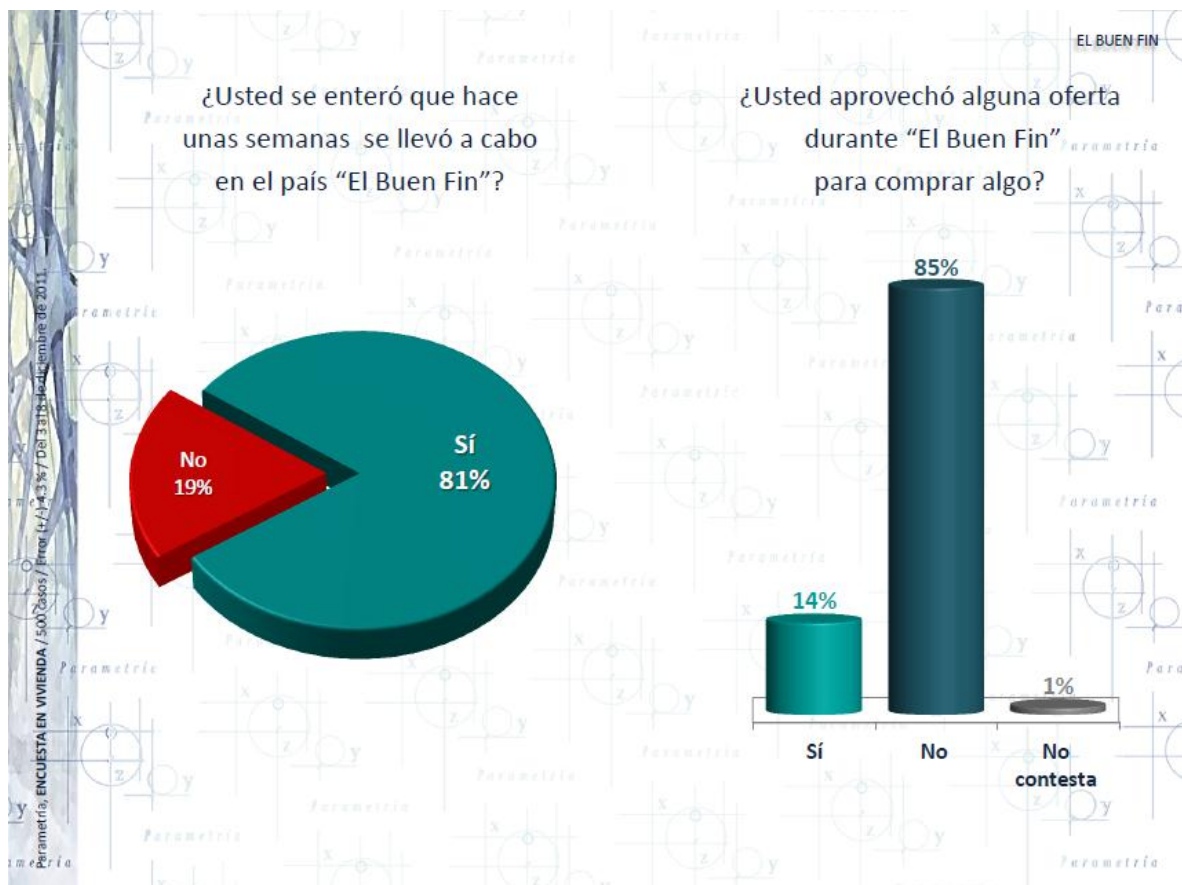


¿El Buen Fin?

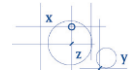
Aunque fue ampliamente publicitado, “El Buen Fin” logró que solamente el 14% de los mexicanos aprovecharan alguna de las ofertas anunciadas durante el programa.

En noviembre pasado, del 18 al 21, tuvo lugar “El Buen Fin”, una iniciativa del gobierno federal, de algunas cámaras de comercio y de empresarios. El programa tuvo como objetivo reactivar la economía mexicana por medio del consumo, a través de la oferta de descuentos en diversos establecimientos.

La más reciente Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría revela que ocho de cada diez mexicanos se enteraron de la realización de “El Buen Fin”. La participación en el programa no estuvo a la par de sus altos niveles de conocimiento, pues apenas el 14% aprovechó las ofertas de ese fin de semana.



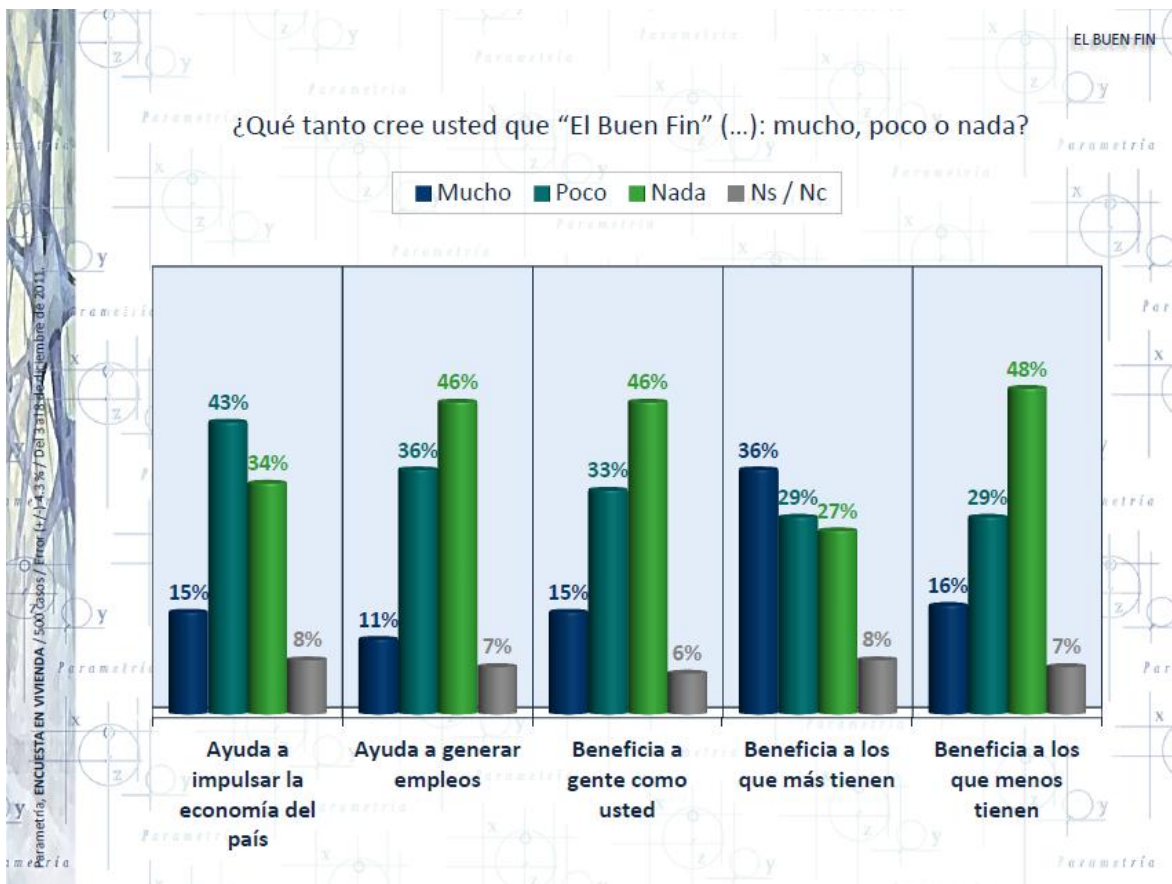
De acuerdo con los datos de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo la derrama económica durante “El Buen Fin” fue de 106



mil millones de pesos, lo que representó un avance de 37.2% en comparación con un fin de semana normal.¹

Según la percepción ciudadana, los objetivos del programa no se cumplieron, ya que 8 de cada 10 mexicanos consideraron que “El Buen Fin” ayudó poco, o nada, a impulsar la economía del país. En tanto, 82% consideró que este programa ayudó poco o nada a crear empleos.

Los resultados de la encuesta muestran que existe la percepción de que el programa ayudó más a la gente de mayores recursos económicos. Más de un tercio de los entrevistados consideró que “El Buen Fin” beneficia mucho a los que más tienen, frente al 16% que observa el mismo provecho para los que menos tienen.

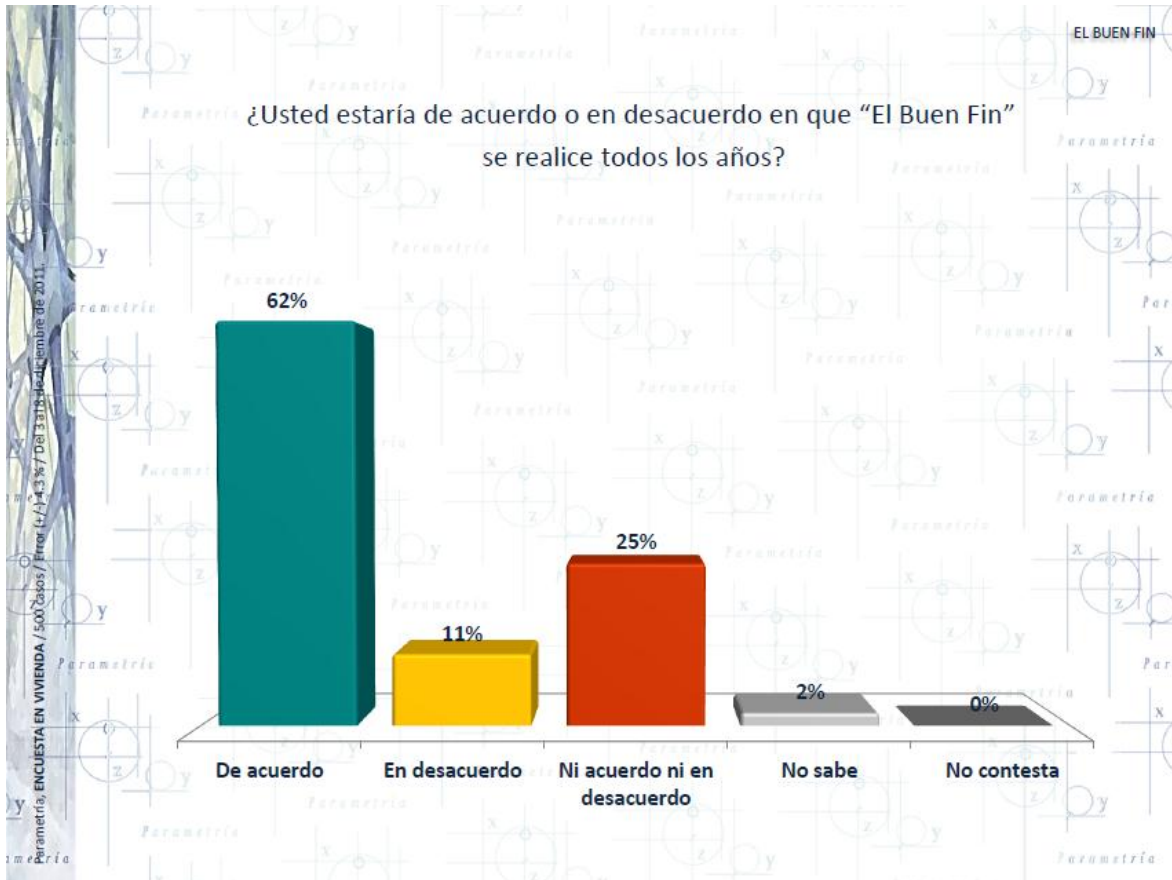


¹ “Buen Fin dejó 106 mil mdp”, El Universal, 07 de diciembre, de 2011



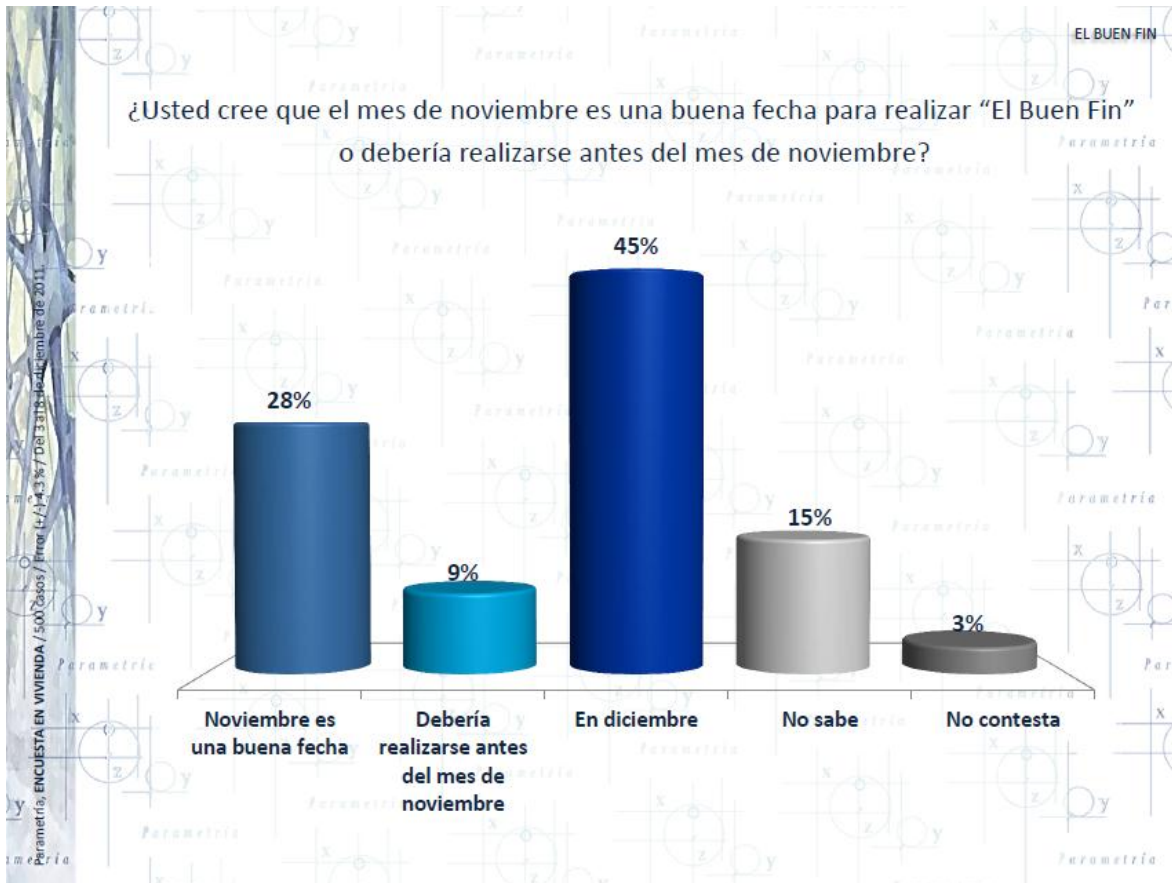
Parametría

A pesar de la percepción de que “El Buen Fin” no fue una iniciativa exitosa para mejorar la economía, el 62% estuvo de acuerdo en que el programa se realice cada año. El 25% muestra indiferencia y un 11% se manifestó en desacuerdo.



“El Buen Fin”, anunciaron sus organizadores, volverá a realizarse el próximo año.

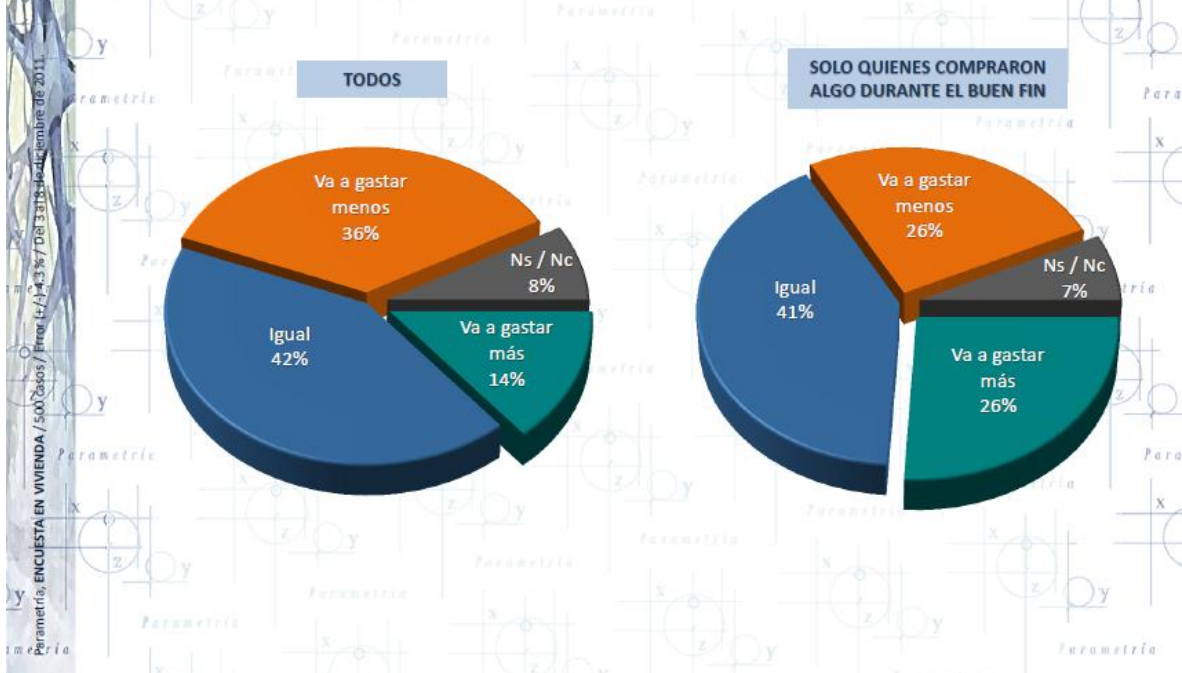
La idea de que se haga de nuevo es respaldada por los ciudadanos, no así la fecha de realización, pues 45% mencionó que diciembre es mejor fecha que noviembre para “El Buen Fin”, frente al 28% que dijo que noviembre era adecuado.



Los datos, además, dejan ver que la crisis económica mundial afectará el gasto personal. El 36% de los entrevistados dijo que en esta temporada navideña gastaría menos en comparación con lo erogado en las mismas fechas el año pasado, con un 42% que desembolsará los mismos recursos y apenas un 14% que gastaría más. Sin embargo, está situación es un tanto distinta para los que compraron algo durante “El Buen Fin”, pues el 26% dice que gastará más este año y el mismo porcentaje indica que destinará menos dinero para las festividades de este año.



En estas fiestas navideñas y de año nuevo,
¿usted va a gastar más, igual o menos dinero en comparación
con lo que gastó el año pasado en estas mismas fechas?



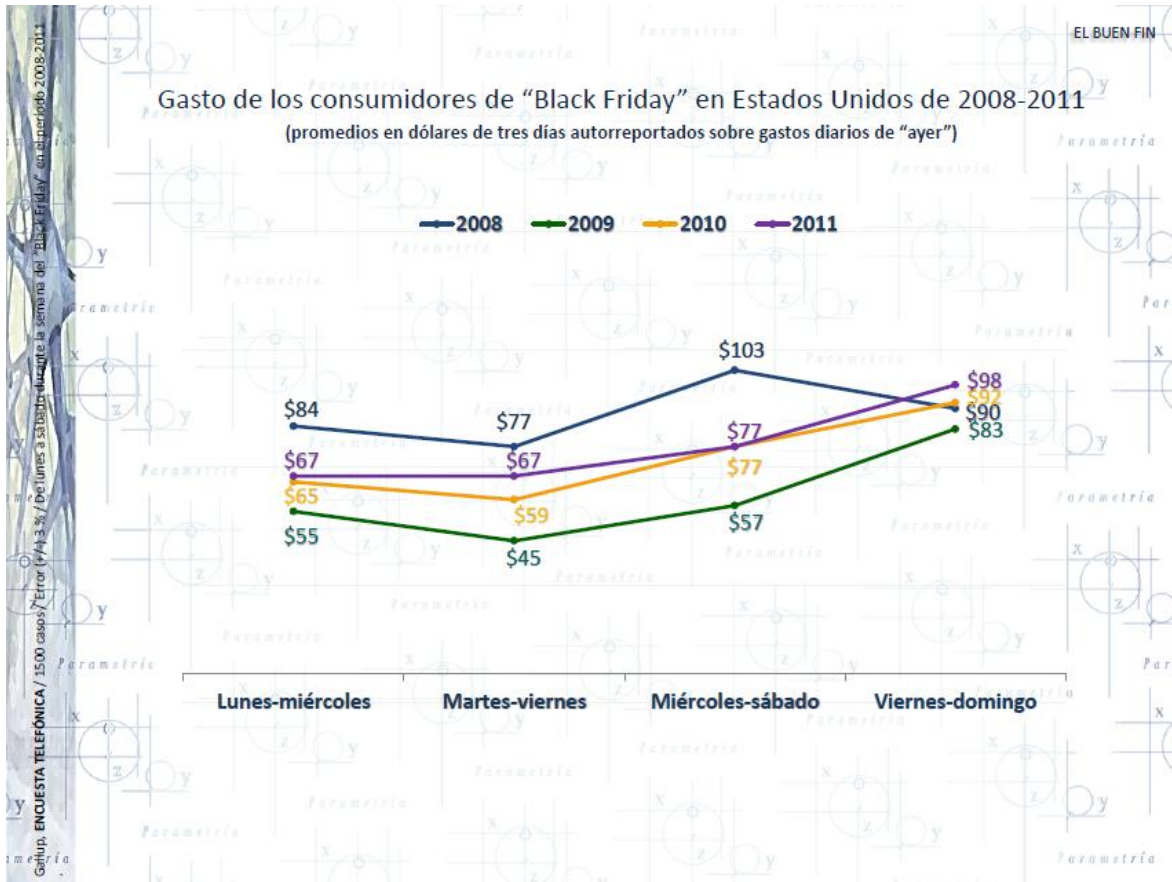
“El Buen Fin” es similar al Black Friday, celebrado en Estados Unidos, el viernes inmediato a la celebración del Día de Acción de Gracias, aunque los resultados de ambos programas son muy diferentes.

Un tracking poll de la encuestadora Gallup muestra que el gasto de los consumidores estadounidenses fue mayor en 2011 que en 2010. Incluso, en el periodo de viernes a domingo, lo desembolsado este año por los estadounidenses fue mayor a lo que gastaron en 2008.

La gráfica muestra que, aunque los niveles de 2008 son superiores, hay recuperación en el gasto de los consumidores del país vecino.

La National Retail Federation calcula –con base en una encuesta- que la derrama económica durante el Black Friday de este año fue de 52 mil millones de dólares.²

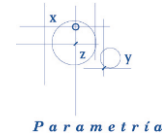
² “Black Friday Weekend Shines as Shoppers Line up for Deals, Spend Record \$52 Billion”
http://www.nrf.com/modules.php?name=News&op=viewlive&sp_id=1260



FUENTES:

PARAMETRÍA. Estudio: Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 500 encuestas Del 03 al 08 de diciembre de 2011. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 4.3%. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE.

El Universal: "Buen Fin dejó 106 mil mdp" 07 de diciembre de 2011.



Gallup: Encuesta telefónica: 1500 casos. Margen de error (+/-) 3%, de lunes a sábado durante la semana del "Black Friday" en el periodo 2008-2011.

National Retail Federation: *"Black Friday Weekend Shines as Shoppers Line up for Deals, Spend Record \$52 Billion",*

http://www.nrf.com/modules.php?name=News&op=viewlive&sp_id=1260