

**“ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL...
BUEN FIN 2018 (DEL 16 AL 19 DE NOVIEMBRE)”**

DATOS NACIONALES

- Esta edición presenta información de los principales productos y servicios comercializados por las empresas durante el Buen Fin, así como los rangos de ingreso obtenidos en dicho evento
- El 55.2% de los empresarios del sector Comercio al por menor reportan haber participado en el Buen Fin 2018. En los Servicios privados no financieros la participación fue de 13.6 por ciento
- La principal estrategia de venta en el sector Comercio fue otorgar descuentos sobre el precio de los productos, mientras que en los Servicios privados no financieros fue aplicar descuentos sobre el precio de los servicios prestados

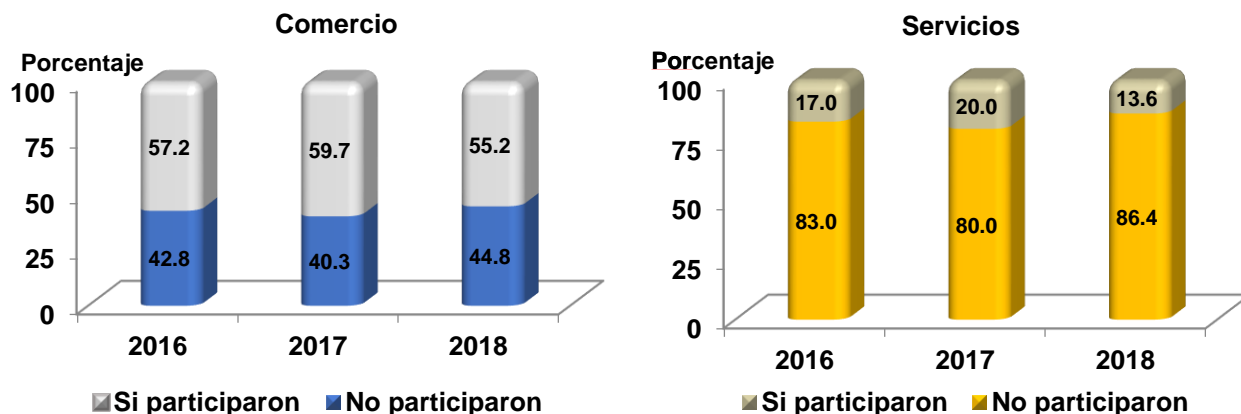
Con el propósito principal de medir el impacto del Buen Fin en las actividades de las empresas de los sectores Comercio al por menor y Servicios privados no financieros, el INEGI presenta los resultados generados en la edición 2018 de este programa para contribuir al análisis económico de los sectores señalados.

La edición del Buen Fin 2018 se efectuó del 16 al 19 de noviembre pasado y los resultados se dan a conocer a cuatro semanas de concluido dicho evento.

PRINCIPALES RESULTADOS.

El 55.2% de las empresas de Comercio al por menor declaran haber participado en el programa el Buen Fin 2018. En tanto que la participación en los Servicios privados no financieros es de 13.6 por ciento.

Gráfica 1. Estructura porcentual del número de empresas según su participación en el Buen Fin por sector económico

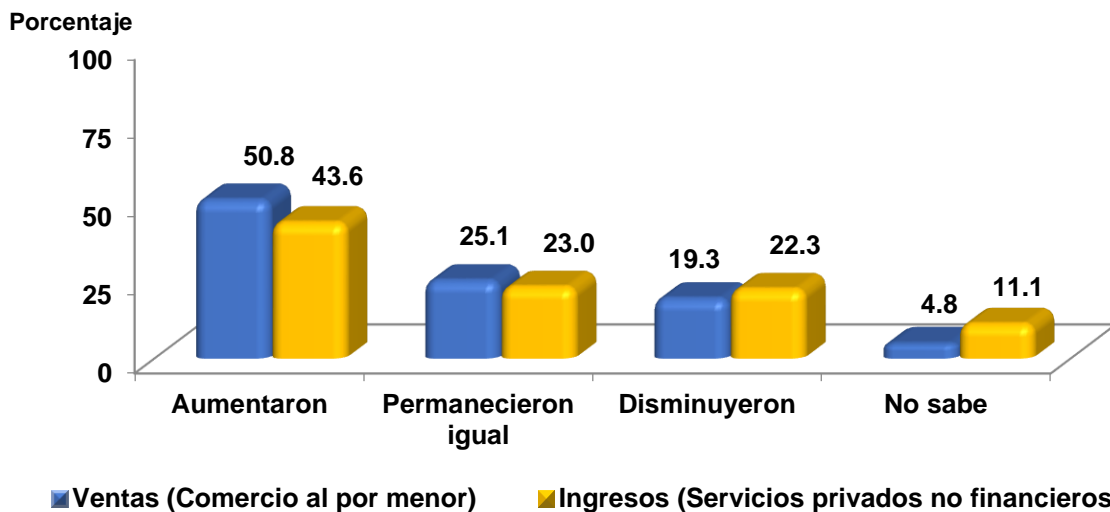


Fuente: INEGI.

El 50.8% de Comercio declaran que sus ventas aumentaron en comparación con el Buen Fin 2017, 25.1% permanecieron igual y 19.3% reportan disminución.

Por su parte, 43.6% de las empresas de los Servicios privados no financieros declaran un aumento en sus ingresos, mientras que 23.0% permanecieron igual y 22.3% disminuyeron.

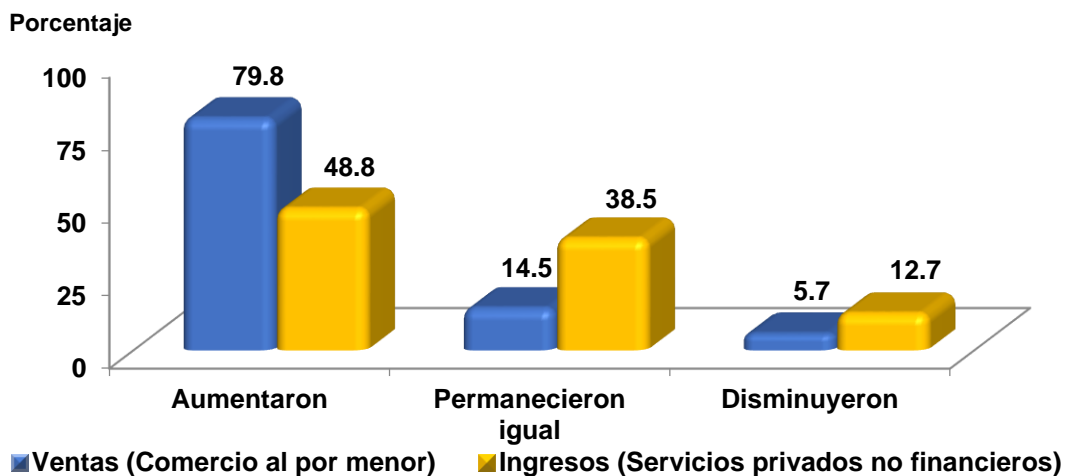
Gráfica 2. Estructura porcentual del comportamiento de los principales indicadores de las empresas por sector económico, Buen Fin 2018 respecto al Buen Fin 2017



Fuente: INEGI.

Por otra parte, 79.8% de las empresas del sector Comercio al por menor reportaron que aumentaron sus ventas en noviembre de 2018 con relación a octubre del mismo año, mientras que en 14.5% los ingresos permanecieron iguales y en 5.7% disminuyeron.

Gráfica 3. Estructura porcentual del comportamiento de los principales indicadores de las empresas por sector económico, Noviembre de 2018 respecto a octubre de 2018

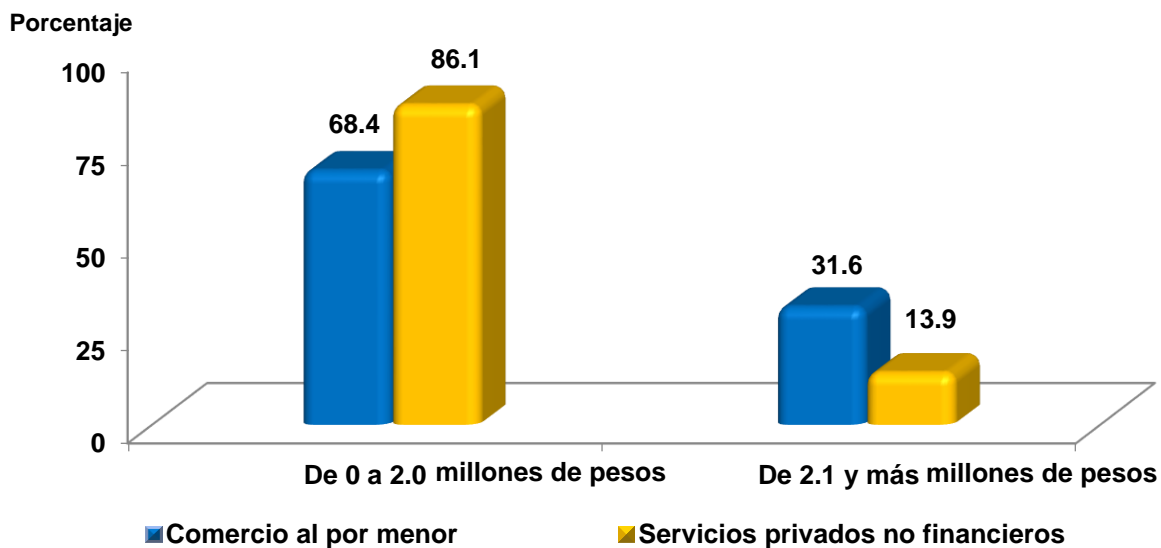


Fuente: INEGI.

En el caso de las empresas de los Servicios privados no financieros la estructura quedó en 48.8%, 38.5% y 12.7%, respectivamente.

En el Comercio al por menor, 68.4% de las empresas alcanzaron un rango de ingresos de 0 a 2.0 millones de pesos en el Buen Fin 2018, mientras que en este mismo rango se ubicó el 86.1% de las empresas pertenecientes a los Servicios privados no financieros.

Gráfica 4. Estructura del nivel de ingresos de las empresas por sector económico en el Buen Fin 2018

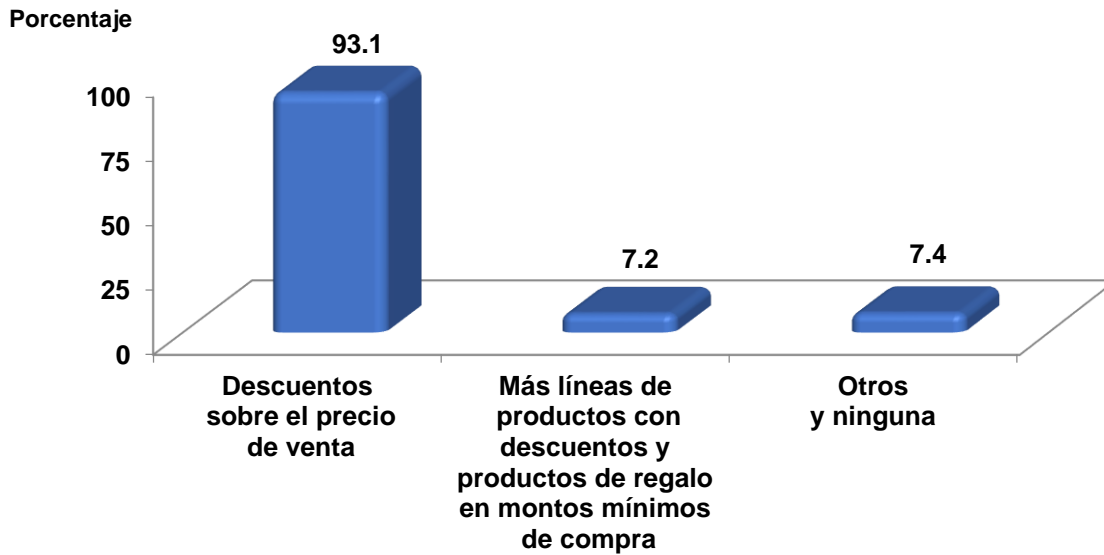


Fuente: INEGI.

De acuerdo con la gráfica 5, durante el Buen Fin 2018 la principal estrategia de ventas utilizada por las empresas del sector Comercio al por menor fue el descuento sobre el precio de venta de los productos, otorgada por 93.1% de las empresas.

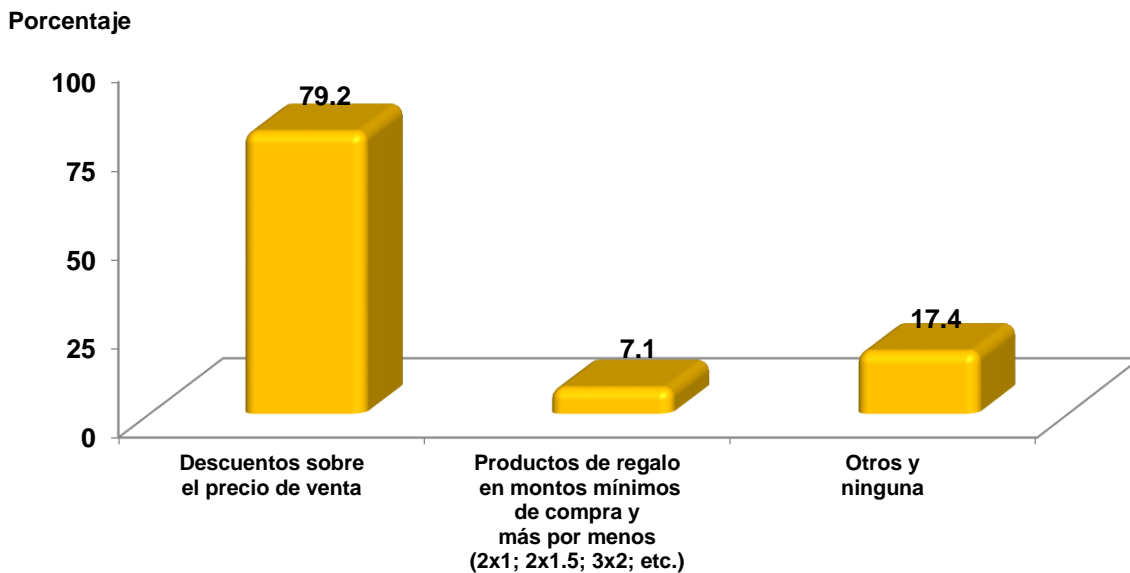
Asimismo, en el Buen Fin del presente año 7.2% de las empresas de Comercio al por menor incluyeron más líneas de productos con descuentos y productos de regalo en montos mínimos de compra.

Gráfica 5. Estructura porcentual de las estrategias de venta utilizadas por las empresas de Comercio al por menor durante el Buen Fin 2018



Nota: En esta pregunta se aceptó más de una opción de respuesta.
Fuente: INEGI.

Gráfica 6. Estructura porcentual de las estrategias de venta utilizadas por las empresas de Servicios privados no financieros durante el Buen Fin 2018

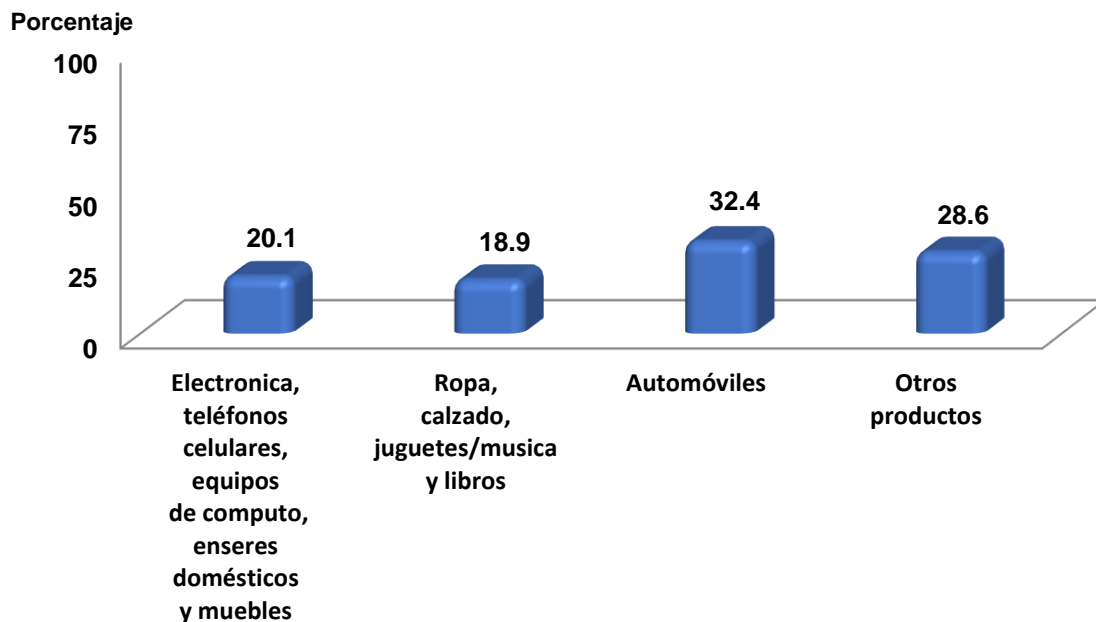


Nota: En esta pregunta se aceptó más de una opción de respuesta.
Fuente: INEGI.

Con respecto a las empresas del sector de los Servicios privados no financieros, 79.2% otorgaron descuentos sobre el precio de los servicios prestados.

En tal sector, las empresas que otorgan productos de regalo con montos mínimos de compra y más por menos (2x1; 2x1.5; 3x2; etc.) registra 7.1 por ciento.

Gráfica 7. Estructura porcentual de los ingresos de las empresas de Comercio al por menor durante el Buen Fin 2018 por principales productos

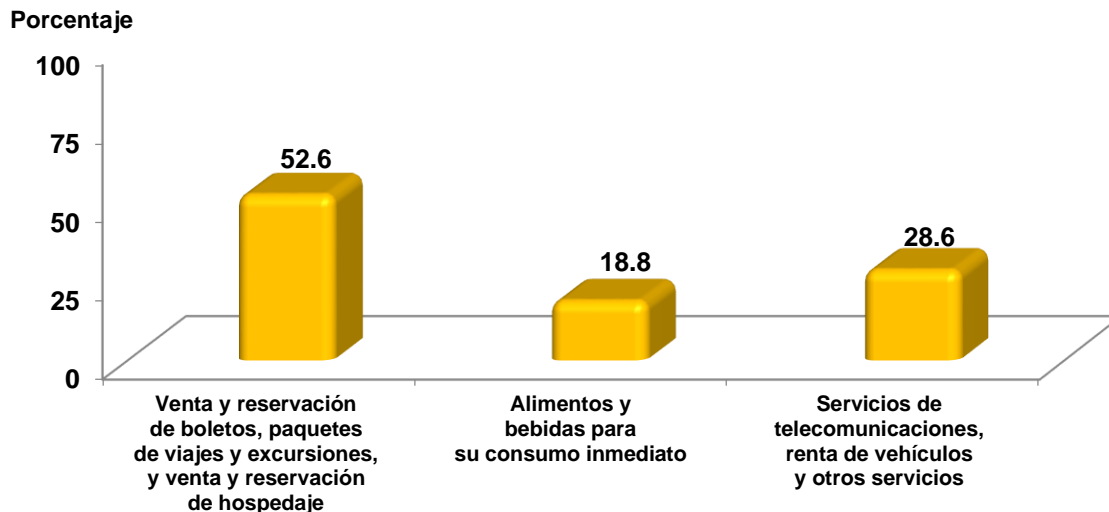


Fuente: INEGI.

El mayor porcentaje de ingresos de las empresas pertenecientes al Comercio al por menor durante el Buen Fin 2018 fue por la venta de automóviles, que registró 32.4 por ciento.

También destaca el grupo de productos de electrónica, teléfonos celulares, equipo de cómputo, enseres domésticos y muebles con 20.1% y finalmente ropa, calzado, juguetes, música y libros con 18.9 por ciento.

Gráfica 8. Estructura porcentual de los ingresos de las empresas de los Servicios privados no financieros durante el Buen Fin 2018 por principales productos



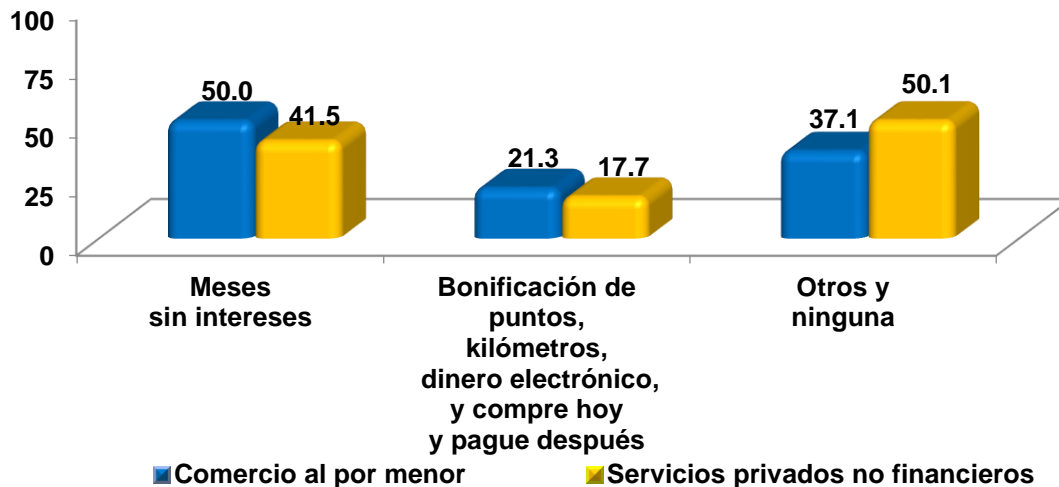
Fuente: INEGI.

El mayor ingreso por los servicios prestados de las empresas pertenecientes al sector Servicios privados no financieros durante el Buen Fin 2018, se originó por la venta y reservación de boletos, paquetes de viajes y excursiones, y venta y reservación de hospedaje con 52.6%, seguido por servicios de telecomunicaciones, renta de vehículos y otros servicios con 28.6%, y finalmente 18.8% proveniente de alimentos y bebidas para su consumo inmediato.

Entre las estrategias financieras aplicadas en Comercio y Servicios durante el Buen Fin 2018, destaca el otorgamiento de meses sin intereses en 50.0% y 41.5% de las empresas de los sectores, en forma respectiva. La Bonificación de puntos, kilómetros y dinero electrónico, y compre hoy y pague después, registra 21.3% y 17.7% de las empresas.

Gráfica 9. Estructura porcentual de las estrategias financieras utilizadas por las empresas durante el Buen Fin 2018 por sector económico

Porcentaje

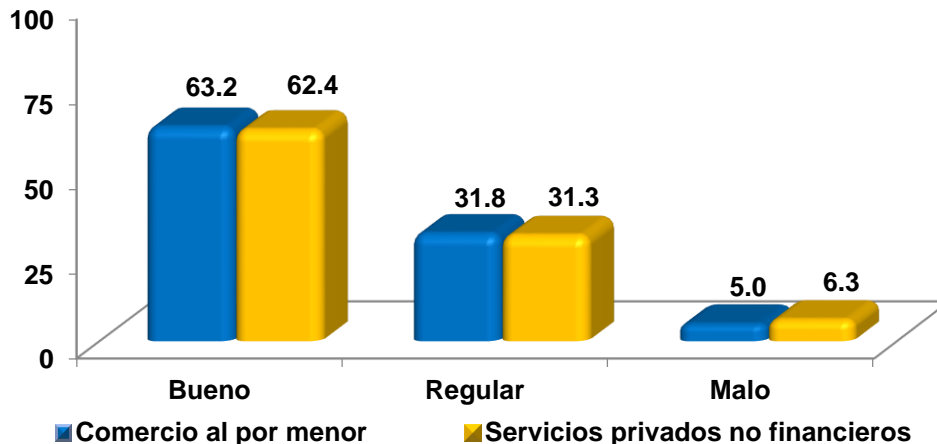


Nota: En esta pregunta se aceptó más de una opción de respuesta.
Fuente: INEGI.

En cuanto a la información de las opiniones de los empresarios sobre los resultados generales del Buen Fin 2018 y de acuerdo con la gráfica siguiente, el 63.2% de los empresarios del sector Comercio y el 62.4% de los Servicios privados no financieros, opinan que los resultados del Buen Fin 2018 son buenos. En forma respectiva, 31.8% y 31.3% de los empresarios de los sectores señalan que los resultados son regulares. Por último, 5.0% y 6.3% opinan que el Buen Fin arroja resultados malos.

Gráfica 10. Estructura porcentual de la opinión de los empresarios sobre los resultados del Buen Fin 2018 por sector económico

Porcentaje



Fuente: INEGI.

ASPECTOS METODOLÓGICOS.

La unidad de observación es la empresa. En este contexto, la encuesta centra su medición en aquellas empresas que de acuerdo al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2013, se encuentran clasificadas en los sectores de Comercio al por menor y los Servicios privados no financieros.

Para efectos de la Encuesta sobre el Buen Fin 2018, los Servicios privados no financieros están conformados únicamente por los sectores y ramas de actividad que se describen en el cuadro siguiente.

Cuadro 1

Sectores y Ramas SCIAN de los Servicios privados no financieros

Servicios privados no financieros (Sectores)	Ramas de actividad de estudio para el Buen Fin
Transportes, correos y almacenamiento	Transporte aéreo regular; Transporte colectivo foráneo de pasajeros de ruta fija; y Mensajería y paquetería foránea y local
Información en medio masivos	Industria fílmica y del video; y operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas e inalámbricas
Inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles	Alquiler de automóviles, camiones y otros transportes terrestres
Apoyo a los negocios	Agencias de viajes y servicios de reservaciones
Salud y asistencia social	Laboratorios médicos y de diagnóstico.
Esparcimiento, culturales y deportivos	Museos, sitios históricos, zoológicos y similares; y Parques con instalaciones recreativas y casas de juego
Alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	Hoteles, moteles y similares; Campamentos y albergues recreativos; Preparación de alimentos por encargo; Centros nocturnos, bares, cantinas y similares; y Preparación de alimentos y bebidas

La encuesta capta la opinión de los empresarios de los dos sectores en estudio respecto a temas como la evolución de ventas e ingresos (mensual y anual), las estrategias comerciales y financieras aplicadas durante el Buen Fin, los rangos de ingresos, la opinión respecto de los ingresos de acuerdo con los principales productos y servicios comercializados, así como la referente sobre el resultado general del programa.

Se ofrecen indicadores a nivel nacional sobre las empresas que participan en este programa, abordando los comparativos con relación al Buen Fin del año anterior y el mes previo, así como lo relativo a las estrategias aplicadas, ingresos, y las opiniones que tienen los empresarios sobre los resultados generales del Buen Fin.

La recolección de la información se efectuó mediante Entrevista Telefónica Asistida por Computadora (CATI por sus siglas en inglés).

Se efectuaron un promedio de 4.0 llamadas para lograr una entrevista exitosa. Dichas entrevistas duraron en promedio cinco minutos para las empresas que declararon sí participar en este programa y dos minutos para aquellas que indicaron no participar.

DISEÑO ESTADÍSTICO.

El esquema de muestreo es probabilístico. El marco de muestreo está conformado por 7,094 empresas que registran 50 o más personas ocupadas, de acuerdo con el Registro Estadístico de Negocios de México (RENEM), versión noviembre de 2017.

El tamaño de la muestra es de 748 empresas considerando ambos sectores. Para el caso de Comercio al por menor, el tamaño de muestra es de 350 empresas y los Servicios privados no financieros con 398 empresas en muestra.

Cuadro 2
Marco y tamaño de muestra por sector

Sector	Marco	Muestra		
		Total	Estrato de Certeza	Estratos Probabilísticos
Comercio al por menor	3,925	350	157	193
Servicios privados no financieros	3,169	398	143	255

El diseño contempla un nivel de confianza del 95%, un error relativo del 10% y una tasa de no respuesta esperada de 20 por ciento.

Los resultados obtenidos a partir de esta muestra son representativos de la población, es decir, del total de empresas que conforman el marco de muestreo ya señalado.

PERIODO DE LEVANTAMIENTO.

El operativo para la captación de la información se realizó del 20 al 26 de noviembre de 2018. La recolección alcanzó 89.9% de la muestra total a nivel nacional.

* * * * *

Para consultas de medios y periodistas, contactar a: comunicacionsocial@inegi.org.mx o llamar al teléfono (55) 52-78-10-00, exts. 1134, 1260 y 1241.

Dirección de Atención a Medios / Dirección General Adjunta de Comunicación

