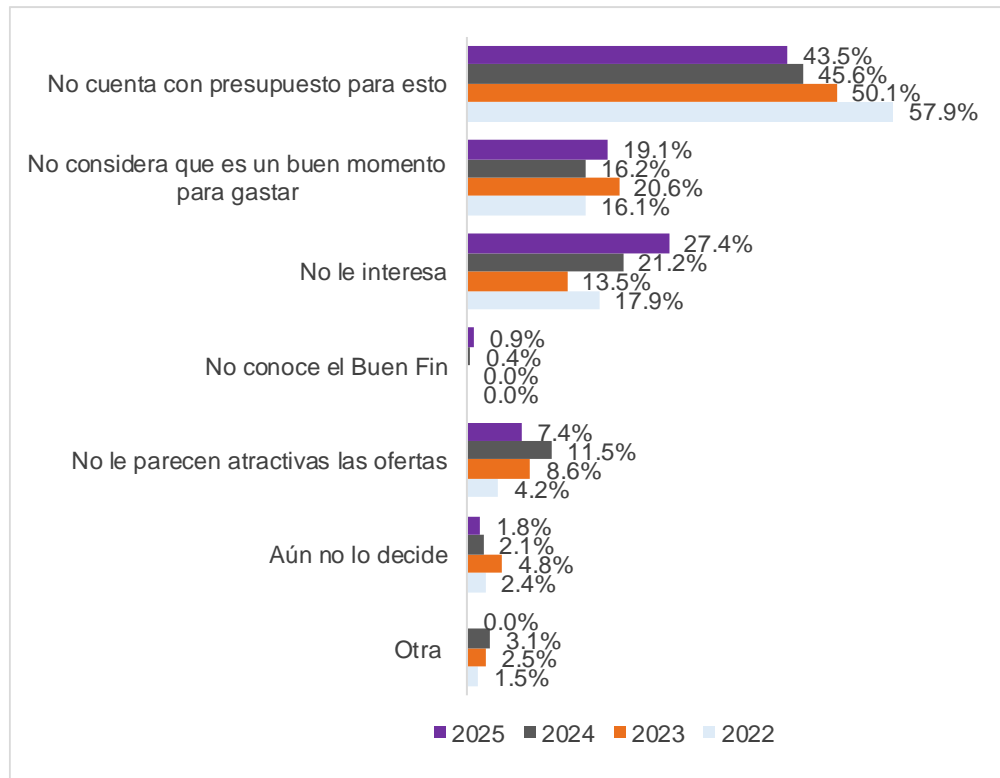


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

De los hogares que respondieron que no hicieron compras o no pensaban hacerlas en el evento del Buen Fin 2025, el 43.5% mencionó que la razón principal es que no cuenta con presupuesto para ello, porcentaje menor al 45.6% que refirió esta causa en el evento del año pasado, y al 50.1% de hace dos años. En segundo lugar, es porque no les interesa ese evento, con el 27.4% de las menciones. La respuesta de que no es un buen momento para gastar fue la tercera razón con el 19.1%.

Por otro lado, el 7.4% menciona que no le parecen atractivas las ofertas, porcentaje que disminuyó con respecto al año pasado cuando representó el 11.5% de las menciones.

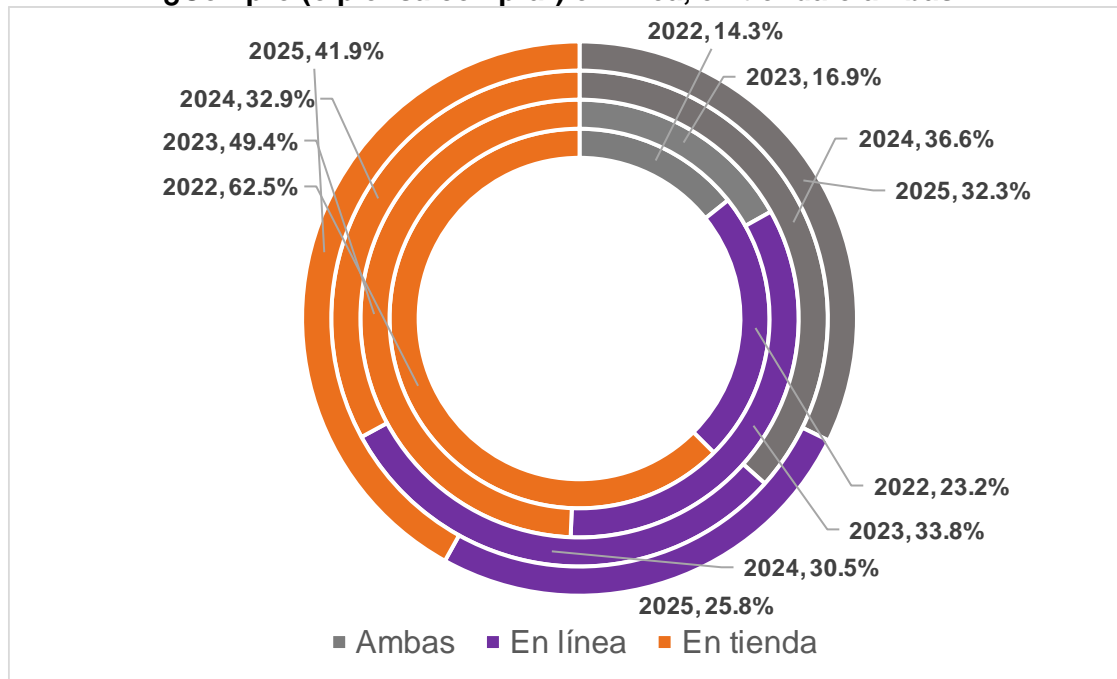
**¿Cuál es la principal razón por la que no hizo (o no lo piensa hacer) compras en el Buen Fin?**



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

A los hogares que indicaron que hicieron compras o que pensaban comprar en el Buen Fin, se les preguntó si lo harían en línea, en tienda, o usaría ambos mecanismos. El 41.9% mencionó que compró o compraría solo en tienda, porcentaje mayor al 32.9% reportado en 2024. El porcentaje de hogares que mencionó que compró o que compraría solo en línea disminuyó de 30.5% a 25.8% de 2024 a 2025. Finalmente, el porcentaje de hogares que señaló que compraría tanto en tienda como en línea también disminuyó de 36.6% a 32.3% en el mismo periodo.

**¿Compró (o piensa comprar) en línea, en tienda o ambas?**

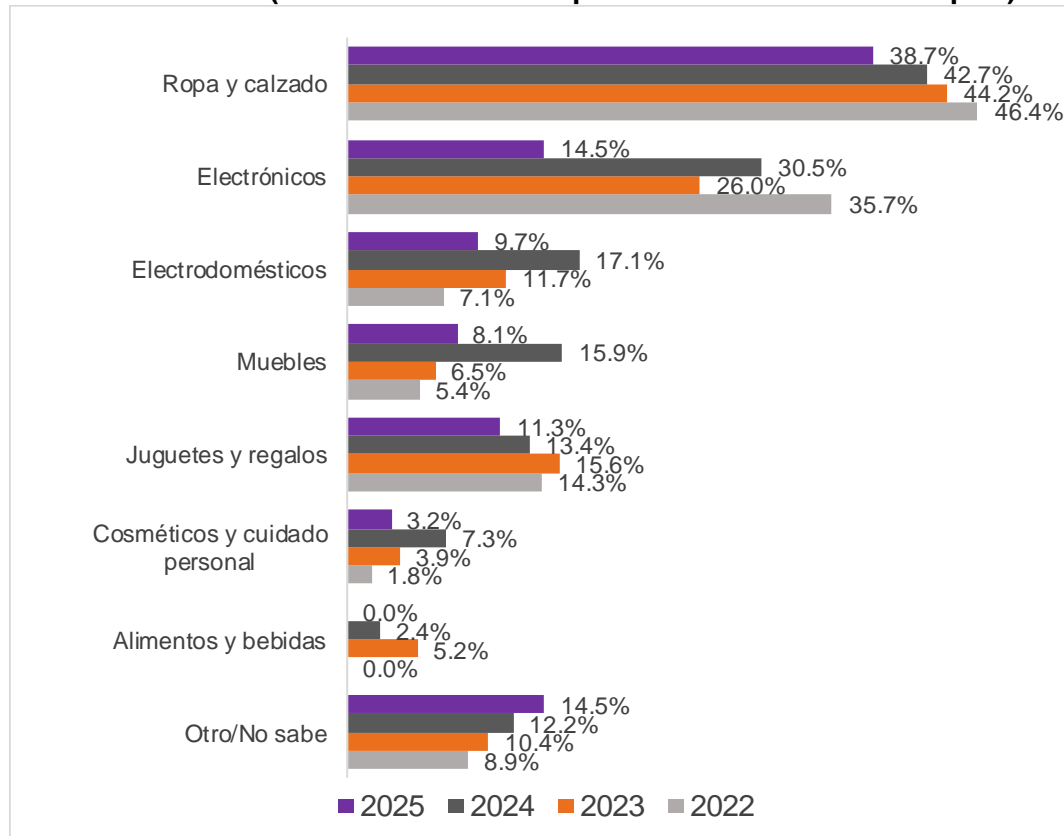


Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).

Nota: Esta pregunta no se incluyó en el cuestionario de noviembre de 2020. Porcentajes con respecto a solo los compraron o comprarían en el Buen Fin.

Asimismo, a los hogares que dijeron que sí compraron o estaban pensando comprar en el Buen Fin 2025, el 38.7% señaló que sería ropa y calzado, 14.5% electrónicos, 9.7% electrodomésticos, 8.1% muebles, 11.3% juguetes y regalos, 3.2% cosméticos y cuidado personal, 0.0% alimentos y bebidas, y 14.5% otro tipo de productos. En el evento del 2024, el 42.7% mencionó que sería ropa y calzado, 30.5% electrónicos, 17.1% electrodomésticos, 15.9% muebles, 13.4% juguetes y regalos, 7.3% cosméticos y cuidado personal, 2.4% alimentos y bebidas, y 12.2% otro tipo de productos.

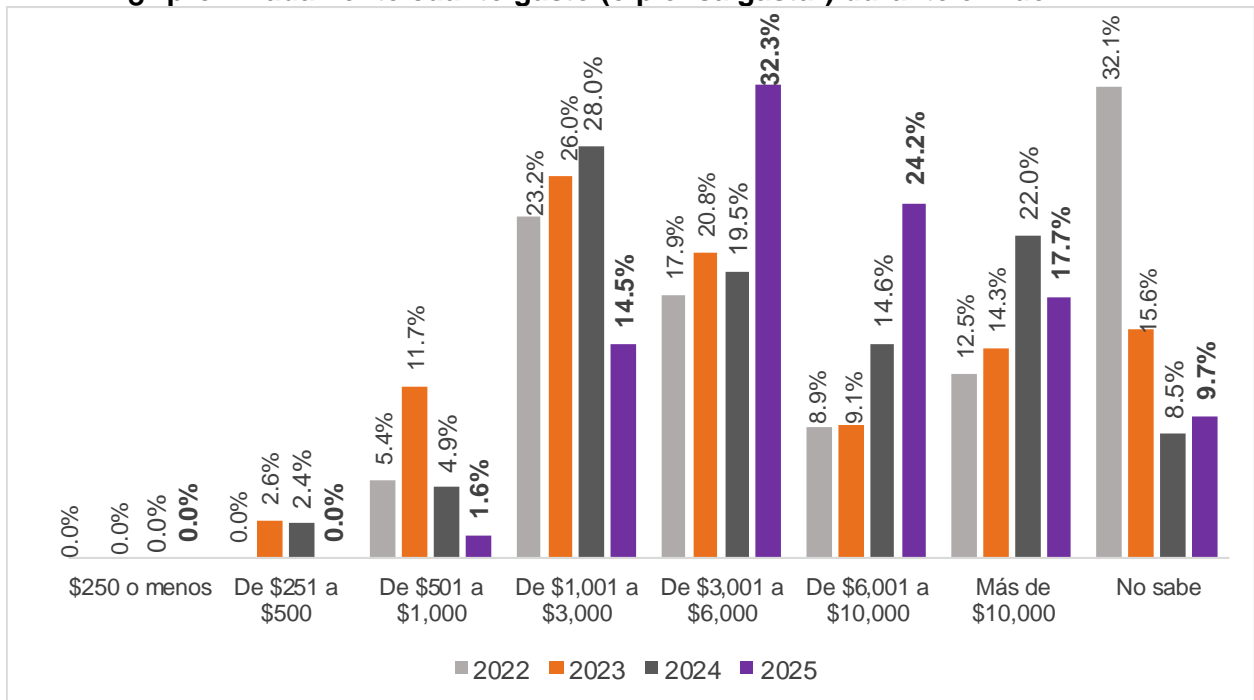
**¿Qué tipo de productos compró (o piensa comprar) este año para aprovechar las ofertas del Buen Fin? (mencione todos los que está considerando comprar)**



Elaboración del IIEG, Encuesta Telefónica de Confianza del Consumidor Jalisciense (ETCOJ).  
Nota: Los porcentajes no suman 100% debido a que pudieron elegir más de una respuesta.

Por último, sobre el gasto en el Buen Fin 2025 de los que hicieron compras, y debido a una mayor tasa de respuesta de los montos, disminuyó el porcentaje de hogares que gastaron menos de \$1,000 al pasar de 7.3% en 2024 a 1.6% en 2025. El porcentaje de hogares que gastaron entre \$1,000 y \$3,000 pasó de 28.0% a 14.5%, el porcentaje de hogares que gastaron entre \$3,000 y \$6,000 pasó de 19.5% a 32.3% de 2024 a 2025. El porcentaje de hogares que dijeron gastar entre \$6,000 y \$10,000 pasó de 14.6% a 24.7%; asimismo, los hogares que reportaron gastar más de \$10,000 pasó de 22.0% a 17.7%.

**¿Aproximadamente cuánto gastó (o piensa gastar) durante el Buen Fin?**



## 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 octubre 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 noviembre de 2025, se tiene que el 70.4% de los hogares encuestados se ubican en los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara, el 6.0% en Puerto Vallarta y el 2.7% 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 noviembre de 2025

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

	Hogares	Distribución %
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>100.0%</b>
ZMG	283	70.4%
Puerto Vallarta	24	6.0%
Zapotlán el Grande	11	2.7%
Arandas	6	1.5%
La Barca	5	1.2%
Lagos de Moreno	5	1.2%
Resto ( 39 municipios)	68	16.9%

## Muestra

La ETCOJ se levantó por teléfono una muestra aleatoria simple efectiva de 402 hogares de Jalisco lo que implica un margen de error del 5% 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 noviembre de 2025 se incorporaron preguntas relacionadas con el gasto del evento del Buen Fin.

## **Periodo de levantamiento**

La encuesta se levantó del 6 al 28 de noviembre 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 prorratean 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
	Probable	1.00	0.75
Igual		0.50	
Menores	Poco probable	0.00	0.25
	Nada probable		0.00

Elaboración del 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 noviembre 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
  
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. ¿Hizo compras (o ha pensado comprar) para aprovechar las ofertas del Buen Fin este año?
  - Sí (pase a la pregunta 11)
  - No
  
10. ¿Cuál es la principal razón por la que no lo hizo (o no lo piensa hacer)?
  - No cuenta con presupuesto para esto (fin de la encuesta)
  - No considera que es un buen momento para gastar (fin de la encuesta)
  - No le interesa (fin de la encuesta)
  - No le parecen atractivas las ofertas (fin de la encuesta)
  - Aún no lo decide (fin de la encuesta)
  - No conoce el Buen Fin (fin de la encuesta)
  - Otra (fin de la encuesta)

11. ¿Compró (o piensa comprar) en línea, en tienda o ambas?
- En línea
  - En tienda
  - Ambas
12. ¿Qué tipo de productos compró (o piensa comprar) este año para aprovechar las ofertas del Buen Fin? (mencione todos los que está considerando comprar)
- Ropa y calzado
  - Electrónicos (televisión, celular, computadora, etc.)
  - Juguetes y regalos
  - Muebles
  - Electrodomésticos (lavadora, refrigerador, horno, etc.)
  - Alimentos y bebidas
  - Cosméticos y cuidado personal
  - Todavía no sabe
  - Otro (Por favor especifique)
13. Aproximadamente, ¿cuánto gastó (o piensa gastar) durante el Buen Fin?
- \$250 o menos
  - De \$251 a \$500
  - De \$501 a \$1,000
  - De \$1,001 a \$3,000
  - De \$3,001 a \$6,000
  - De \$6,001 a \$10,000
  - Más de \$10,000
  - No sabe

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)