

# Tendencias y hábitos del consumo y del programa redondeo en la ciudad de Durango

Facultad de Administración, Contaduría y Economía  
Universidad Juárez del estado de Durango  
Metodología de la Investigación  
Junio 2009

Con la asistencia técnica y patrocinio de:



[www.gdinnovaciones.com.mx](http://www.gdinnovaciones.com.mx)

## Contexto (1)

- Prevalece bajo el contexto nacional y local una crisis económica severa, caracterizada, primero, por afectar la liquidez de las instituciones financieras multinacionales por otorgar créditos de forma irresponsable, y en segunda instancia, por el colapso en el consumo privado de los países desarrollados.
- El clima general es recesivo: drástica caída en la recaudación fiscal, desempleo creciente, brote inflacionario, caída en las remesas, baja en el precio del petróleo, tasas de interés inestables y, por tanto, un tipo de cambio que ha estado fluctuante en perjuicio de nuestras industria exportadora y el turismo, respectivamente. Prevalecen los rescates financieros del sector público hacia las principales industrias: automotriz y financiera, entre las principales.

## Contexto (2)

- En México, y muy particularmente en nuestra entidad, la industria automotriz y los pocos ingresos en dólares provenientes de nuestros migrantes, aunado a fuertes recortes presupuestales públicos en los tres niveles de gobierno, genera presión sobre el consumo privado, los salarios y el cierre de pequeñas y medianas empresas, lo que obliga a que las familias duranguenses modifiquen sus hábitos de consumo, priorizando sus necesidades básicas.
- No hay que dejar de lado que nos encontramos inmersos en una campaña política en la que se elegirá a Diputados Federales en menos de un mes, y que se complica aún más con los altos índices de inseguridad que vive la sociedad en su conjunto.

# Índice

- Motivación, objetivos e hipótesis (Pág. 5)
- Metodología (Pág. 6)
- Preferencia y hábitos de consumo de los habitantes de la ciudad de Durango (Pág. 8)
- Perfil del Consumo en los Supermercados de la ciudad de Durango (Pág. 33)
- Programa de Redondeo en Durango (Pág. 49)
- Temas de Coyuntura (Pág. 62)
- Conclusiones (Pág. 88)

# Motivación del estudio de mercado

- **Objetivos:** Conocer los hábitos de compra/consumo de los habitantes de la ciudad de Durango, así como identificar los patrones y la percepción que los consumidores tienen sobre los programas de apoyo social, específicamente el programa conocido como “Redondeo”.
- **Hipótesis:** Esta investigación arrojaría datos concretos sobre los supermercados más concurridos, promedio de gasto en compras, frecuencia en surtido de despensa, los criterios que utiliza la gente para realizar sus compras y conocimiento y participación del programa de redondeo.

## Metodología (1)

- **Población objetivo:** Consumidores potenciales de la ciudad de Durango.
- **Diseño de la Muestra:** Probabilístico aleatorio estratificado en 2 segmentos de mercado.
  - **Población abierta (100 encuestas):** En 3 etapas. Se seleccionaron aleatoriamente 10 AGEB's, en cada uno se seleccionaron 2 manzanas y se realizaron 5 entrevistas por cada manzana.
  - **Centros Comerciales (100 encuestas):** Entrevistas aleatorias, con una distribución proporcional, en 10 de los principales Centros Comerciales de la Ciudad de Durango (Soriana Madero, Soriana Centro, Soriana Jardines, Soriana ITD, Wal-Mart Felipe Pescador, Wal-Mart El Edén, Wal-Mart Francisco Villa, Tiendas Ley, City Club y Sam's).

## Metodología (2)

- **Metodología de recolección de datos:** Entrevistas personales cara a cara con cuestionario previamente codificado.
- **Tamaño de la muestra:** Un total de 200 entrevistas efectivas
- **Fecha de levantamiento:** Del XX al XX de mayo de 2009.
- **Nivel de confianza:** De 95% en los principales indicadores
- **Error estimado:** El error estimado es de  $\pm 5\%$
- **Análisis de datos:** SPSS, Power Point y Excel.

# Preferencias y hábitos de consumo de los habitantes en la ciudad de Durango



# 1. Normalmente, ¿Dónde surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

## Estadísticas

1. Normalmente, ¿Dónde surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

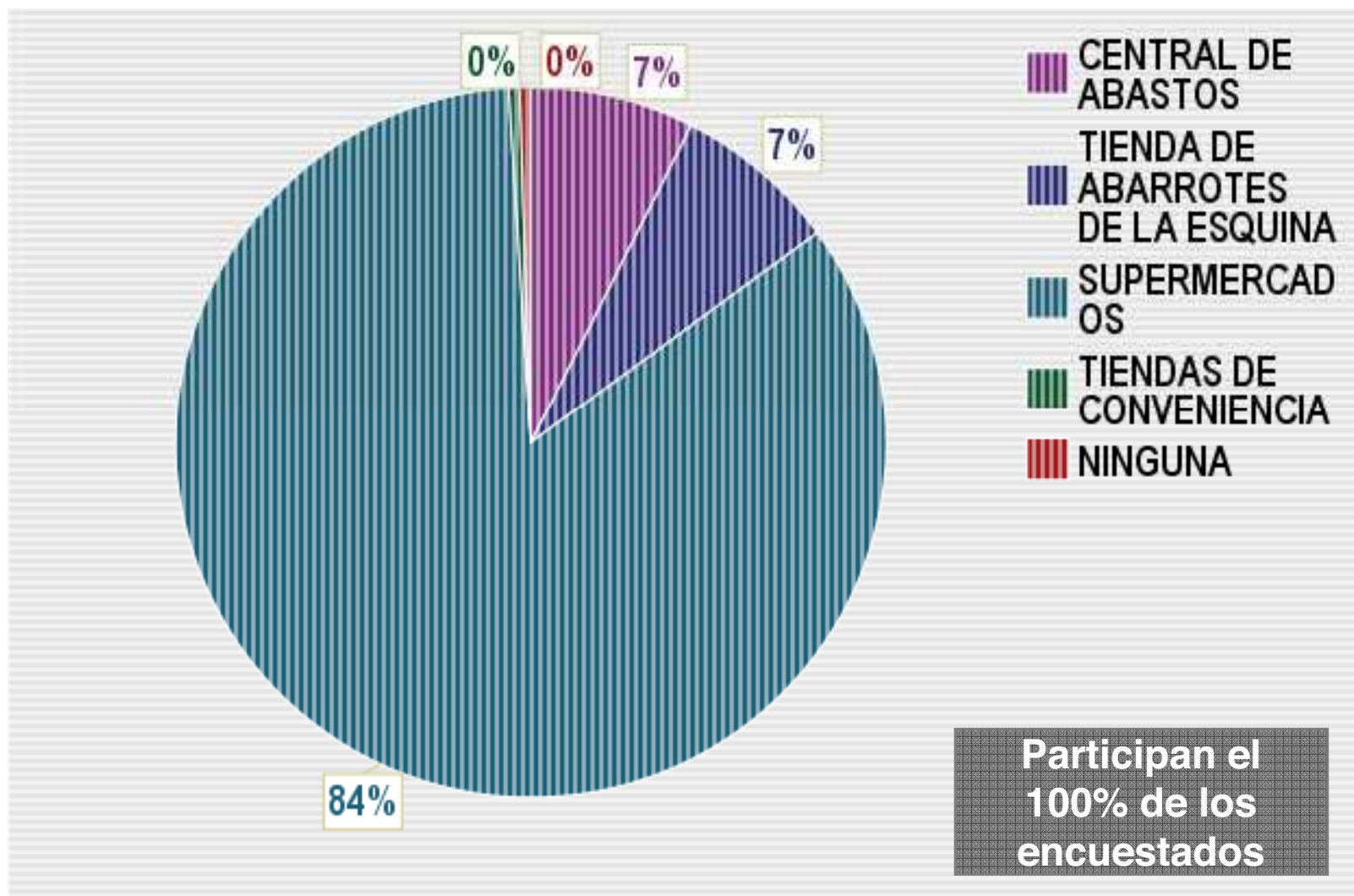
N	Validos	201
	Perdidos	0

### 1. Normalmente, ¿Dónde surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	CENTRAL DE ABASTOS	15	7,5	7,5	7,5
	TIENDA DE ABARROTOS DE LA ESQUINA	15	7,5	7,5	14,9
	SUPERMERCADOS	169	84,1	84,1	99,0
	TIENDAS DE CONVENIENCIA	1	,5	,5	99,5
	NINGUNA	1	,5	,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

# 1. Normalmente, ¿Dónde surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

10



## 2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras? (Todas las Respuestas)

### Estadísticas

2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras?

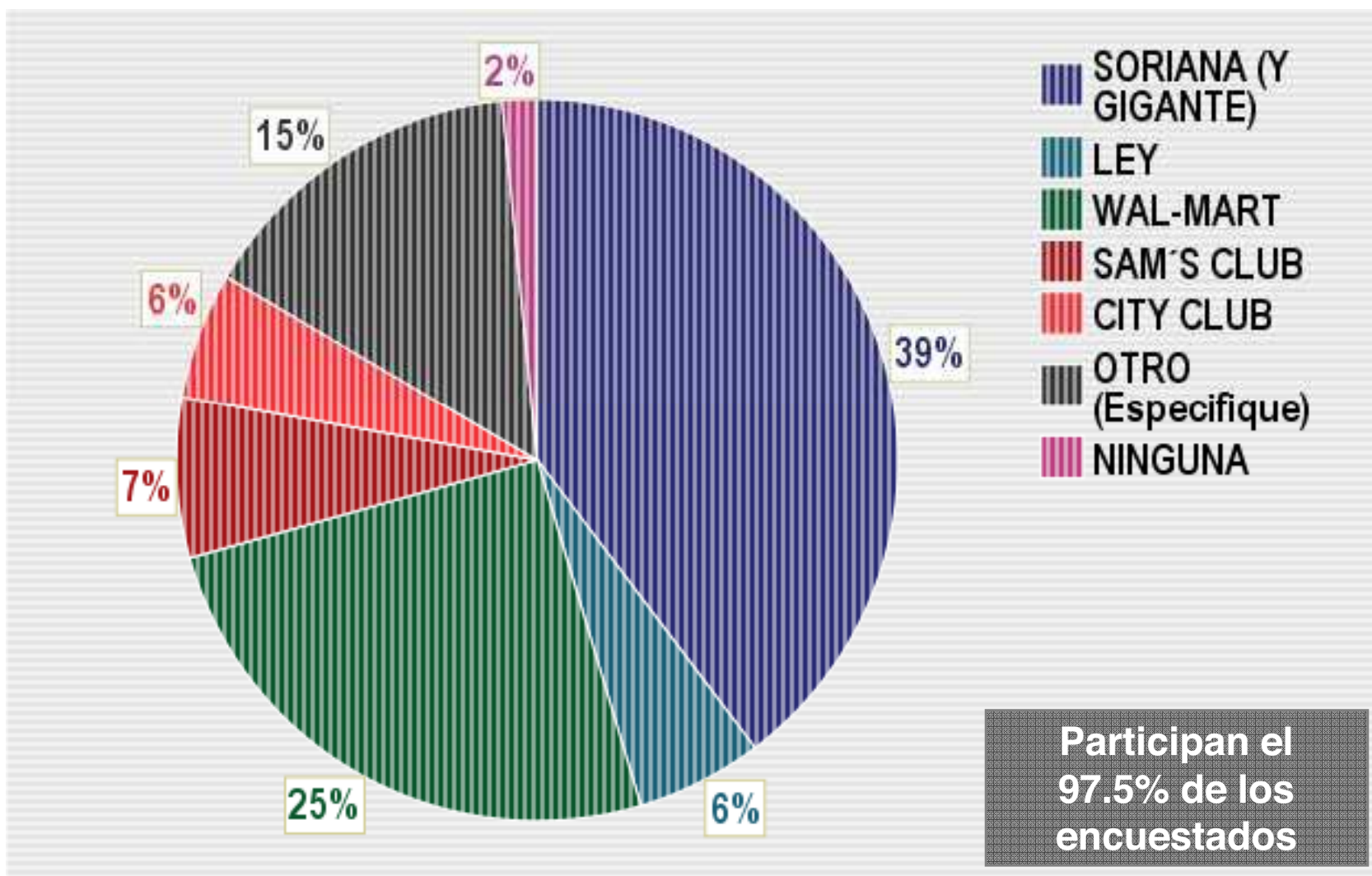
N	Validos	196
	Perdidos	5

### 2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	SORIANA (Y GIGANTE)	77	38,3	39,3	40,3
	LEY	11	5,5	5,6	45,9
	WAL-MART	49	24,4	25,0	70,9
	SAM'S CLUB	14	7,0	7,1	78,1
	CITY CLUB	11	5,5	5,6	83,7
	OTRO (Especifique)	29	14,4	14,8	98,5
	NINGUNA	3	1,5	1,5	100,0
	Total	196	97,5	100,0	
Perdidos	System	5	2,5		
Total		201	100,0		

## 2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras? (Todas las Respuestas)

12



## 2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras? (Otros)

13

### Estadísticas

2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras? Otros

N	Validos	201
	Perdidos	0

### 2. Regularmente, ¿En qué supermercado hace sus compras? Otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	172	85,6	85,6	85,6
Ambas, soriana y walt mart	1	,5	,5	86,1
FARMACIA GUADALAJARA	1	,5	,5	86,6
ISSSTE	4	2,0	2,0	88,6
Mercado	1	,5	,5	89,1
MERCADO	2	1,0	1,0	90,0
MERCADO DE ABASTOS	5	2,5	2,5	92,5
Soriana y Walt-Mart ambos	1	,5	,5	93,0
TIENDA DE LA ESQUINA	11	5,5	5,5	98,5
TIENDA DE LA ESUINA	1	,5	,5	99,0
TIENDA LA PRINCESA	1	,5	,5	99,5
Todos	1	,5	,5	100,0
Total	201	100,0	100,0	

### 3. En promedio, ¿Cuántas veces al mes surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

14

#### Estadísticas

3. En promedio, ¿Cuántas veces al mes surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

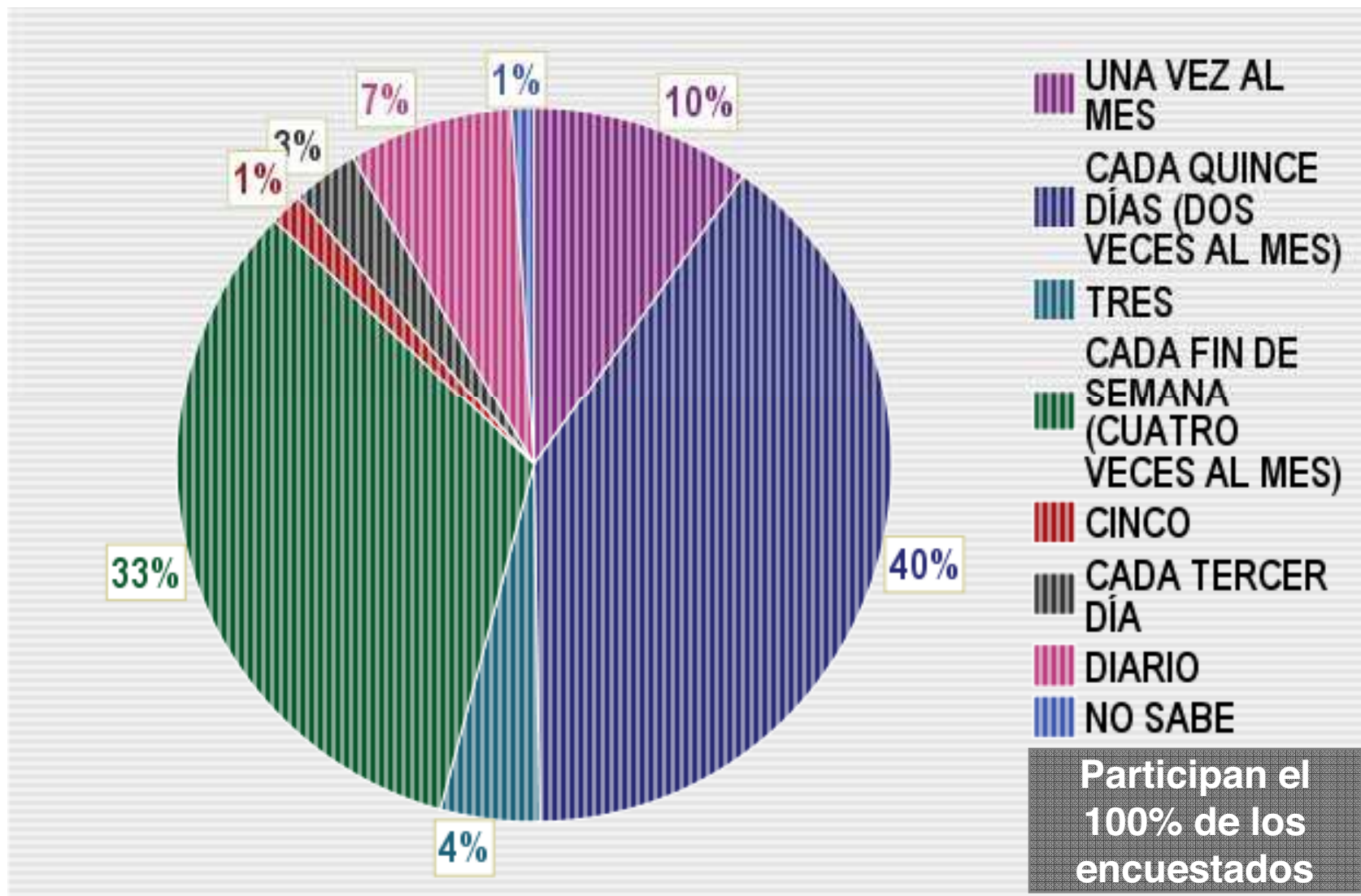
N	Validos	201
	Perdidos	0

#### 3. En promedio, ¿Cuántas veces al mes surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	UNA VEZ AL MES	20	10,0	10,0	10,0
	CADA QUINCE DÍAS (DOS VECES AL MES)	80	39,8	39,8	49,8
	TRES	9	4,5	4,5	54,2
	CADA FIN DE SEMANA (CUATRO VECES AL MES)	66	32,8	32,8	87,1
	CINCO	3	1,5	1,5	88,6
	CADA TERCER DÍA	6	3,0	3,0	91,5
	DIARIO	15	7,5	7,5	99,0
	NO SABE	2	1,0	1,0	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

### 3. En promedio, ¿Cuántas veces al mes surte su despensa y/o artículos de primera necesidad?

15



## 4. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios?

### Estadísticas

4. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios?

N	Validos	200
	Perdidos	1

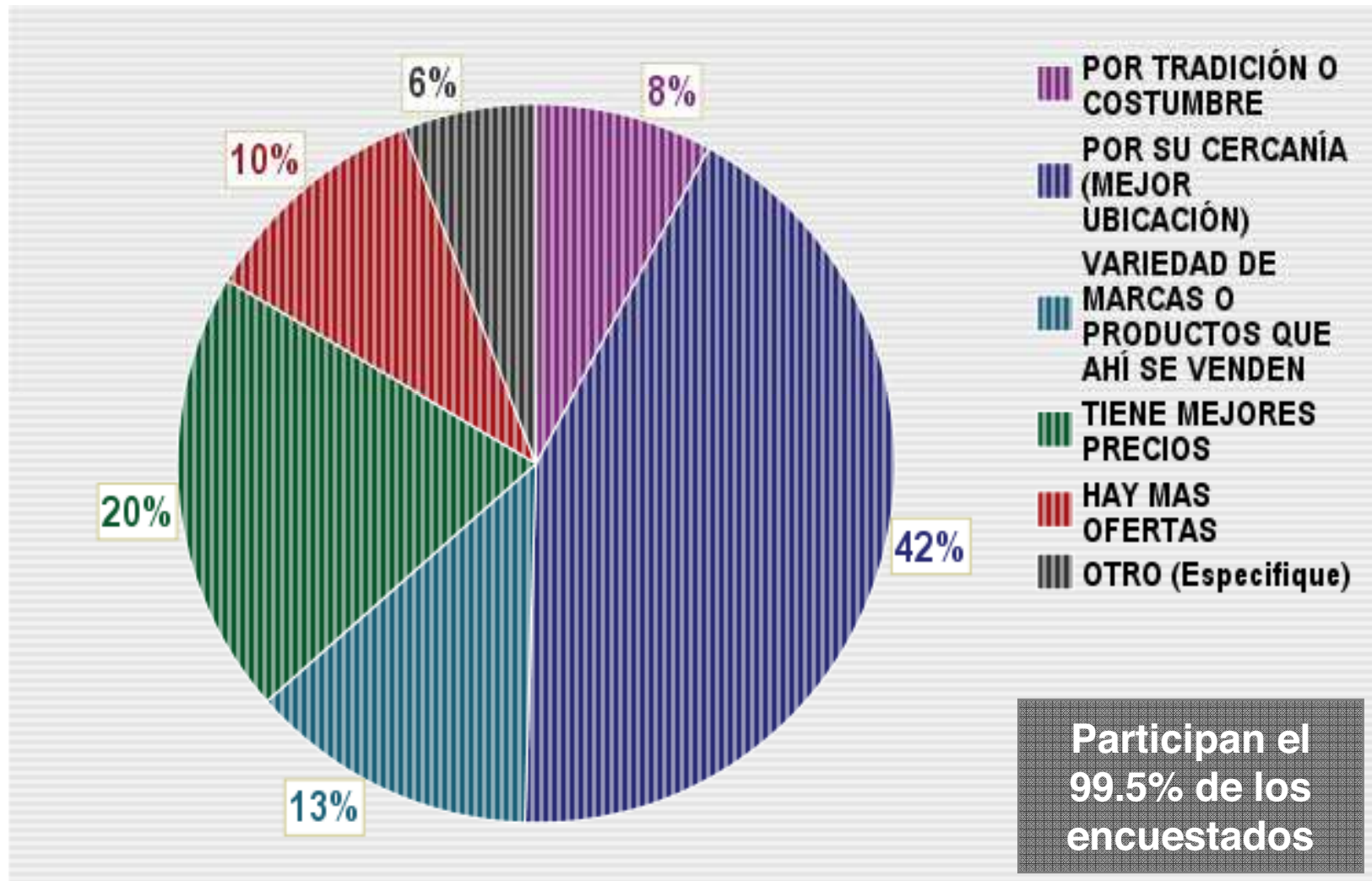
### 4. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	POR TRADICIÓN O COSTUMBRE	16	8,0	8,0	8,0
	POR SU CERCANÍA (MEJOR UBICACIÓN)	85	42,3	42,5	50,5
	VARIEDAD DE MARCAS O PRODUCTOS QUE AHÍ SE VENDEN	26	12,9	13,0	63,5
	TIENE MEJORES PRECIOS	40	19,9	20,0	83,5
	HAY MAS OFERTAS	21	10,4	10,5	94,0
	OTRO (Especifique)	12	6,0	6,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		



#### 4. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios?

17



## 4. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios? (Otros)

### Estadísticas

4. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios? Otros

N	Validos	201
	Perdidos	0

. ¿Cuál es el motivo por el que prefiere ir, en particular, a esta tienda de autoservicios? Otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	195	97,0	97,0	97,0
Bonos y puntos	1	,5	,5	97,5
donde haya ofertas	1	,5	,5	98,0
el que le quede de paso	1	,5	,5	98,5
Por el mayoreo	1	,5	,5	99,0
Por la calidad	1	,5	,5	99,5
Por necesidad porque le dan vales	1	,5	,5	100,0
Total	201	100,0	100,0	

## 5. En promedio, ¿Cuánto gasta en cada una de sus visitas?

### Estadísticas

5. En promedio, ¿Cuánto gasta en cada una de sus visitas?

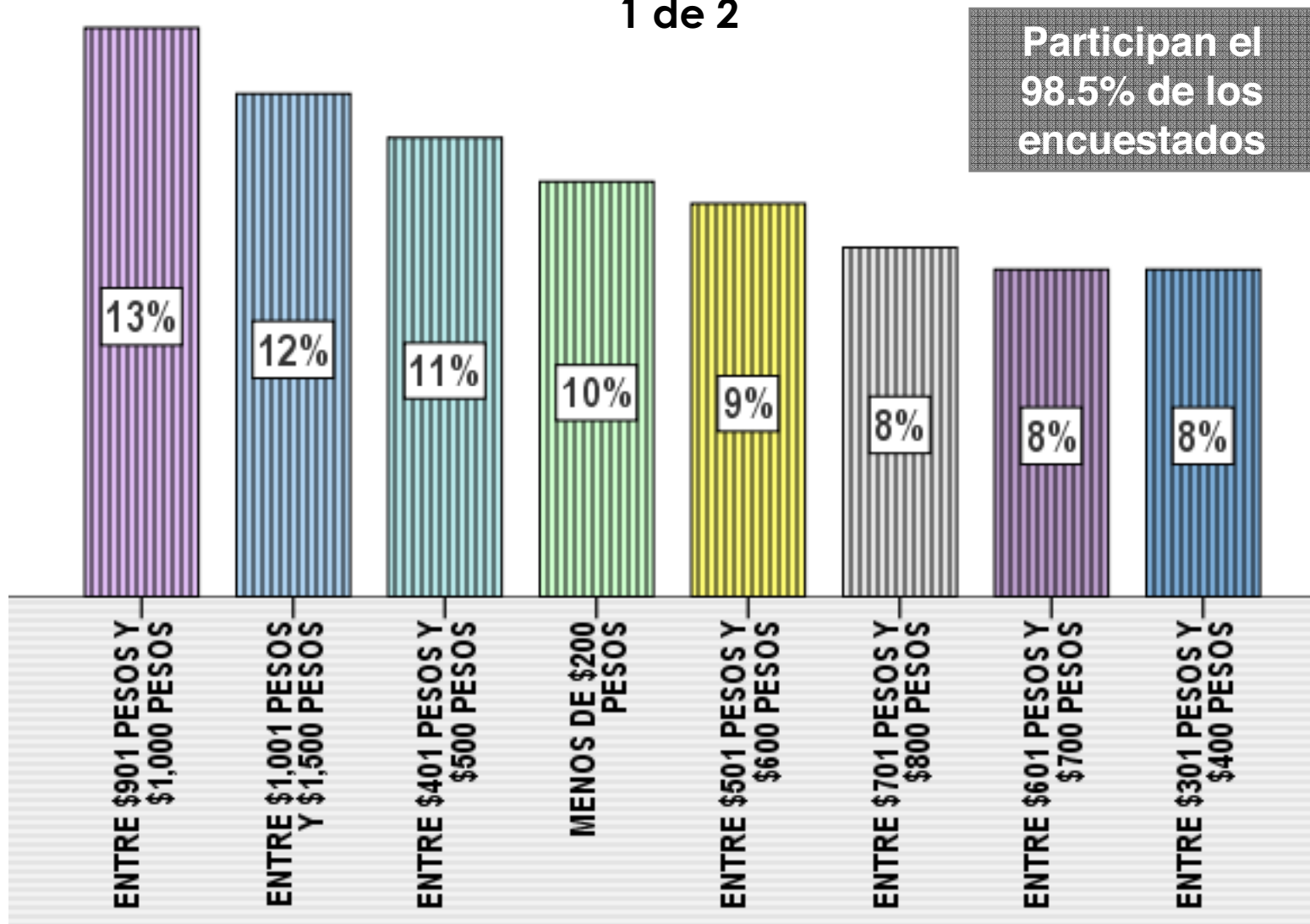
N	Validos	198
	Perdidos	3

### 5. En promedio, ¿Cuánto gasta en cada una de sus visitas?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	MENOS DE \$200 PESOS	19	9,5	9,6	9,6
	ENTRE \$201 PESOS Y \$300 PESOS	14	7,0	7,1	16,7
	ENTRE \$301 PESOS Y \$400 PESOS	15	7,5	7,6	24,2
	ENTRE \$401 PESOS Y \$500 PESOS	21	10,4	10,6	34,8
	ENTRE \$501 PESOS Y \$600 PESOS	18	9,0	9,1	43,9
	ENTRE \$601 PESOS Y \$700 PESOS	15	7,5	7,6	51,5
	ENTRE \$701 PESOS Y \$800 PESOS	16	8,0	8,1	59,6
	ENTRE \$801 PESOS Y \$900 PESOS	10	5,0	5,1	64,6
	ENTRE \$901 PESOS Y \$1,000 PESOS	26	12,9	13,1	77,8
	ENTRE \$1,001 PESOS Y \$1,500 PESOS	23	11,4	11,6	89,4
	ENTRE \$1,501 PESOS Y \$2,000 PESOS	9	4,5	4,5	93,9
	ENTRE \$2,001 PESOS Y \$2,500 PESOS	1	,5	,5	94,4
	ENTRE \$2,501 PESOS Y \$3,000 PESOS	4	2,0	2,0	96,5
	MAS DE \$3,000 PESOS	3	1,5	1,5	98,0
	NINGUNO DE LOS ANTERIOS	3	1,5	1,5	99,5
NO SABE	1	,5	,5	100,0	
Total		198	98,5	100,0	
Perdidos	NO CONTESTO	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
Total		201	100,0		

## 5. En promedio, ¿Cuánto gasta en cada una de sus visitas?

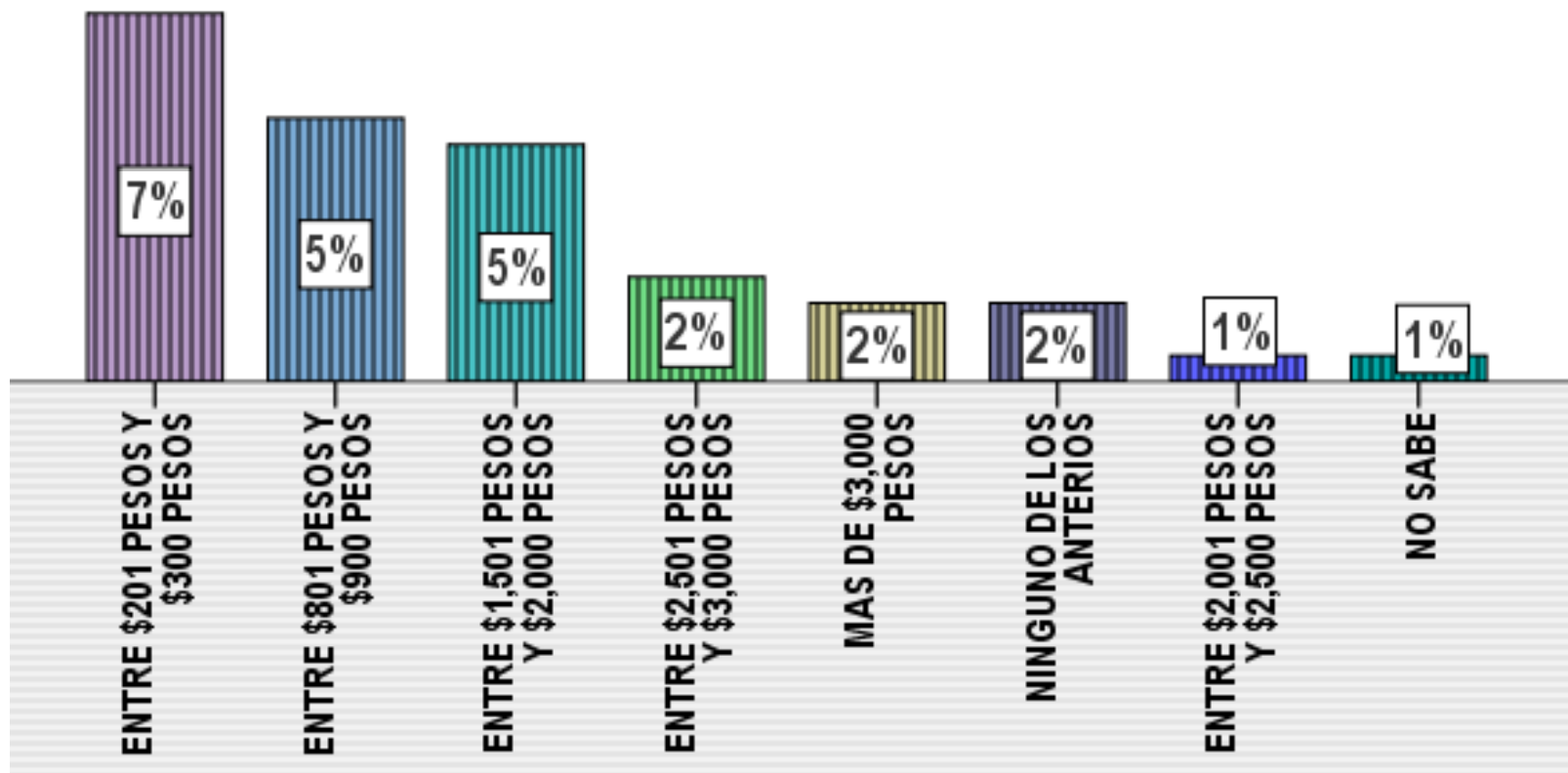
1 de 2



## 5. En promedio, ¿Cuánto gasta en cada una de sus visitas?

2 de 2

Participan el  
98.5% de los  
encuestados



## 6. Totalizando el gasto mensual que hace en el supermercado, ¿Cuánto representa este gasto de sus ingresos totales?

### Estadísticas

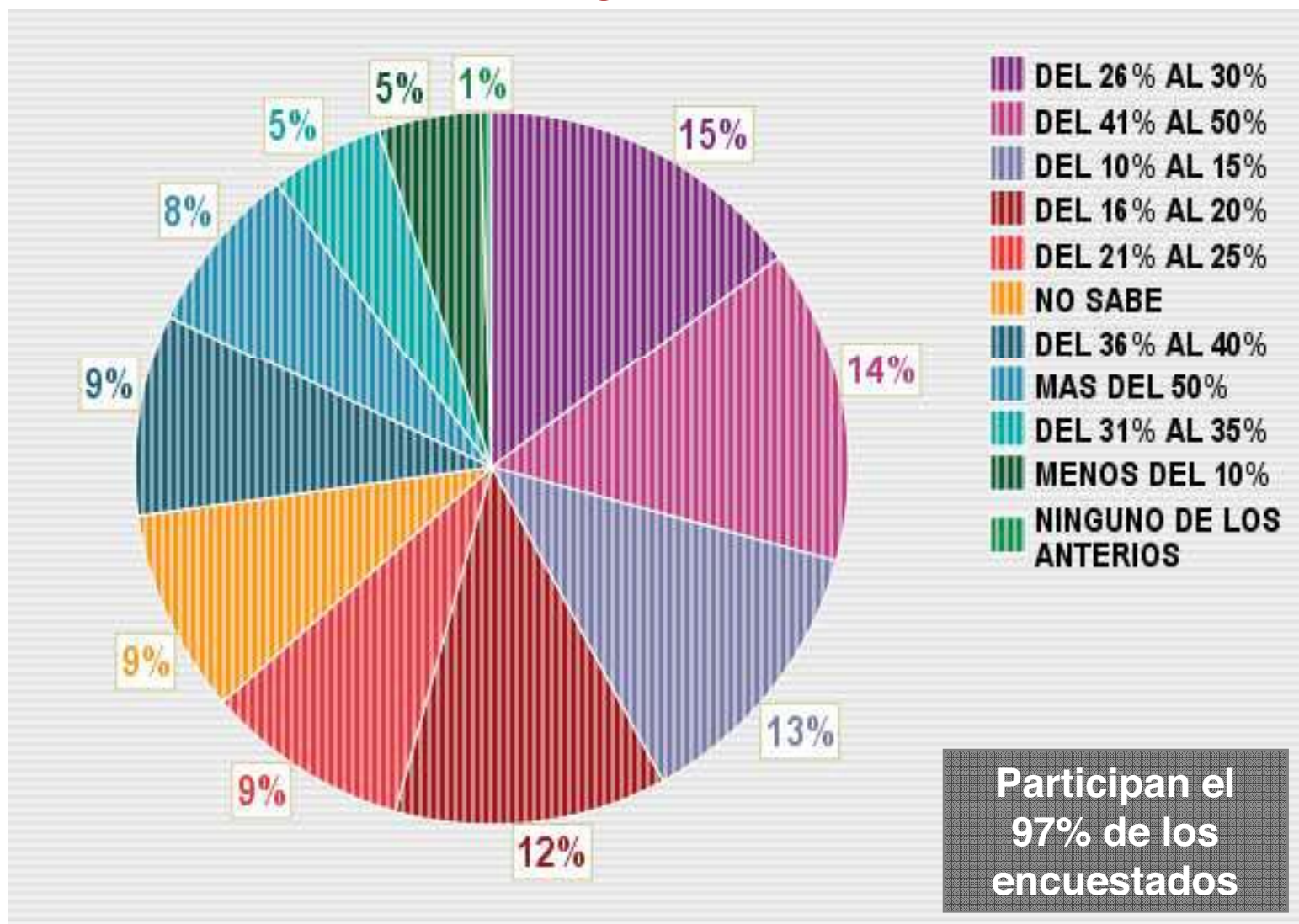
6. Totalizando el gasto mensual que hace en el supermercado, ¿Cuánto representa este gasto de sus ingresos totales?

N	Validos	195
	Perdidos	6

. Totalizando el gasto mensual que hace en el supermercado, ¿Cuánto representa este gasto de sus ingresos totales?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	MENOS DEL 10%	9	4,5	4,6	4,6
	DEL 10% AL 15%	25	12,4	12,8	17,4
	DEL 16% AL 20%	24	11,9	12,3	29,7
	DEL 21% AL 25%	18	9,0	9,2	39,0
	DEL 26% AL 30%	29	14,4	14,9	53,8
	DEL 31% AL 35%	10	5,0	5,1	59,0
	DEL 36% AL 40%	18	9,0	9,2	68,2
	DEL 41% AL 50%	28	13,9	14,4	82,6
	MAS DEL 50%	15	7,5	7,7	90,3
	NINGUNO DE LOS ANTERIOS	1	,5	,5	90,8
	NO SABE	18	9,0	9,2	100,0
Total		195	97,0	100,0	
Perdidos	NO CONTESTO	5	2,5		
	System	1	,5		
	Total	6	3,0		
Total		201	100,0		

## 6. Totalizando el gasto mensual que hace en el supermercado, ¿Cuánto representa este gasto de sus ingresos totales?



## 8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

### Estadísticas

		8.1. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Alimentos frescos (frutas, verduras, etc.)	8.2. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Alimentos y bebidas procesadas	8.3. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Productos para el aseo personal	8.4. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Productos para la limpieza de la casa	8.5. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Otros productos
N	Validos	200	198	198	198	198
	Perdidos	1	3	3	3	3



## 8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

**8.1. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Alimentos frescos (frutas, verduras, etc.)**

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	,00	7	3,5	3,5	3,5
	10,00	2	1,0	1,0	4,5
	15,00	4	2,0	2,0	6,5
	20,00	30	14,9	15,0	21,5
	25,00	14	7,0	7,0	28,5
	30,00	24	11,9	12,0	40,5
	40,00	19	9,5	9,5	50,0
	50,00	33	16,4	16,5	66,5
	60,00	19	9,5	9,5	76,0
	65,00	1	,5	,5	76,5
	70,00	13	6,5	6,5	83,0
	80,00	14	7,0	7,0	90,0
	100,00	20	10,0	10,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

**8.2. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Alimentos y bebidas procesadas**

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	,00	63	31,3	31,8	31,8
	5,00	9	4,5	4,5	36,4
	10,00	28	13,9	14,1	50,5
	15,00	7	3,5	3,5	54,0
	20,00	53	26,4	26,8	80,8
	25,00	11	5,5	5,6	86,4
	30,00	16	8,0	8,1	94,4
	35,00	1	,5	,5	94,9
	40,00	4	2,0	2,0	97,0
	50,00	4	2,0	2,0	99,0
	70,00	1	,5	,5	99,5
	100,00	1	,5	,5	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	System	3	1,5		
Total		201	100,0		

## 8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

**8.3. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Productos para el aseo personal**

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	,00	36	17,9	18,2	18,2
	5,00	4	2,0	2,0	20,2
	10,00	39	19,4	19,7	39,9
	15,00	11	5,5	5,6	45,5
	20,00	68	33,8	34,3	79,8
	25,00	19	9,5	9,6	89,4
	30,00	14	7,0	7,1	96,5
	40,00	3	1,5	1,5	98,0
	50,00	4	2,0	2,0	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	System	3	1,5		
Total		201	100,0		

**8.4. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Productos para la limpieza de la casa**

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	,00	35	17,4	17,7	17,7
	5,00	3	1,5	1,5	19,2
	10,00	48	23,9	24,2	43,4
	15,00	8	4,0	4,0	47,5
	20,00	59	29,4	29,8	77,3
	25,00	18	9,0	9,1	86,4
	30,00	18	9,0	9,1	95,5
	40,00	2	1,0	1,0	96,5
	50,00	5	2,5	2,5	99,0
	60,00	1	,5	,5	99,5
	100,00	1	,5	,5	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	System	3	1,5		
Total		201	100,0		

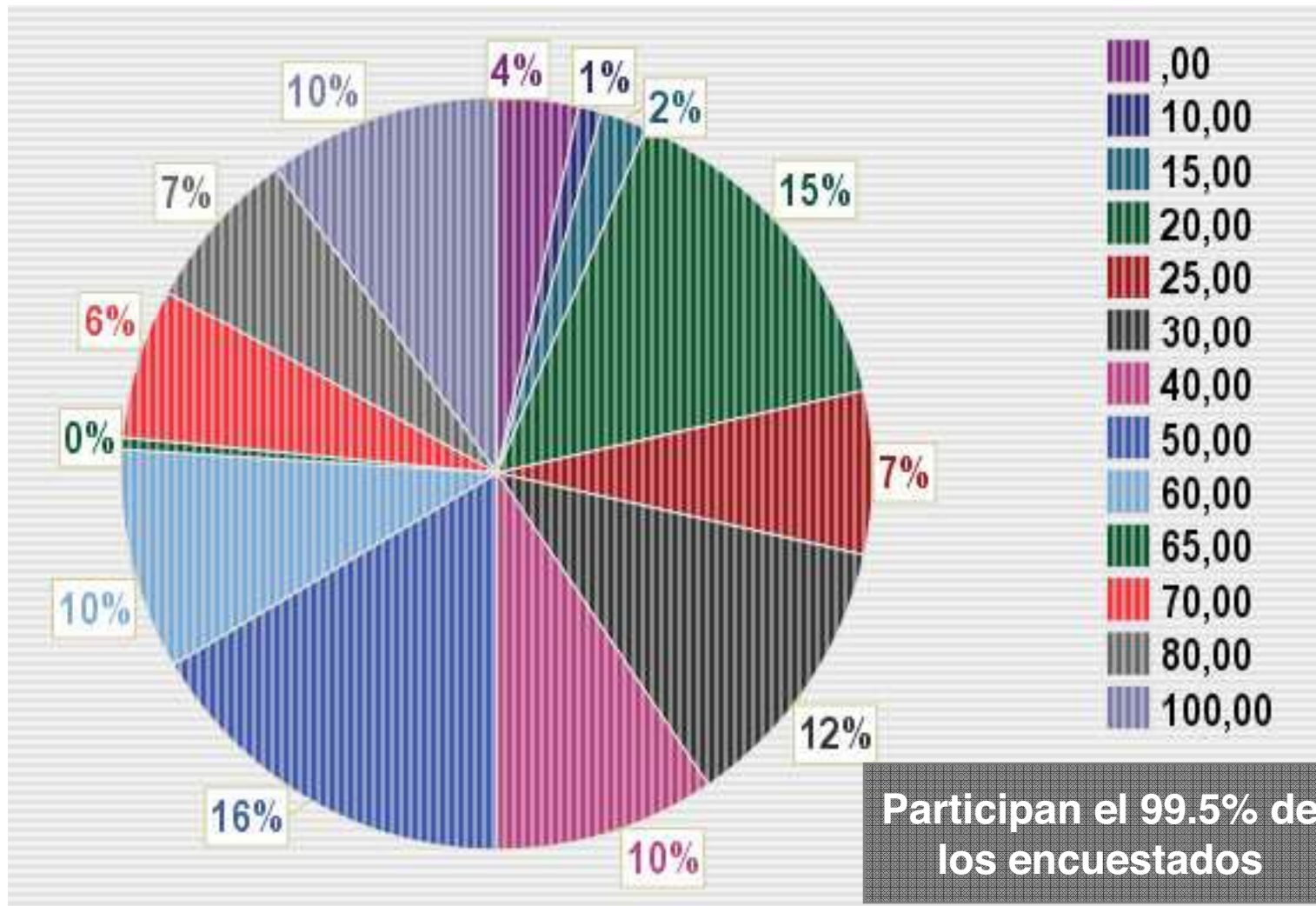
## 8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

### 8.5. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para: Otros productos

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	,00	150	74,6	75,8	75,8
	5,00	1	,5	,5	76,3
	10,00	14	7,0	7,1	83,3
	15,00	1	,5	,5	83,8
	20,00	27	13,4	13,6	97,5
	25,00	2	1,0	1,0	98,5
	30,00	1	,5	,5	99,0
	40,00	2	1,0	1,0	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	System	3	1,5		
Total		201	100,0		

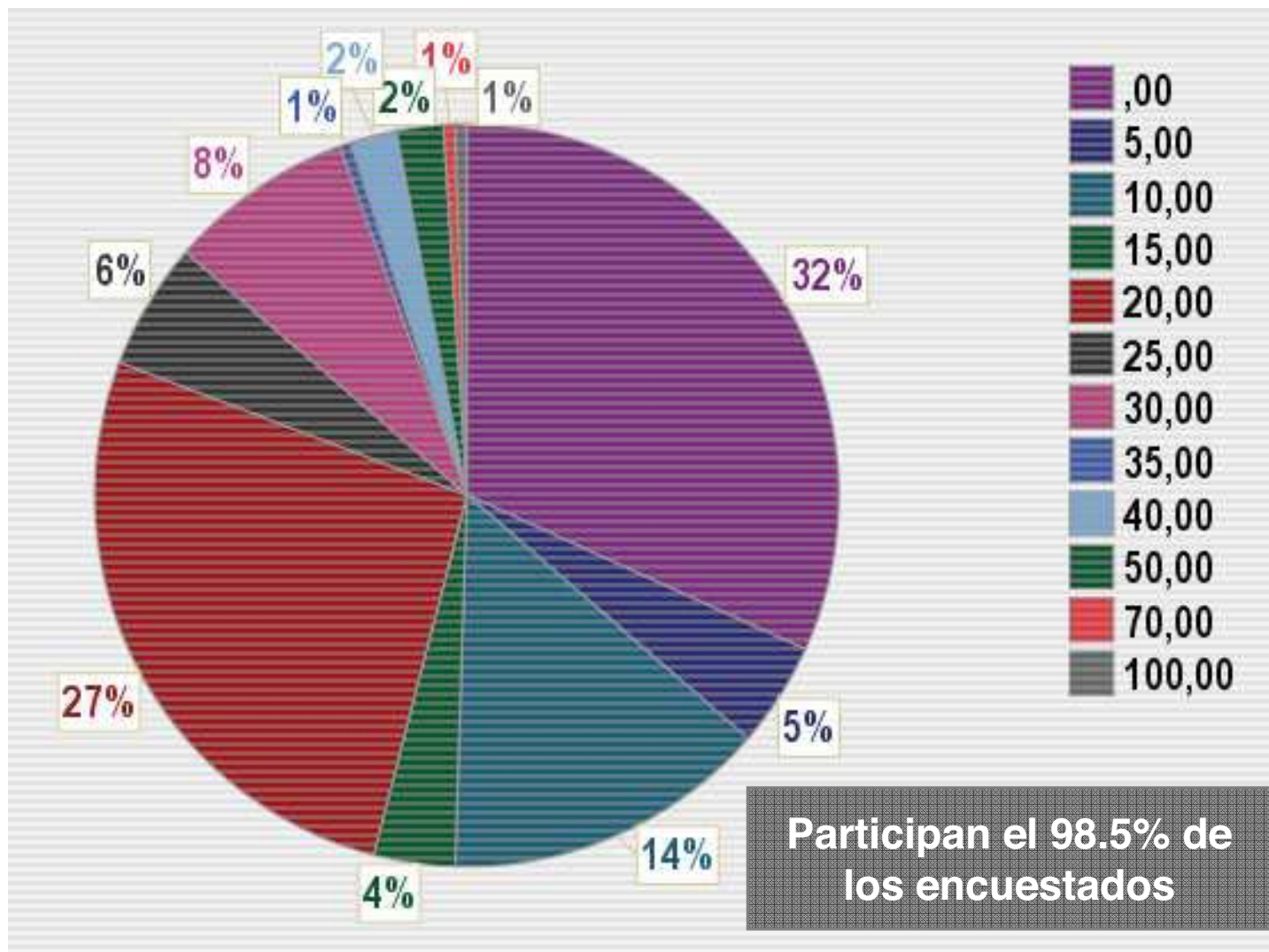
8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

Alimentos Frescos (Frutas y Verduras)



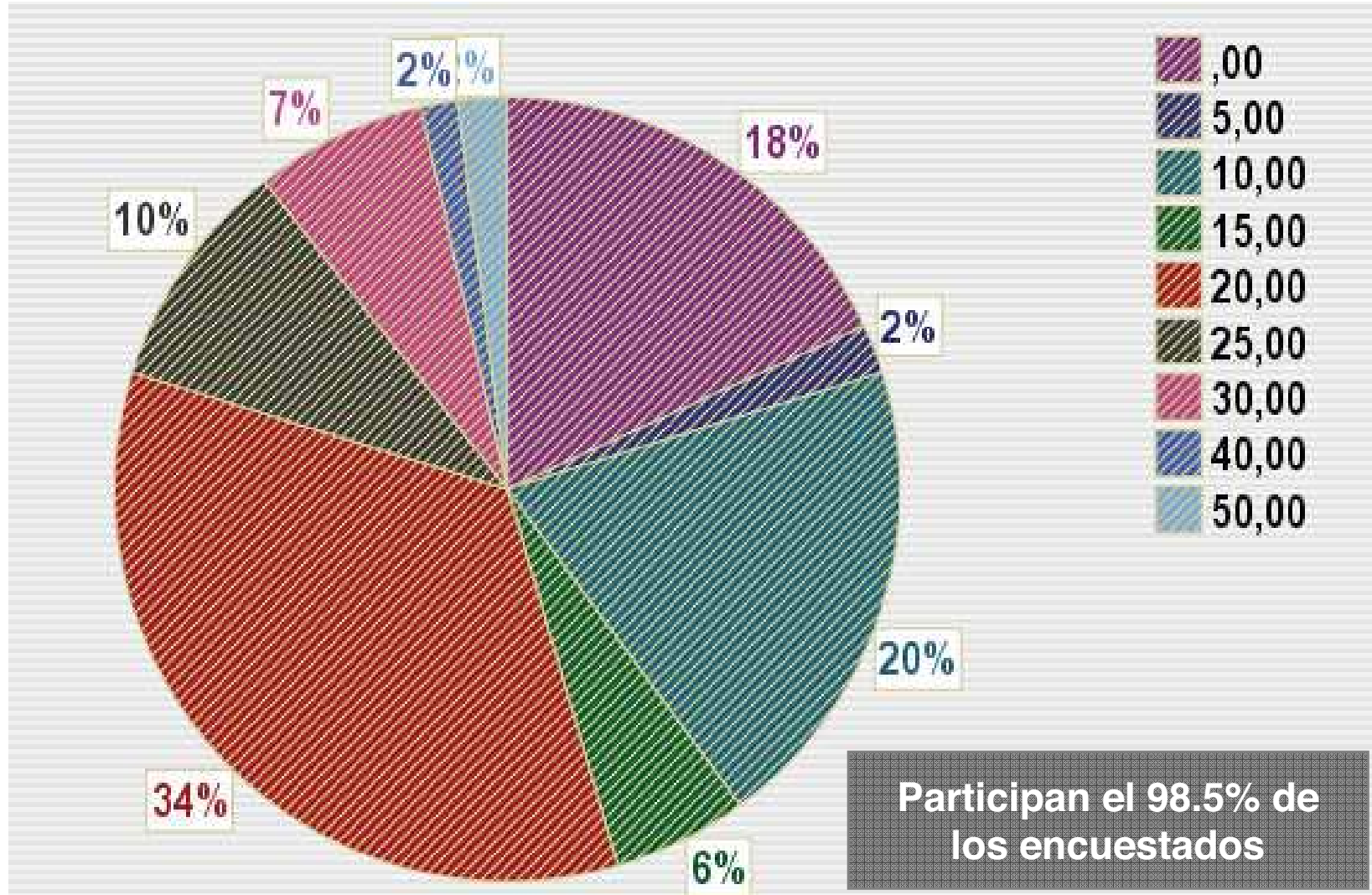
8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

**Alimentos y Bebidas Procesadas**



8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

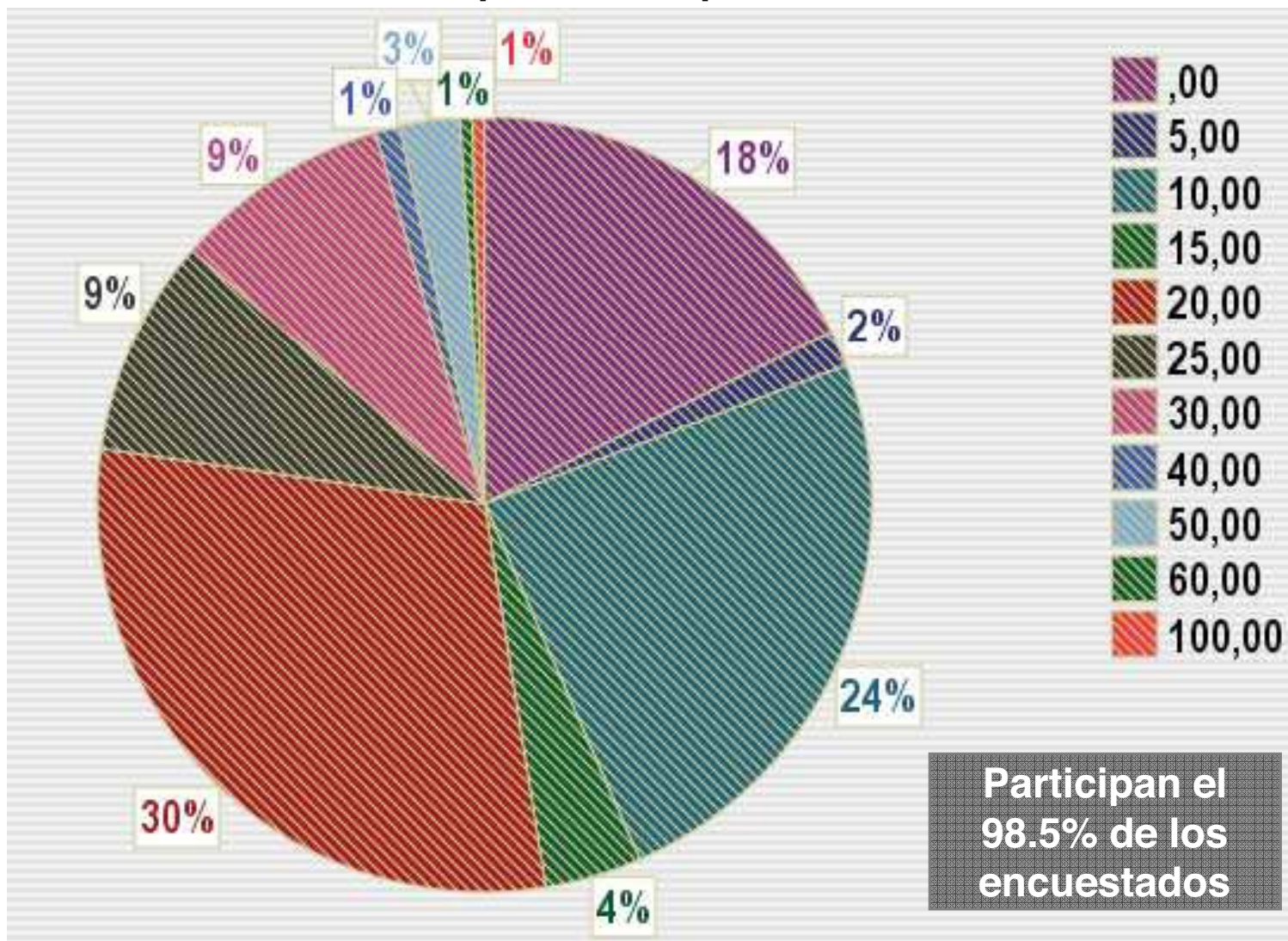
Productos para el Aseo Personal



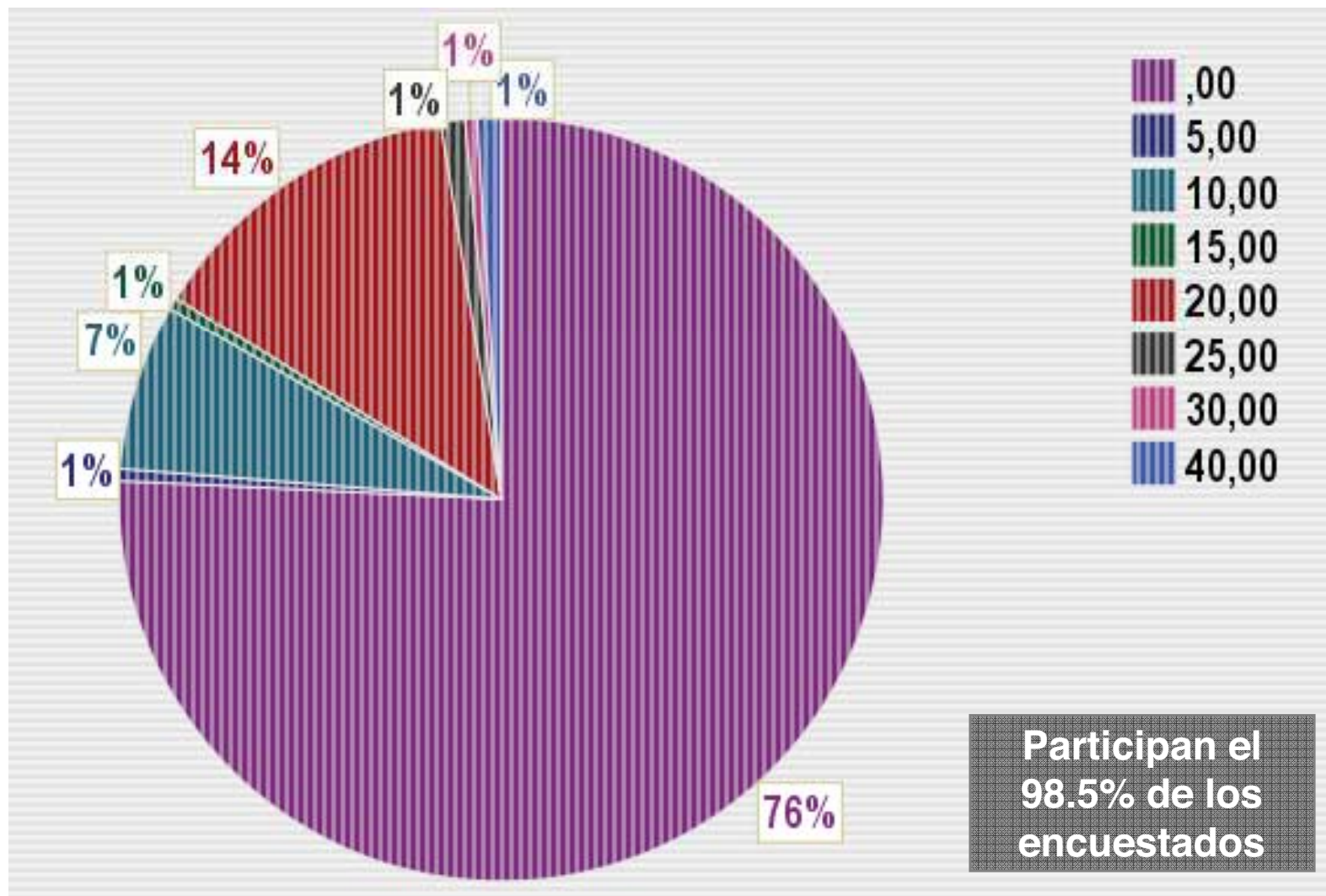


8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:

Productos para la Limpieza de la Casa



8. Suponiendo que gasta \$100 pesos cada vez que va al supermercado, dígame cuántos pesos destina para:  
Otros Productos





# Perfil del Consumo en los Supermercados de la ciudad de Durango

## 9. De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

### 9.1 Precio sobre Calidad

#### 9.1. ¿Qué decide su compra final, el precio o la calidad?

**Estadísticas**

9.1. ¿Qué decide su compra final, el precio o la calidad?

N	Validos	Perdidos
	200	
		1

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Precio	83	41,3	41,5	41,5
	Calidad	110	54,7	55,0	96,5
	77	5	2,5	2,5	99,0
	NO SABE	2	1,0	1,0	100,0
Total		200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

### 9.2 ¿Hace una lista antes de ir al Supermercado?

**Estadísticas**

9.2. ¿Acostumbra hacer alguna lista de los productos que realmente necesita antes de ir al supermercado?

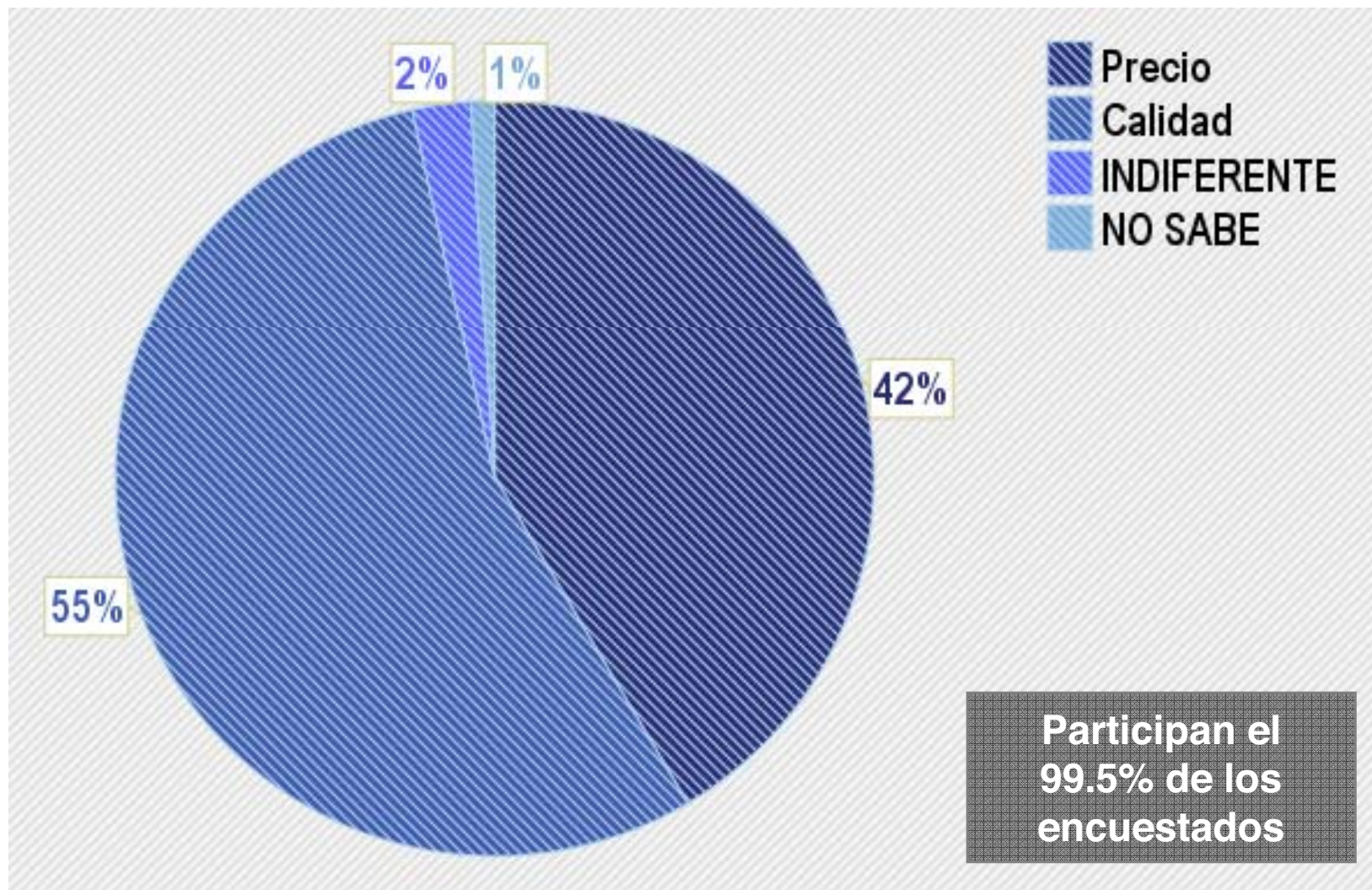
N	Validos	Perdidos
	200	
		1

#### 9.2. ¿Acostumbra hacer alguna lista de los productos que realmente necesita antes de ir al supermercado?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	122	60,7	61,0	61,0
	No	76	37,8	38,0	99,0
	77	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

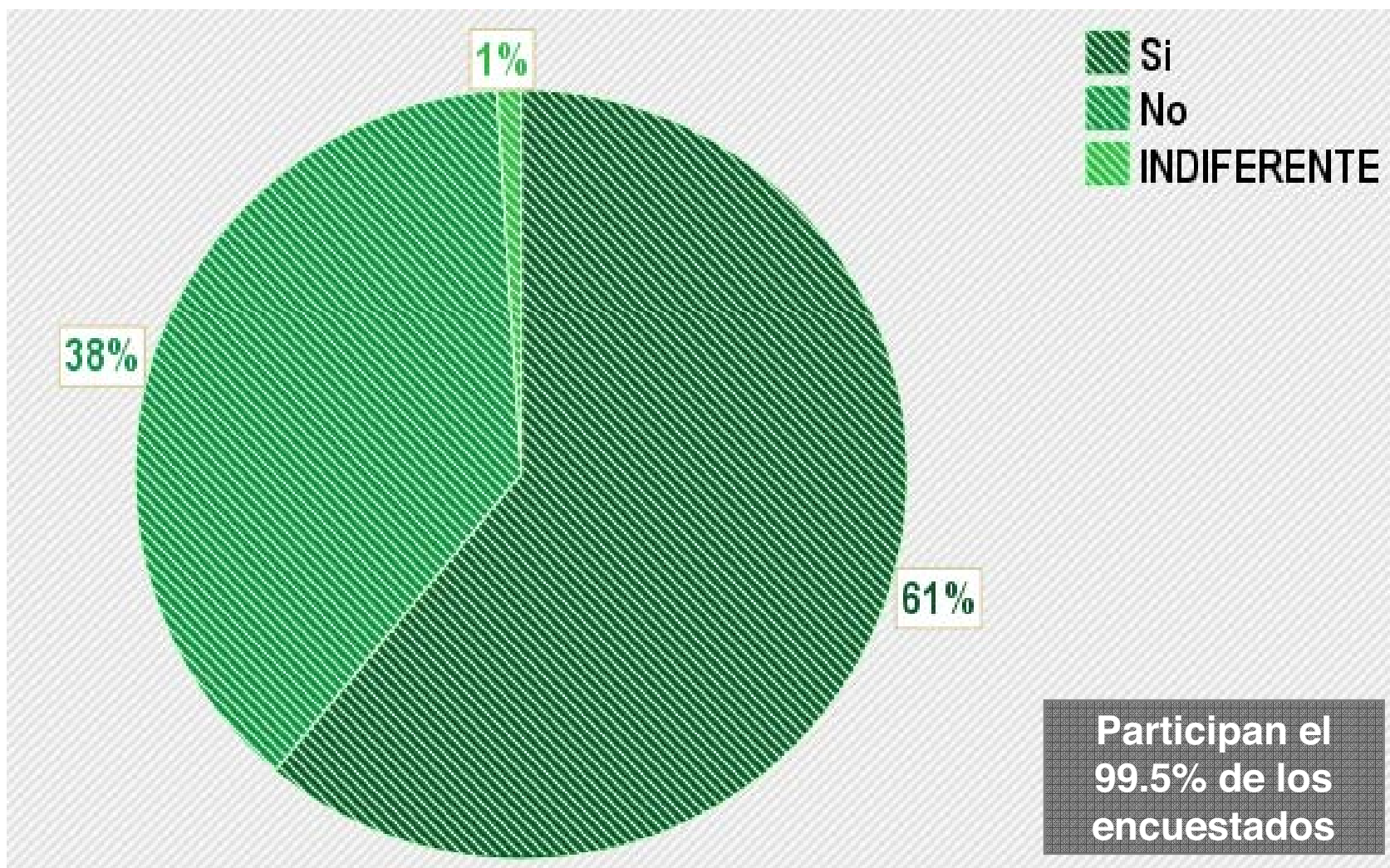
## 9.1 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

Precio sobre Calidad



## 9.2 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

¿Hace una lista antes de ir al Supermercado?



## 9. De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

### 9.3 Define un Presupuesto antes de ir al Supermercado

#### Estadísticas

9.3. ¿Define un presupuesto previo al ir al supermercado?

N	Validos	200
	Perdidos	1

9.3. ¿Define un presupuesto previo al ir al supermercado?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	110	54,7	55,0	55,0
	No	87	43,3	43,5	98,5
	77	2	1,0	1,0	99,5
	NO SABE	1	,5	,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

### 9.4 ¿Siente que compró de más o algo que no necesitaba?

#### Estadísticas

9.4. Al finalizar sus compras ¿Ha sentido que compró de más o compró productos que realmente no necesitaba?

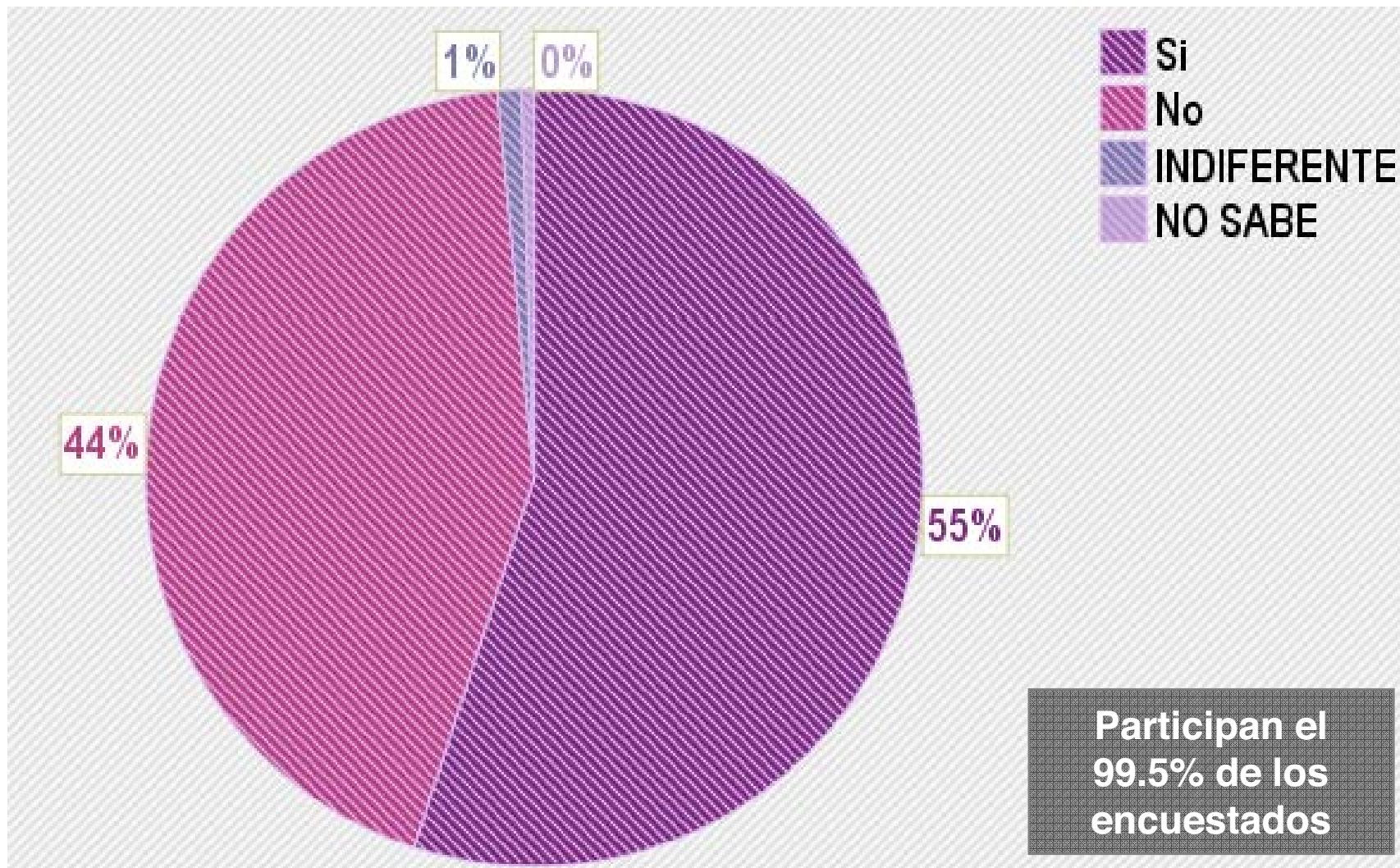
N	Validos	200
	Perdidos	1

9.4. Al finalizar sus compras ¿Ha sentido que compró de más o compró productos que realmente no necesitaba?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	92	45,8	46,0	46,0
	No	106	52,7	53,0	99,0
	NO SABE	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

### 9.3 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

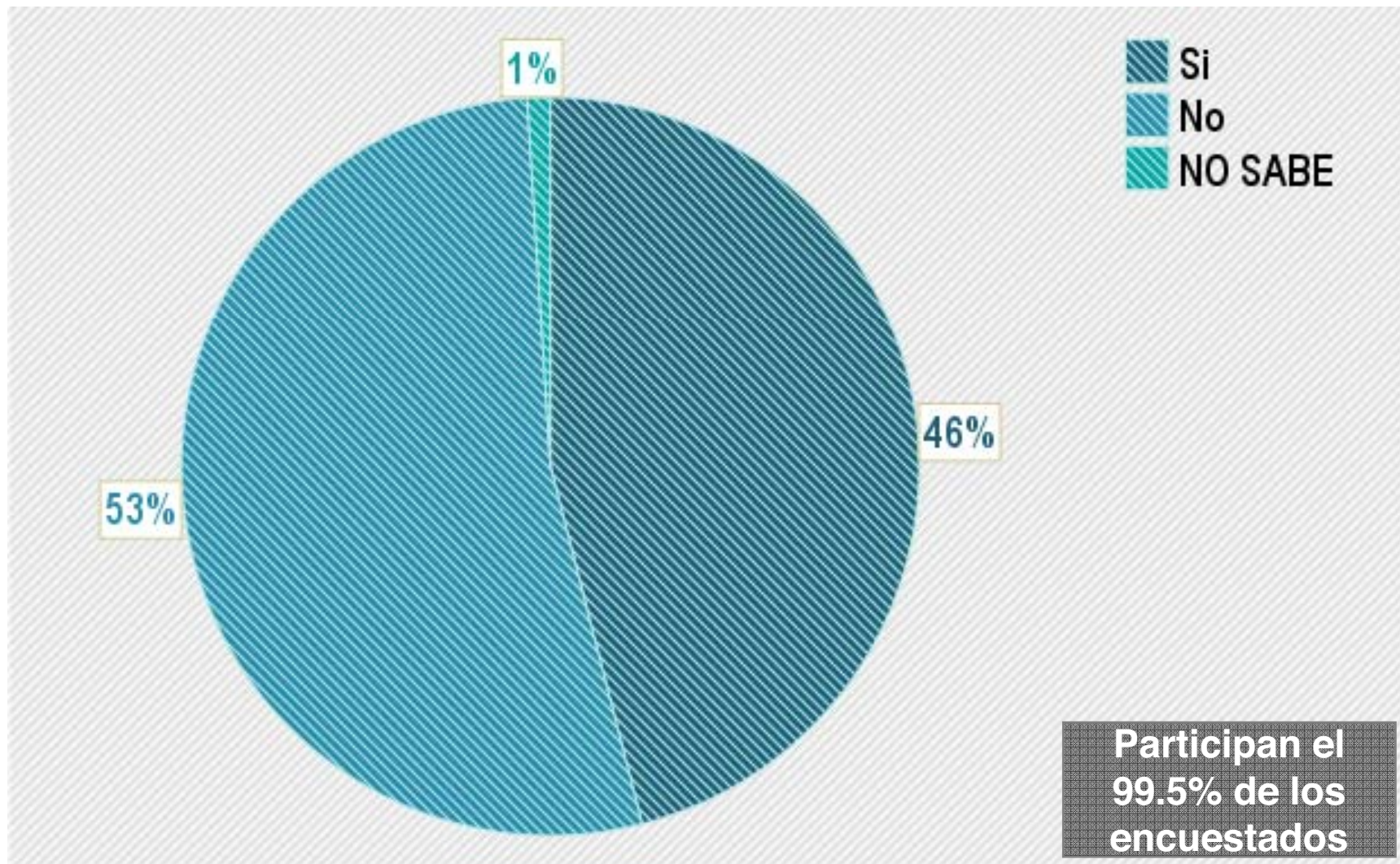
Define un Presupuesto antes de ir al Supermercado





## 9.4 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

¿Siente que compró de más o algo que no necesitaba?



## 9. De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

### 9.5 Marcas Nacionales o Extranjeras

9.5. ¿Qué marcas prefiere, nacionales o extranjeras?

Estadísticas		
9.5. ¿Qué marcas prefiere, nacionales o extranjeras?		
N	Validos	200
	Perdidos	1

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Nacional	153	76,1	76,5	76,5
	Extranjero	25	12,4	12,5	89,0
	77	19	9,5	9,5	98,5
	NO SABE	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

### 9.6 ¿Ha comprado productos locales o regionales?

Estadísticas		
9.6. ¿Ha comprado o compra productos locales o regionales?		
N	Validos	200
	Perdidos	1

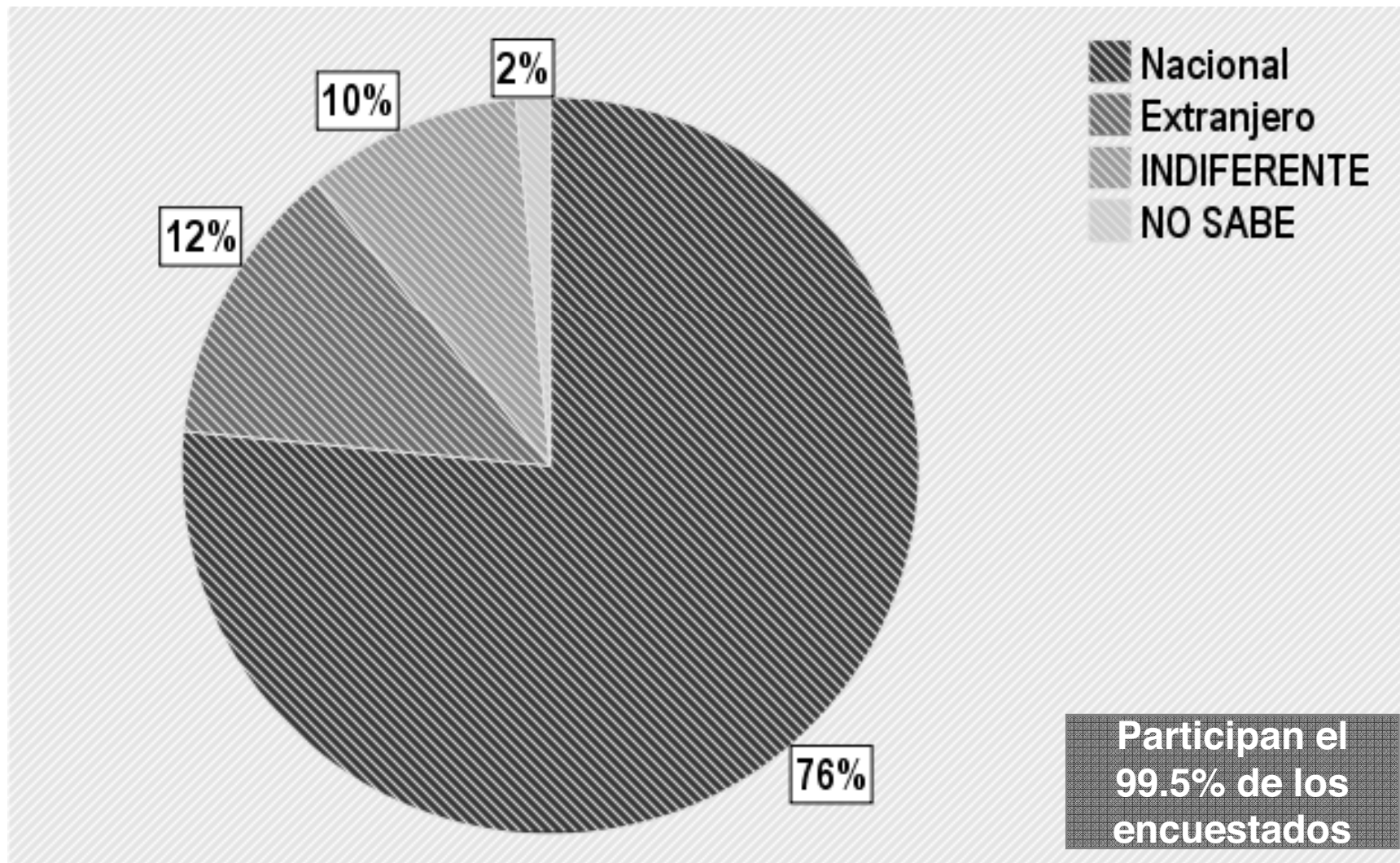
9.6. ¿Ha comprado o compra productos locales o regionales?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	164	81,6	82,0	82,0
	No	32	15,9	16,0	98,0
	77	2	1,0	1,0	99,0
	NO SABE	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		



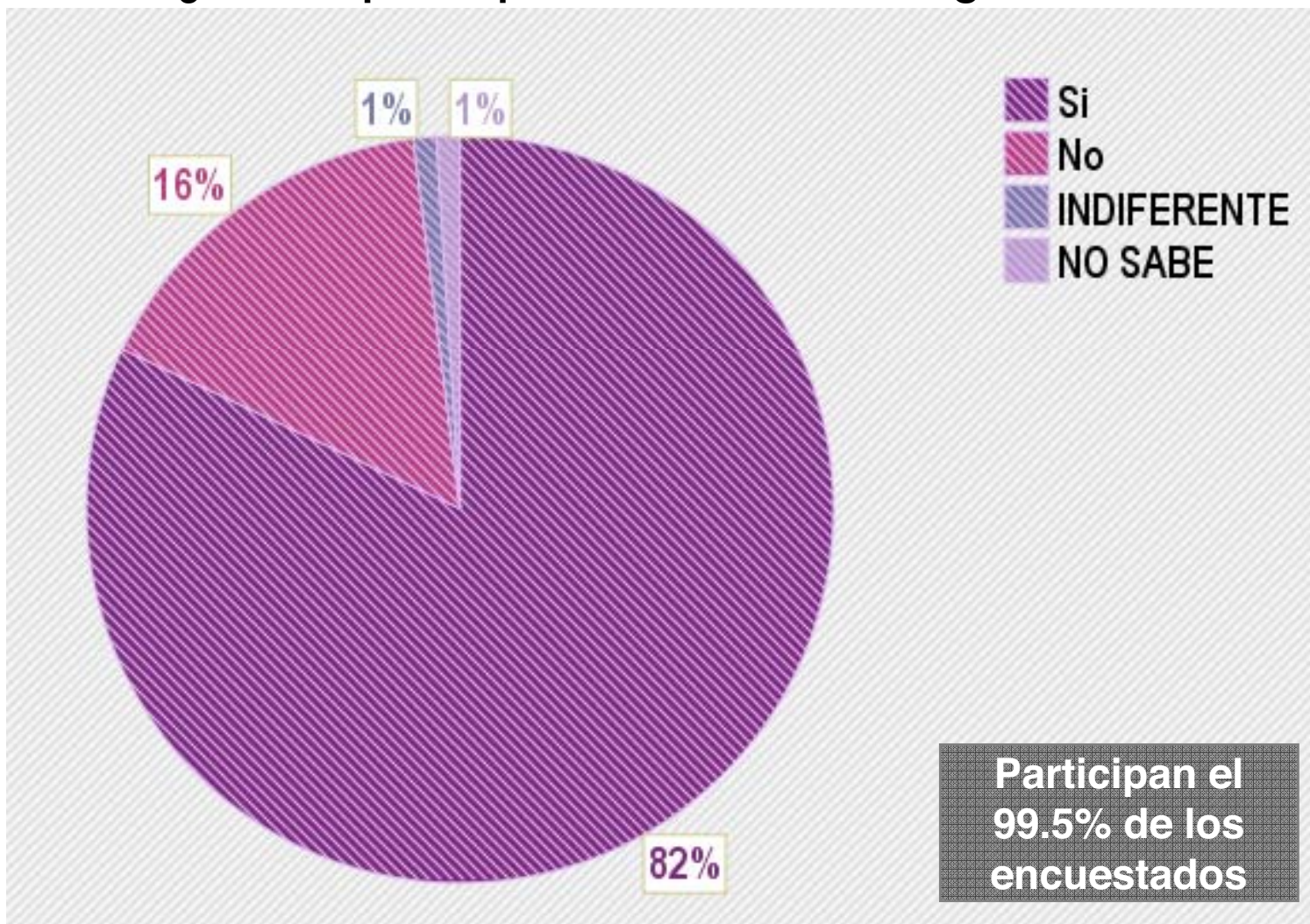
## 9.5 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

### Marcas Nacionales o Extranjeras



## 9.6 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

¿Ha comprado productos locales o regionales?



## 9. De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

### 9.7 ¿Ha comprado productos ecológicos?

#### Estadísticas

9.7. ¿Ha comprado productos ecológicos? (Por ejemplo, biodegradables, orgánicos, reciclados, etc.)

N	Validos	Perdidos
	200	
		1

9.7. ¿Ha comprado productos ecológicos? (Por ejemplo, biodegradables, orgánicos, reciclados, etc.)

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	109	54,2	54,5	54,5
	No	85	42,3	42,5	97,0
	77	1	,5	,5	97,5
	NO SABE	5	2,5	2,5	100,0
Total		200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

### 9.8 ¿Compara precios antes de decidir cuál producto comprar?

#### Estadísticas

9.8. Usualmente, ¿Compara precios antes de decidir cuál producto comprar?

N	Validos	Perdidos
	200	
		1

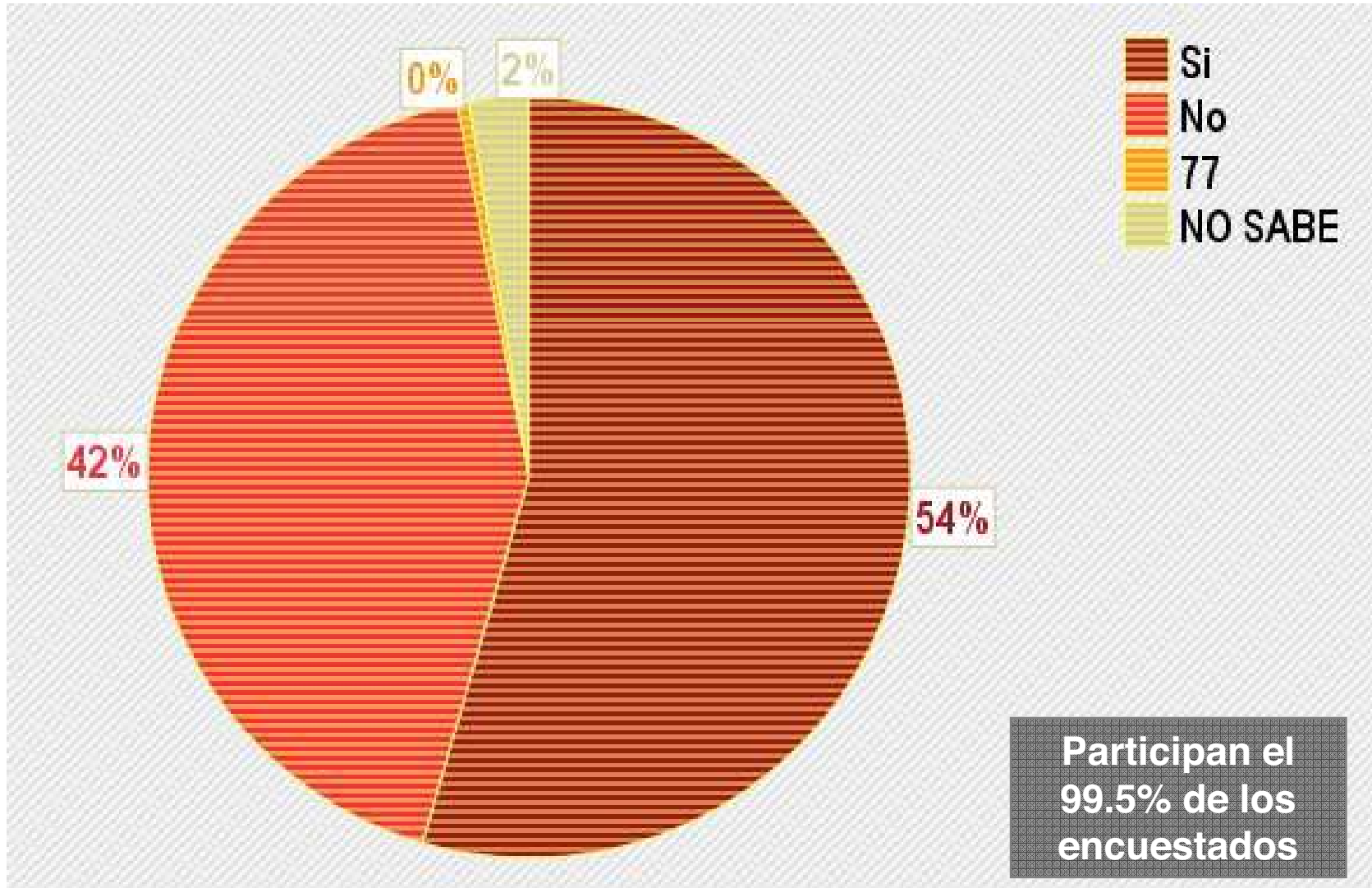
9.8. Usualmente, ¿Compara precios antes de decidir cuál producto comprar?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	158	78,6	79,0	79,0
	No	41	20,4	20,5	99,5
	77	1	,5	,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		



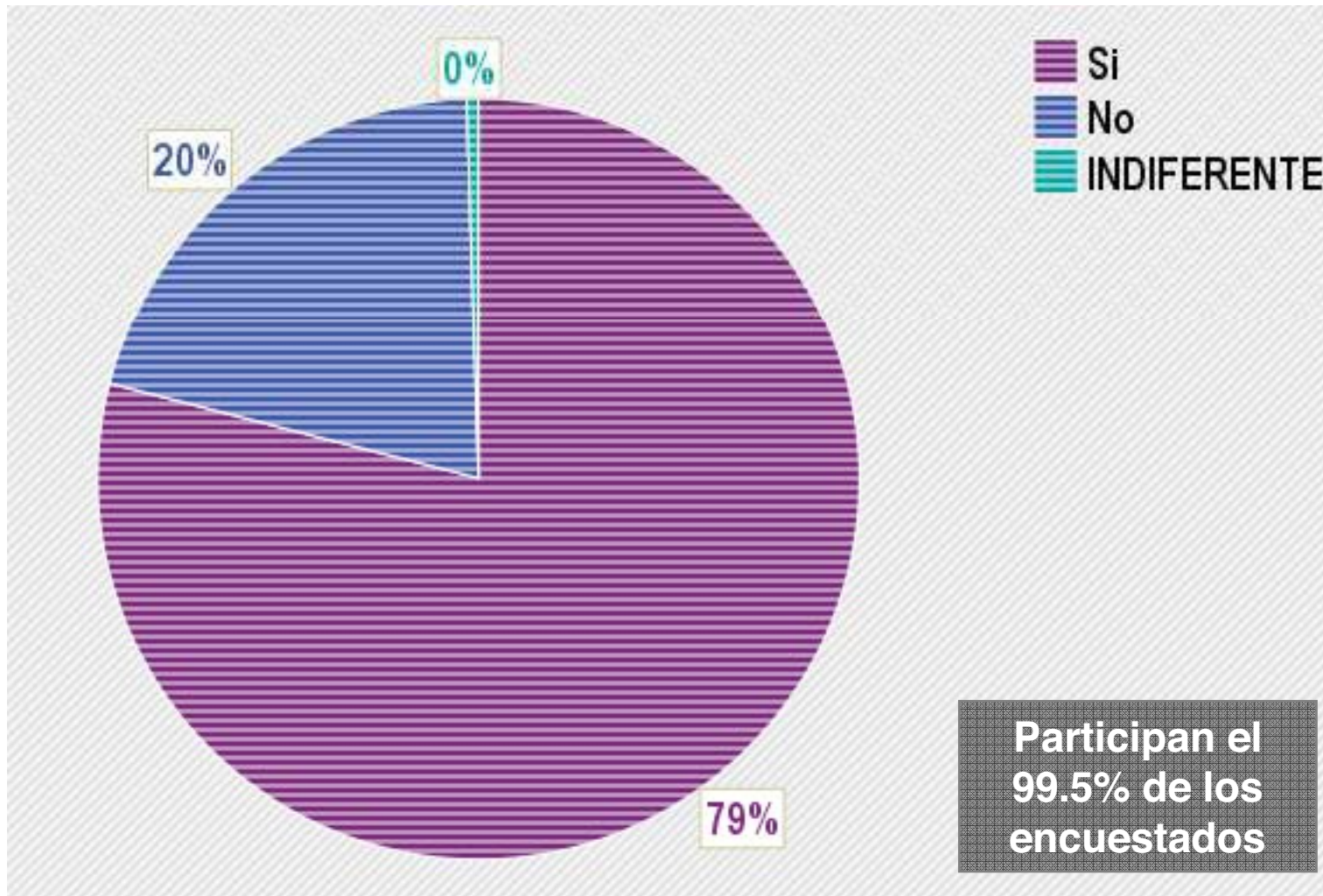
### 9.7 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

¿Ha comprado productos ecológicos?



## 9.8 De los siguientes conceptos que le voy a mencionar, dígame que es lo que prefiere...

¿Compara precios antes de decidir cuál producto comprar?



## 10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado?

### Estadísticas

10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado?

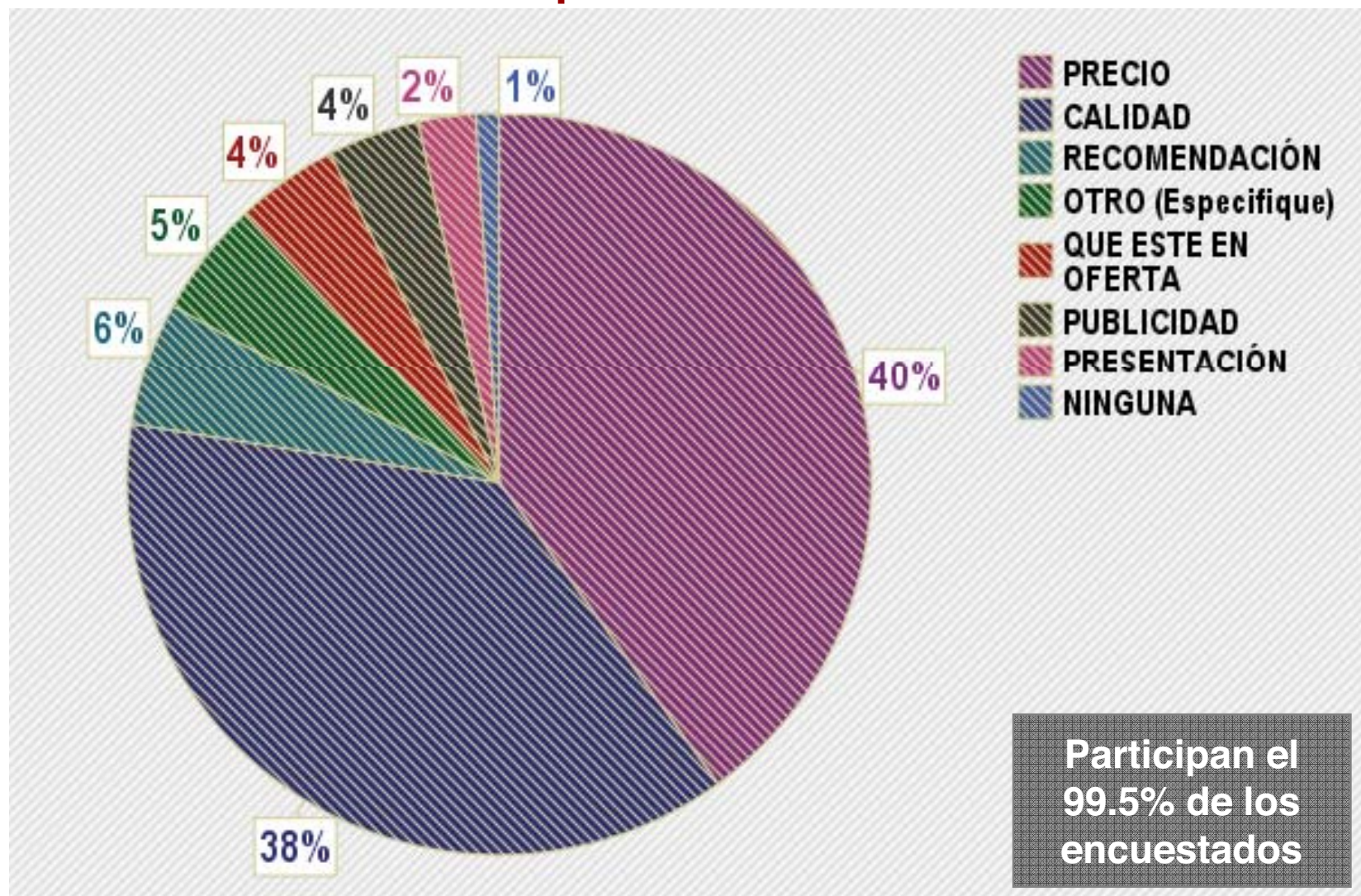
N	Validos	200
	Perdidos	1

### 10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado?

		Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	PRECIO	80	39,8	40,0	40,0
	CALIDAD	75	37,3	37,5	77,5
	PRESENTACIÓN	5	2,5	2,5	80,0
	PUBLICIDAD	8	4,0	4,0	84,0
	RECOMENDACIÓN	11	5,5	5,5	89,5
	QUE ESTE EN OFERTA	9	4,5	4,5	94,0
	OTRO (Especifique)	10	5,0	5,0	99,0
	NINGUNA	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		



## 10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado?



## 10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado? (Otros)

### Estadísticas

10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado? Otros

N	Validos	201
	Perdidos	0

10. ¿Qué es lo que más toma en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado? Otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	195	97,0	97,0	97,0
Cantidad y marca	1	,5	,5	97,5
Precio y calidad	1	,5	,5	98,0
Precio y Calidad	1	,5	,5	98,5
Precio y cantidad	1	,5	,5	99,0
Precio y Cantidad	1	,5	,5	99,5
Todo	1	,5	,5	100,0
Total	201	100,0	100,0	



49

# Programa Redondeo en Durango

## 11. ¿Conoce o ha oído hablar del programa de redondeo?

50

### Estadísticas

11. ¿Conoce o ha oído hablar del programa de redondeo?

N	Validos	200
	Perdidos	1

11. ¿Conoce o ha oído hablar del programa de redondeo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	191	95,0	95,5	95,5
	No	9	4,5	4,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

## 12. ¿Ha participado en el programa de redondeo?

### Estadísticas

12. ¿Ha participado en el programa de redondeo?

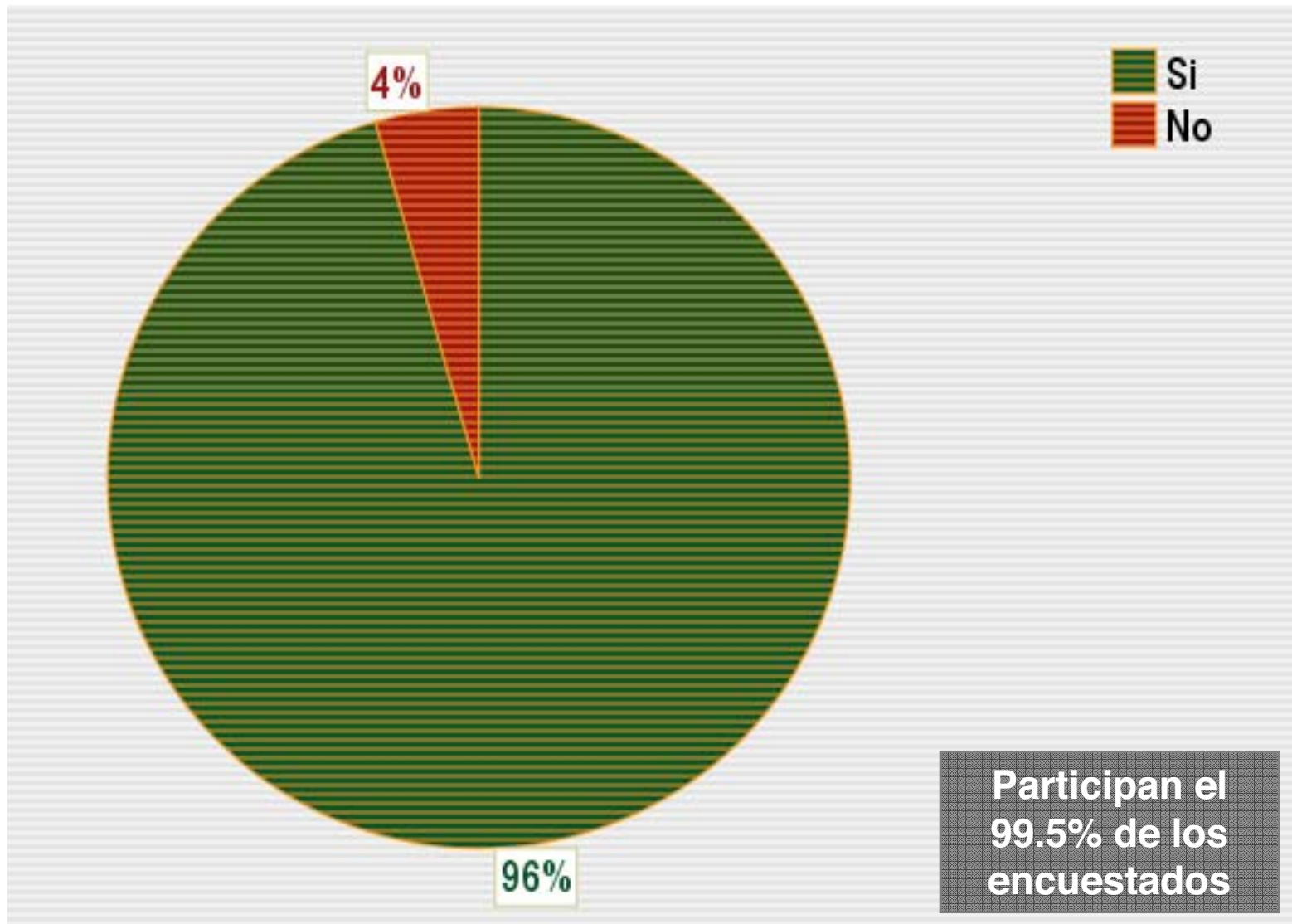
N	Validos	200
	Perdidos	1

12. ¿Ha participado en el programa de redondeo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	173	86,1	86,5	86,5
	No	27	13,4	13,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

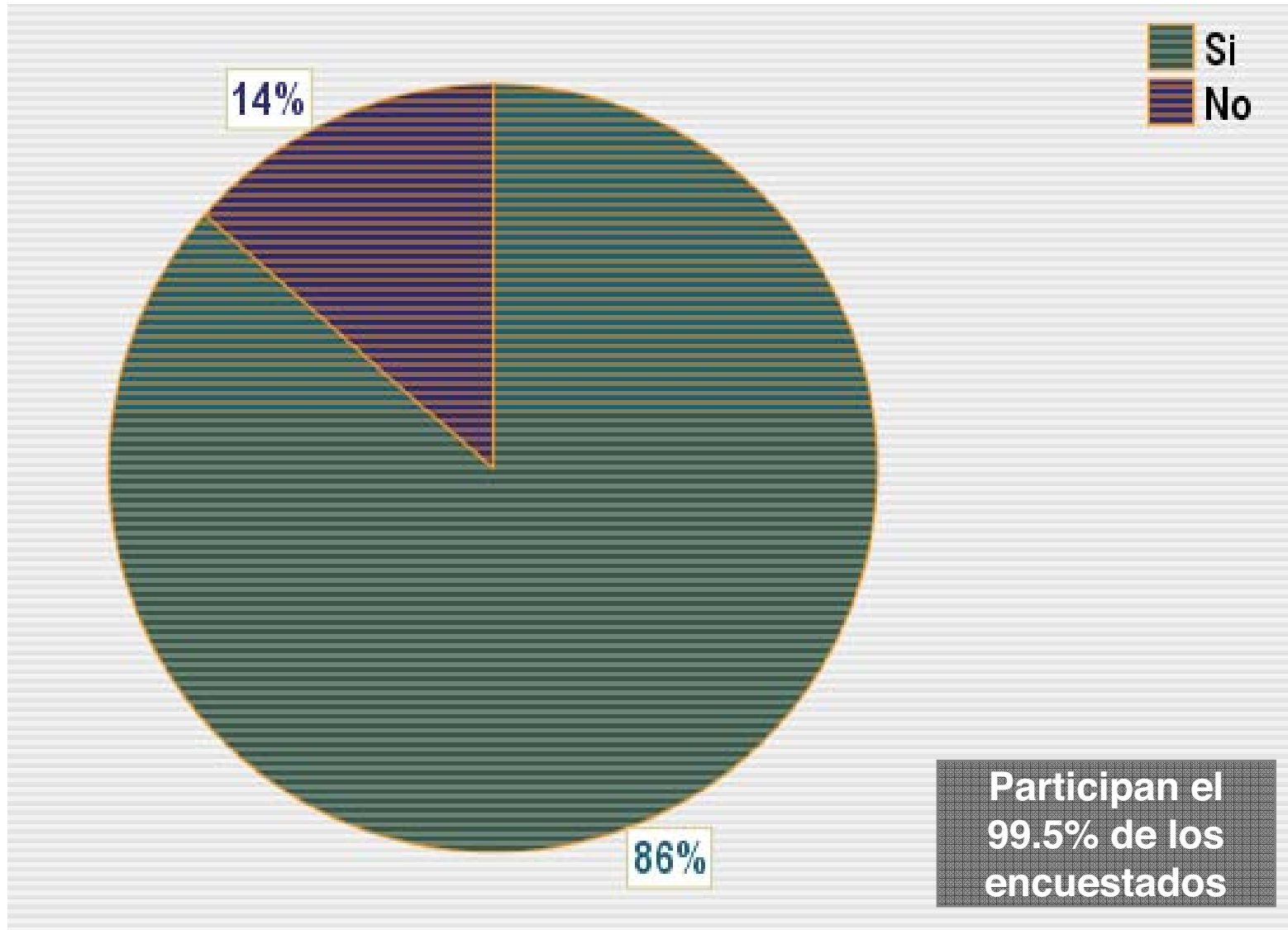
## 11. ¿Conoce o ha oído hablar del programa de redondeo?

51



## 12. ¿Ha participado en el programa de redondeo?

52



## 13. ¿Conoce los fines para lo cual se diseñó este programa de ayuda?

### Estadísticas

13. ¿Conoce los fines para lo cual se diseñó este programa de ayuda?

N	Validos	Perdidos
	200	
		1

### 13. ¿Conoce los fines para lo cual se diseñó este programa de ayuda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	141	70,1	70,5	70,5
	No	55	27,4	27,5	98,0
	77	2	1,0	1,0	99,0
	NO SABE	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

## 14. ¿Cree usted que el dinero del redondeo se destina realmente a los fines altruistas para los que fue creado?

### Estadísticas

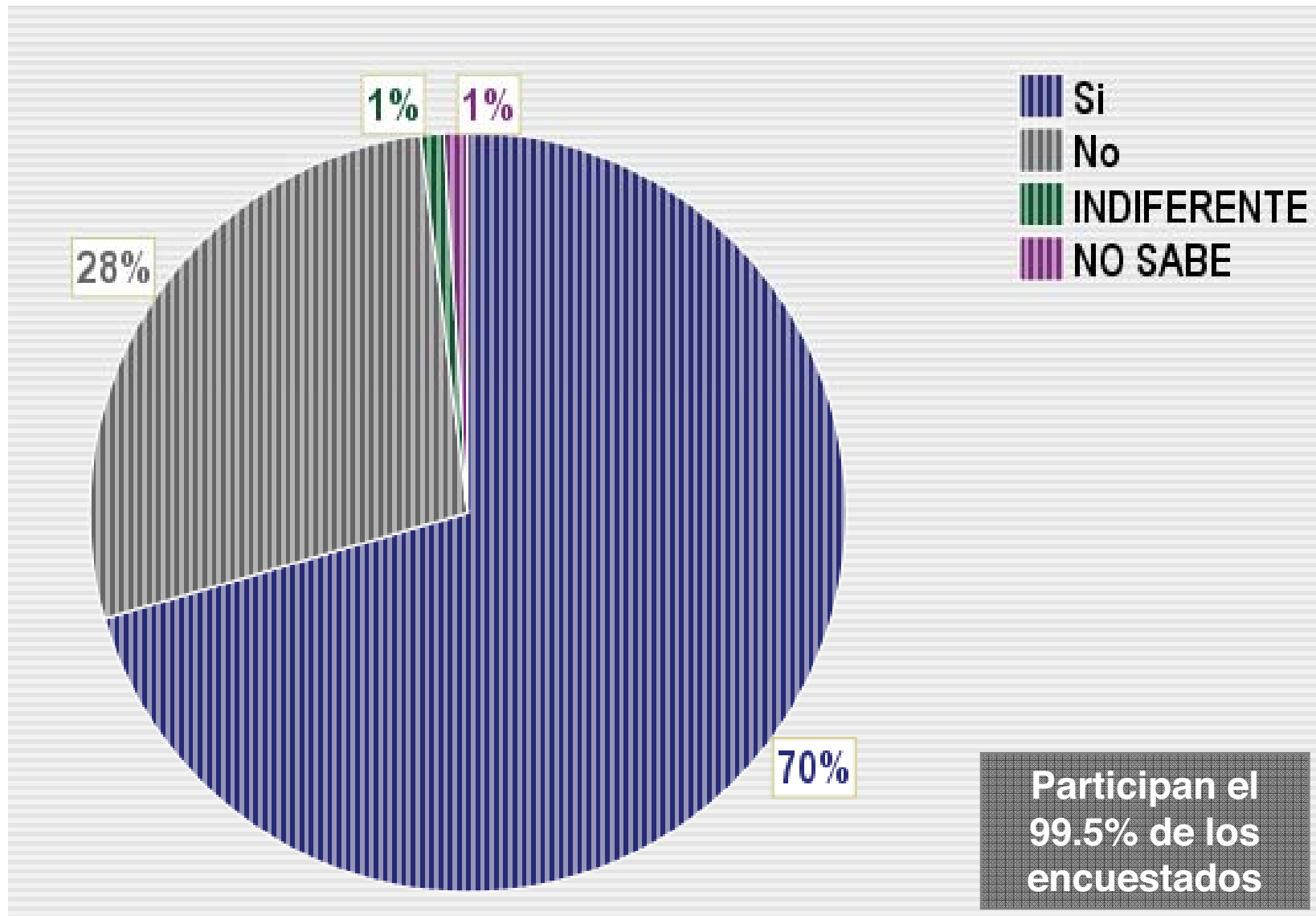
14. ¿Cree usted que el dinero del redondeo se destina realmente a los fines altruistas para los que fue creado?

N	Validos	Perdidos
	199	
		2

### 14. ¿Cree usted que el dinero del redondeo se destina realmente a los fines altruistas para los que fue creado?

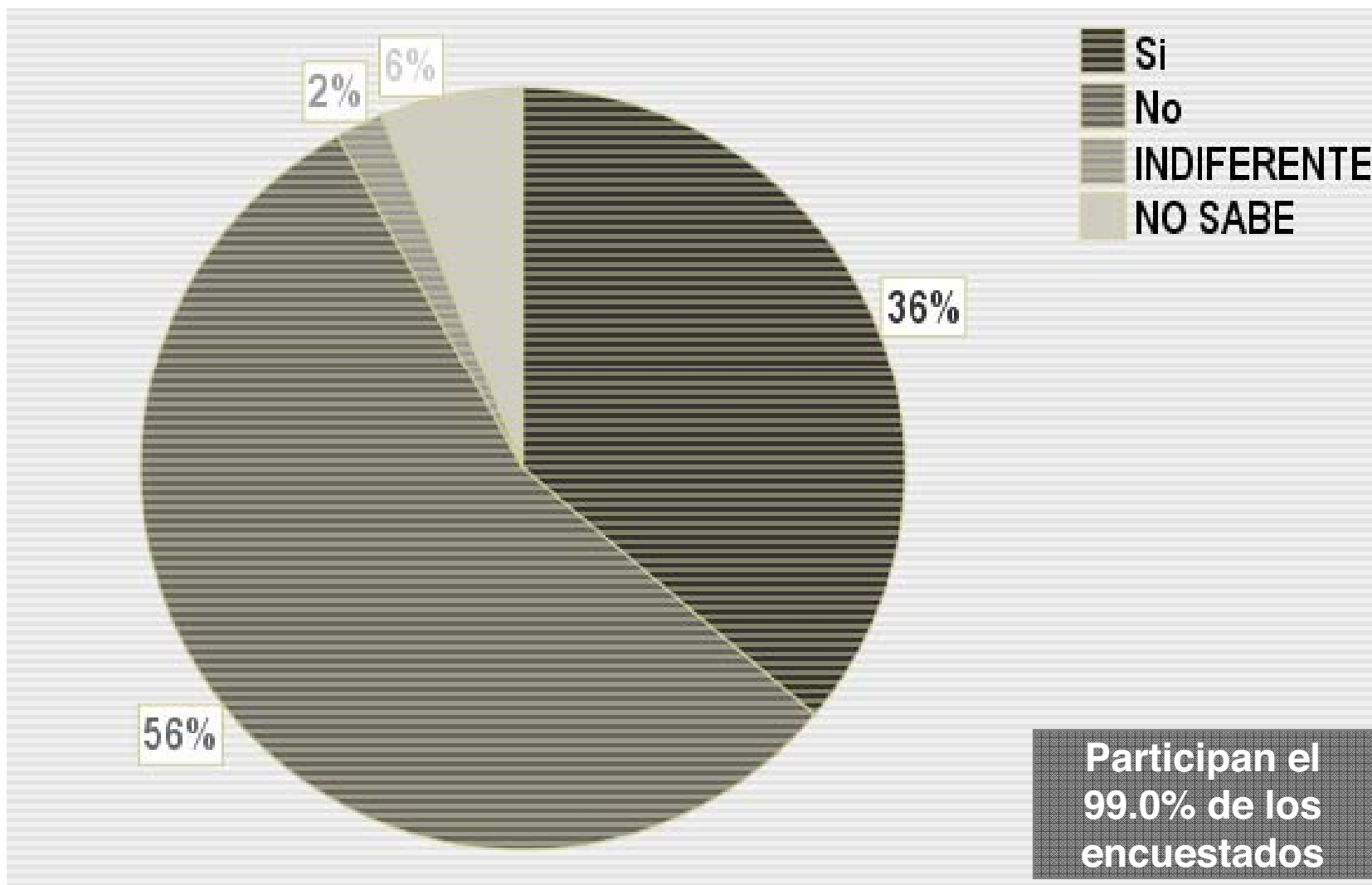
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	72	35,8	36,2	36,2
	No	111	55,2	55,8	92,0
	INDIFERENTE	4	2,0	2,0	94,0
	NO SABE	12	6,0	6,0	100,0
	Total	199	99,0	100,0	
Perdidos	System	2	1,0		
Total		201	100,0		

### 13. ¿Conoce los fines para lo cual se diseñó este programa de ayuda?



## 14. ¿Cree usted que el dinero del redondeo se destina realmente a los fines altruistas para los que fue creado?

55



## 15. Si no le dan la opción, ¿No redondea?

### Estadísticas

15. Si no le dan la opción, ¿No redondea?

N	Validos	Perdidos
	200	
		1

### 15. Si no le dan la opción, ¿No redondea?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Si	46	22,9	23,0	23,0
	No	141	70,1	70,5	93,5
	77	2	1,0	1,0	94,5
	NO SABE	11	5,5	5,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

## 16. ¿Cuál es el monto, en promedio, de lo que ha redondeado cada vez que va al supermercado?

### Estadísticas

16. ¿Cuál es el monto, en promedio, de lo que ha redondeado cada vez que va al supermercado?

N	Validos	Perdidos
	200	
		1

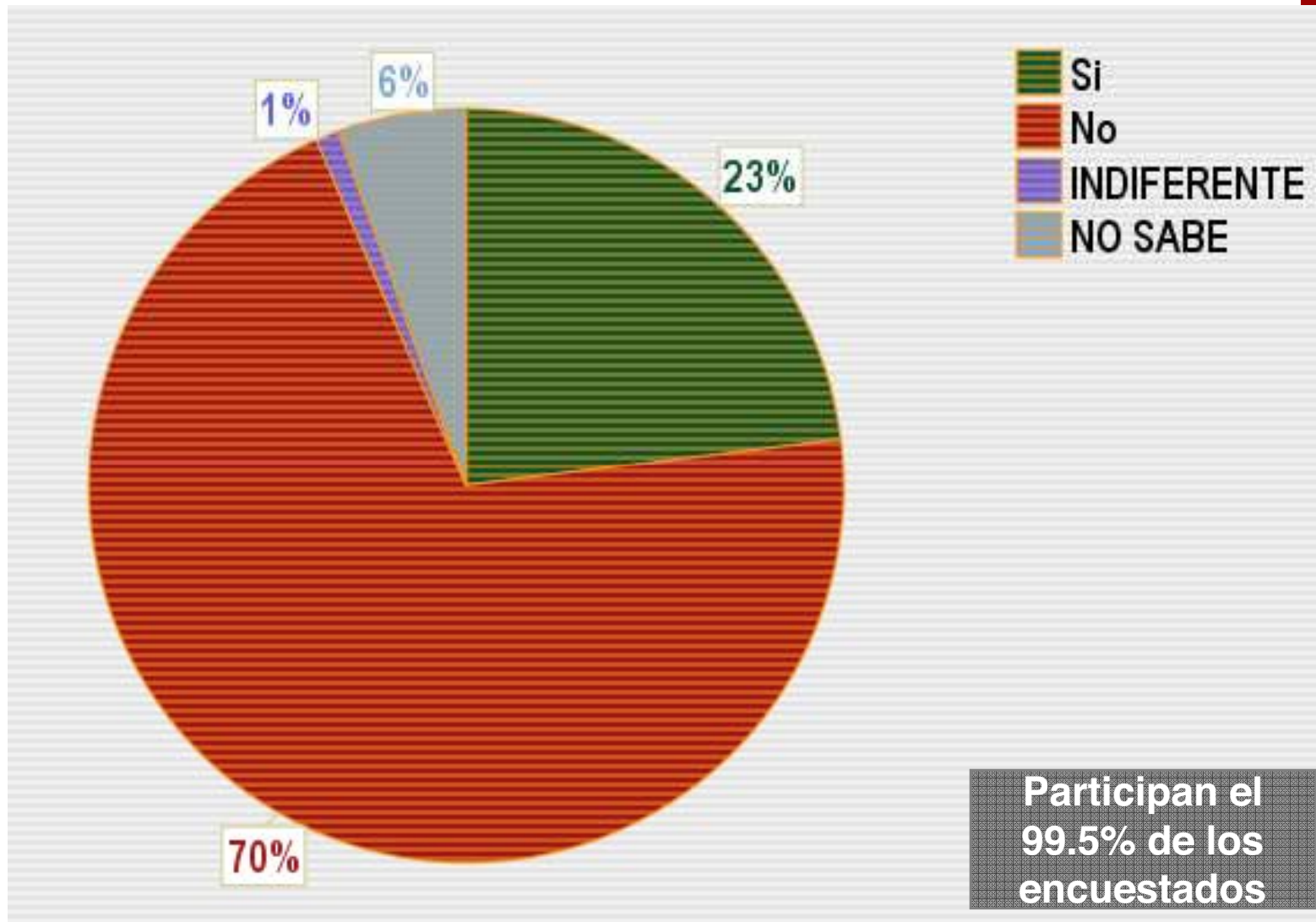
### 16. ¿Cuál es el monto, en promedio, de lo que ha redondeado cada vez que va al supermercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	¢50 CENTAVOS	121	60,2	60,5	60,5
	\$1.0 PESO	33	16,4	16,5	77,0
	\$1.5 PESOS	8	4,0	4,0	81,0
	\$2.0 PESOS	4	2,0	2,0	83,0
	\$5.0 PESOS	2	1,0	1,0	84,0
	OTRA CANTIDAD (Especifique)	6	3,0	3,0	87,0
	NINGUNA	16	8,0	8,0	95,0
	NO SABE	10	5,0	5,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

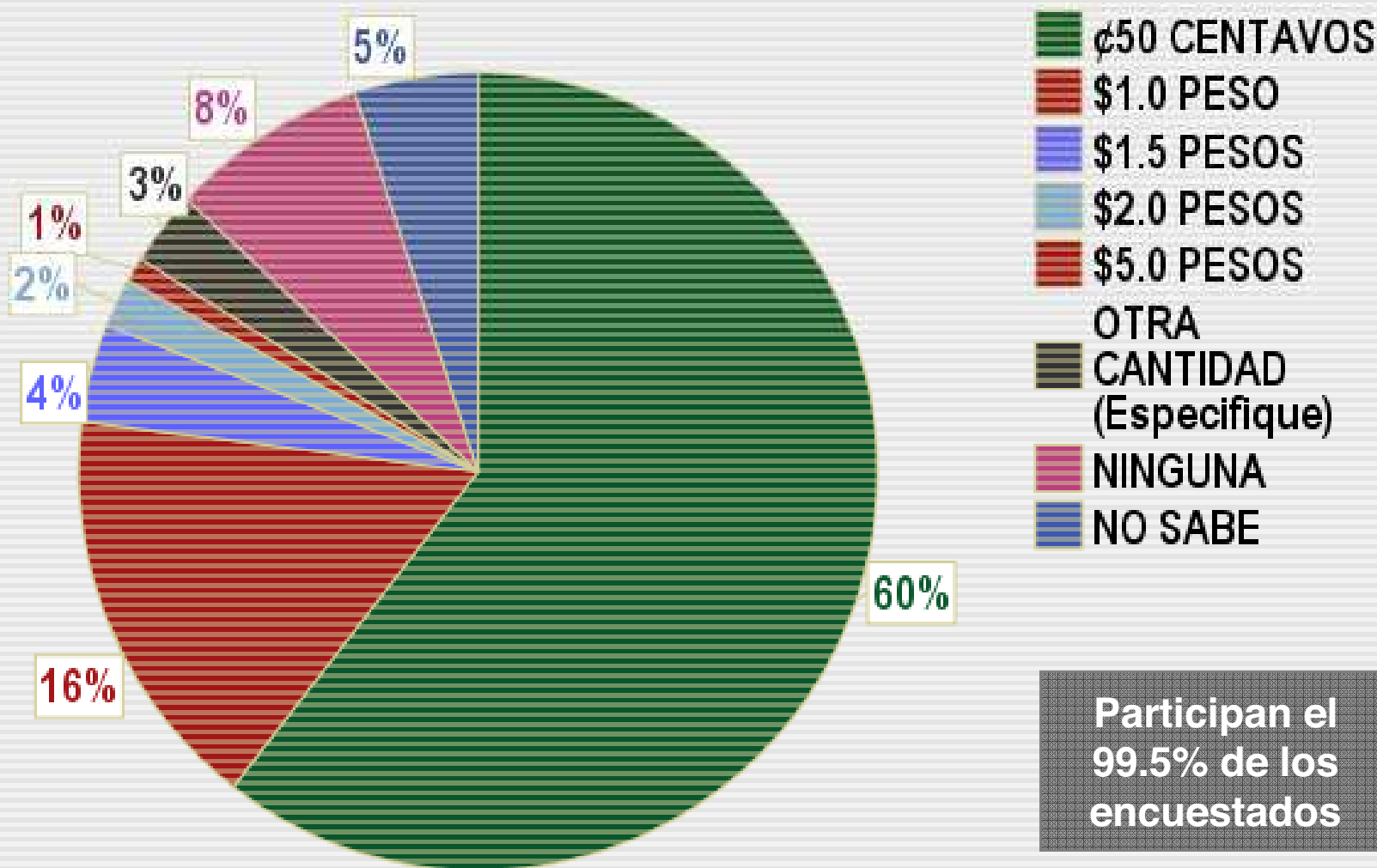


## 15. Si no le dan la opción, ¿No redondea?

57



16. ¿Cuál es el monto, en promedio, de lo que ha redondeado cada vez que va al supermercado?



# 17. ¿Qué lo (a) motivó a donar en el redondeo?

59

## Estadísticas

17. ¿Qué lo motivó a donar en el redondeo?

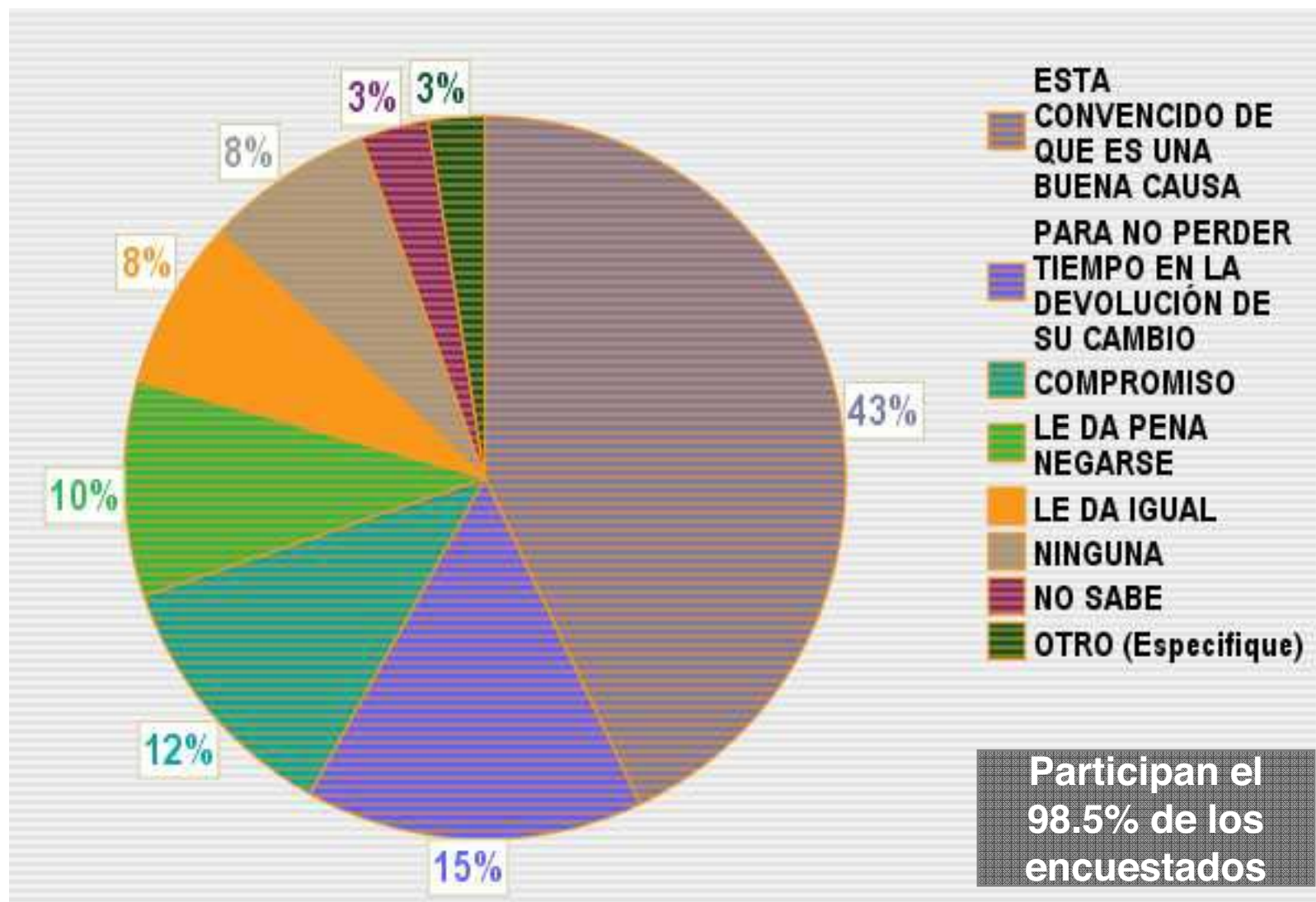
N	Validos	198
	Perdidos	3

## 17. ¿Qué lo motivó a donar en el redondeo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	COMPROMISO	23	11,4	11,6	11,6
	PARA NO PERDER TIEMPO EN LA DEVOLUCIÓN DE SU CAMBIO	30	14,9	15,2	26,8
	ESTA CONVENCIDO DE QUE ES UNA BUENA CAUSA	85	42,3	42,9	69,7
	LE DA IGUAL	15	7,5	7,6	77,3
	LE DA PENA NEGARSE	19	9,5	9,6	86,9
	OTRO (Especifique)	5	2,5	2,5	89,4
	NINGUNA	15	7,5	7,6	97,0
	NO SABE	6	3,0	3,0	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	NO CONTESTO	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
	Total	201	100,0		

## 17. ¿Qué lo (a) motivó a donar en el redondeo?

60



# 17. ¿Qué lo (a) motivó a donar en el redondeo? (Otros)

61

## Estadísticas

17. ¿Qué lo motivó a donar en el redondeo? Otro

N	Validos	201
	Perdidos	0

## 17. ¿Qué lo motivó a donar en el redondeo? Otro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	197	98,0	98,0	98,0
No le gusta	1	,5	,5	98,5
No le gusta redondear	1	,5	,5	99,0
Paga con tarjeta de crédito	1	,5	,5	99,5
porque las cajeras lo hacen	1	,5	,5	100,0
Total	201	100,0	100,0	

62

# Datos de Coyuntura

# 18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:

## 18.1 Condiciones de la Economía

**Estadísticas**

18.1. Condiciones de la economía		
N	Validos	199
	Perdidos	2

**18.1. Condiciones de la economía**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Mejorará	56	27,9	28,1	28,1
	Empeorará	74	36,8	37,2	65,3
	Seguirá igual	60	29,9	30,2	95,5
	NS	9	4,5	4,5	100,0
	Total	199	99,0	100,0	
Perdidos	NC	1	,5		
	System	1	,5		
	Total	2	1,0		
Total		201	100,0		

## 18.2 Devaluación del Peso

**Estadísticas**

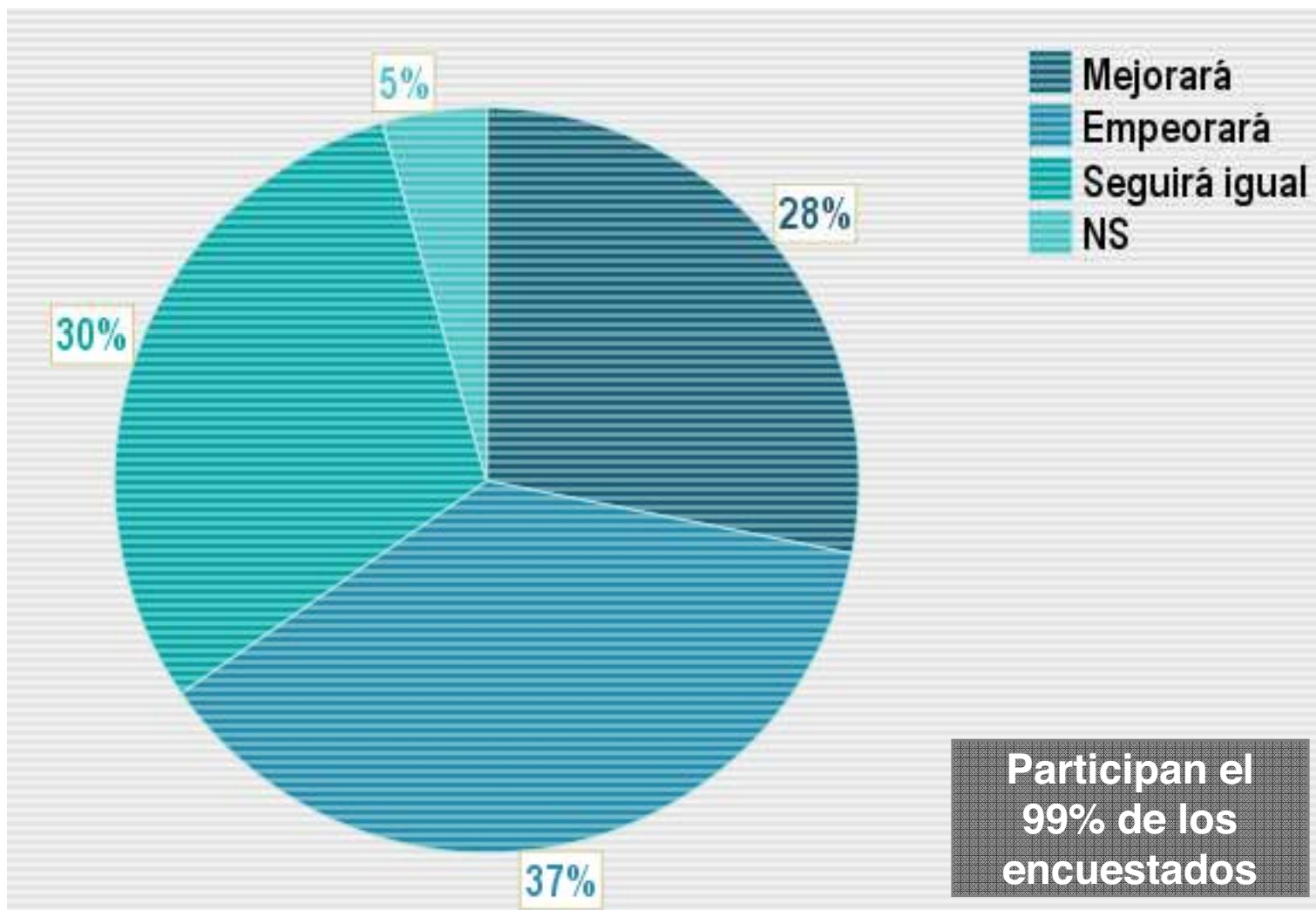
18.2. Devaluación de peso		
N	Validos	198
	Perdidos	3

**18.2. Devaluación de peso**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Mejorará	29	14,4	14,6	14,6
	Empeorará	91	45,3	46,0	60,6
	Seguirá igual	63	31,3	31,8	92,4
	NS	15	7,5	7,6	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	NC	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
Total		201	100,0		

**18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:**

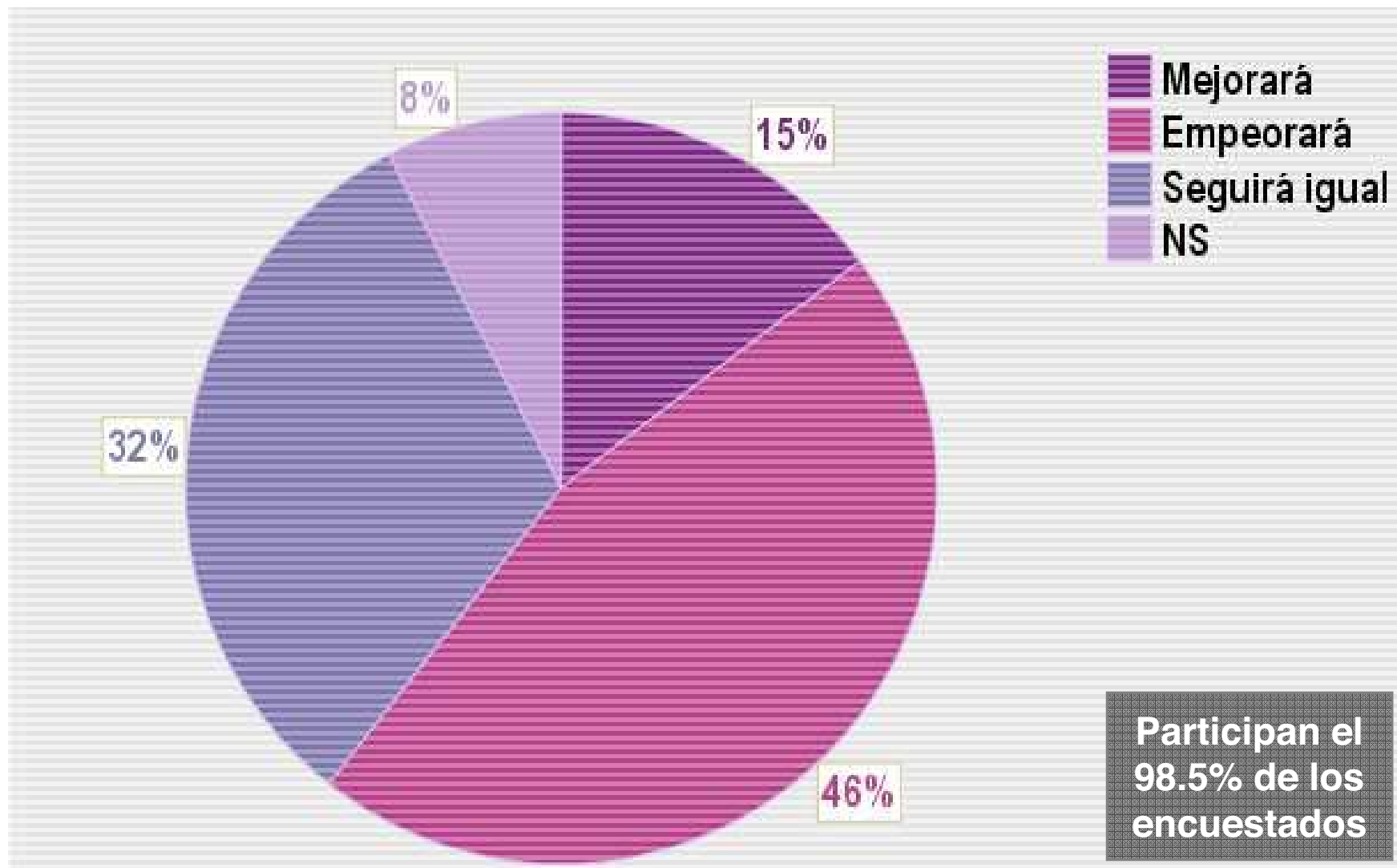
**Condiciones de la Economía**





**18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:**

**Devaluación del Peso**



# 18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:

## 18.3 Inflación

### Estadísticas

18.3. Inflación		
N	Validos	198
	Perdidos	3

### 18.3. Inflación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Mejorará	28	13,9	14,1	14,1
	Empeorará	100	49,8	50,5	64,6
	Seguirá igual	56	27,9	28,3	92,9
	NS	14	7,0	7,1	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	NC	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
Total		201	100,0		

## 18.4 Inseguridad

### Estadísticas

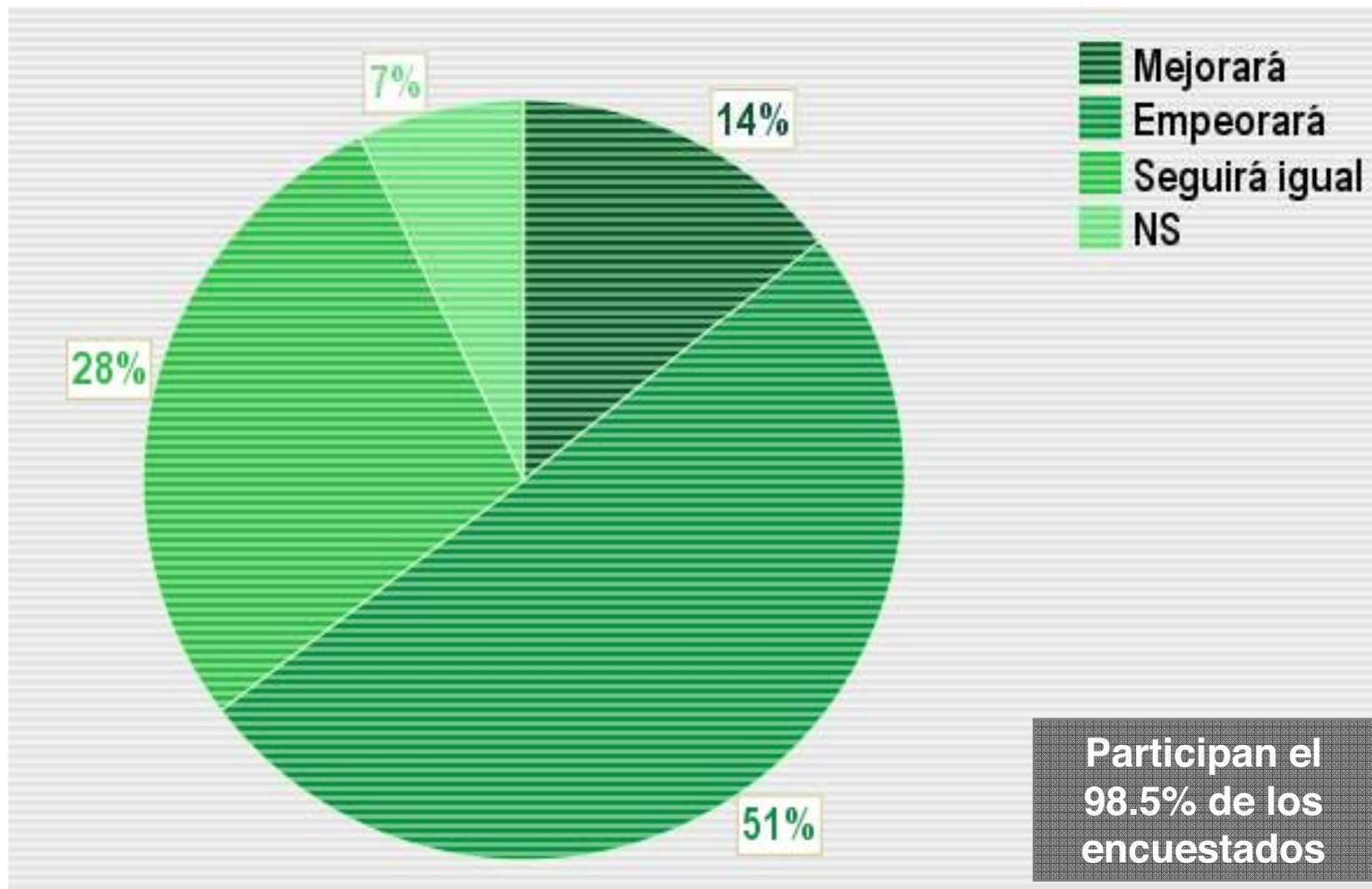
18.4. Inseguridad		
N	Validos	197
	Perdidos	4

### 18.4. Inseguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Mejorará	19	9,5	9,6	9,6
	Empeorará	130	64,7	66,0	75,6
	Seguirá igual	38	18,9	19,3	94,9
	NS	10	5,0	5,1	100,0
	Total	197	98,0	100,0	
Perdidos	NC	3	1,5		
	System	1	,5		
	Total	4	2,0		
Total		201	100,0		

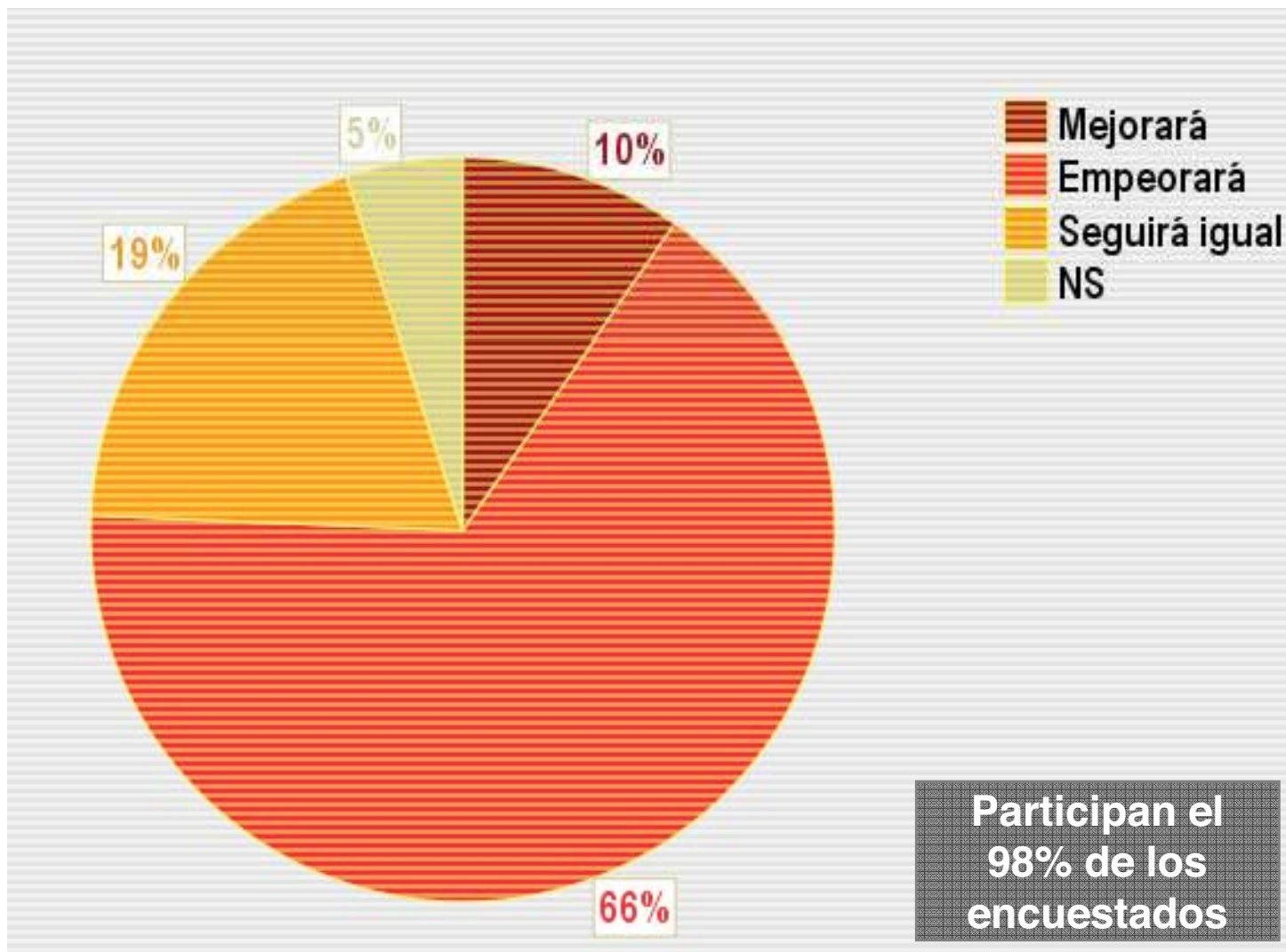
18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:

### Inflación



**18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:**

**Inseguridad**



# 18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:

## 18.5 Empleo

### Estadísticas

18.5. Empleo		
N	Validos	198
	Perdidos	3

### 18.5. Empleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Mejorará	30	14,9	15,2	15,2
	Empeorará	93	46,3	47,0	62,1
	Seguirá igual	61	30,3	30,8	92,9
	8	1	,5	,5	93,4
	NS	13	6,5	6,6	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	NC	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
Total		201	100,0		

## 18.6 Inversión Nacional y Extranjera

### Estadísticas

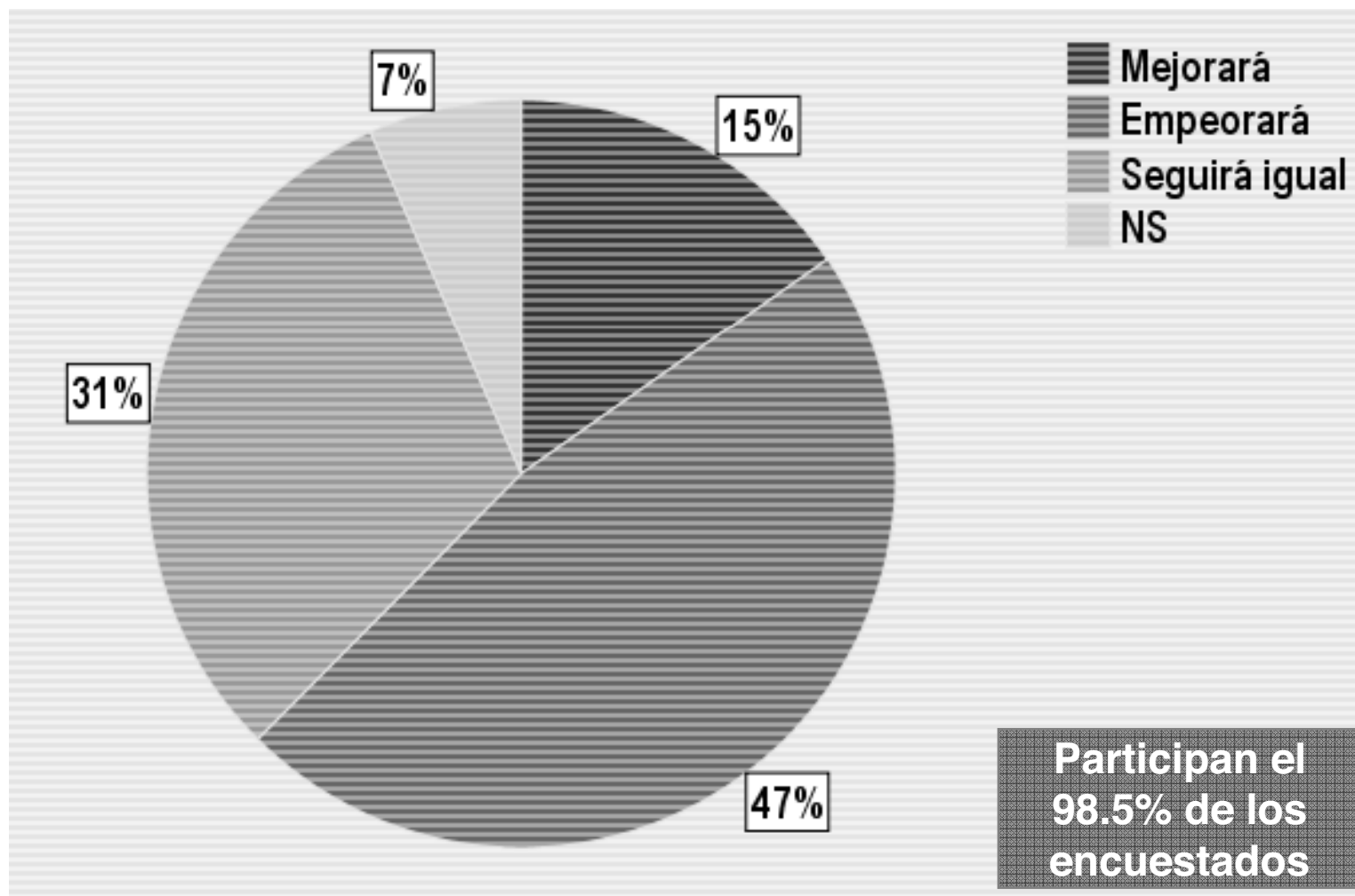
18.6. Inversión nacional e internacional		
N	Validos	197
	Perdidos	4

### 18.6. Inversión nacional e internacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Mejorará	35	17,4	17,8	17,8
	Empeorará	71	35,3	36,0	53,8
	Seguirá igual	55	27,4	27,9	81,7
	NS	35	17,4	17,8	100,0
	Total	197	98,0	100,0	
Perdidos	NC	3	1,5		
	System	1	,5		
	Total	4	2,0		
Total		201	100,0		

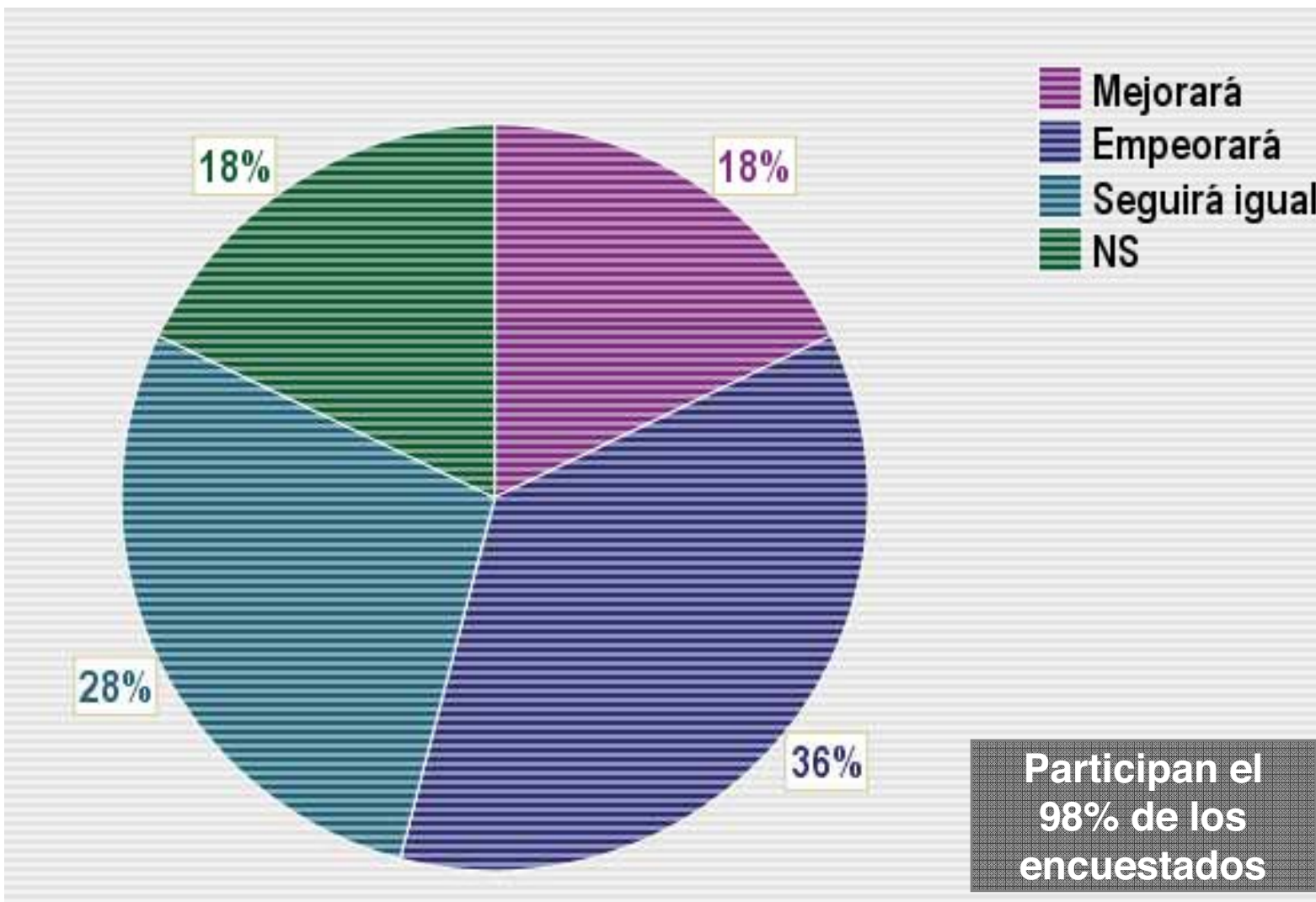
**18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:**

**Empleo**



**18. En su percepción y particular punto de vista, mejorará, empeorará o seguirán igual los siguientes temas:**

**Inversión Nacional e Internacional**



## 19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia?

### Estadísticas

19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? Opción 1

N	Validos	548
	Perdidos	50

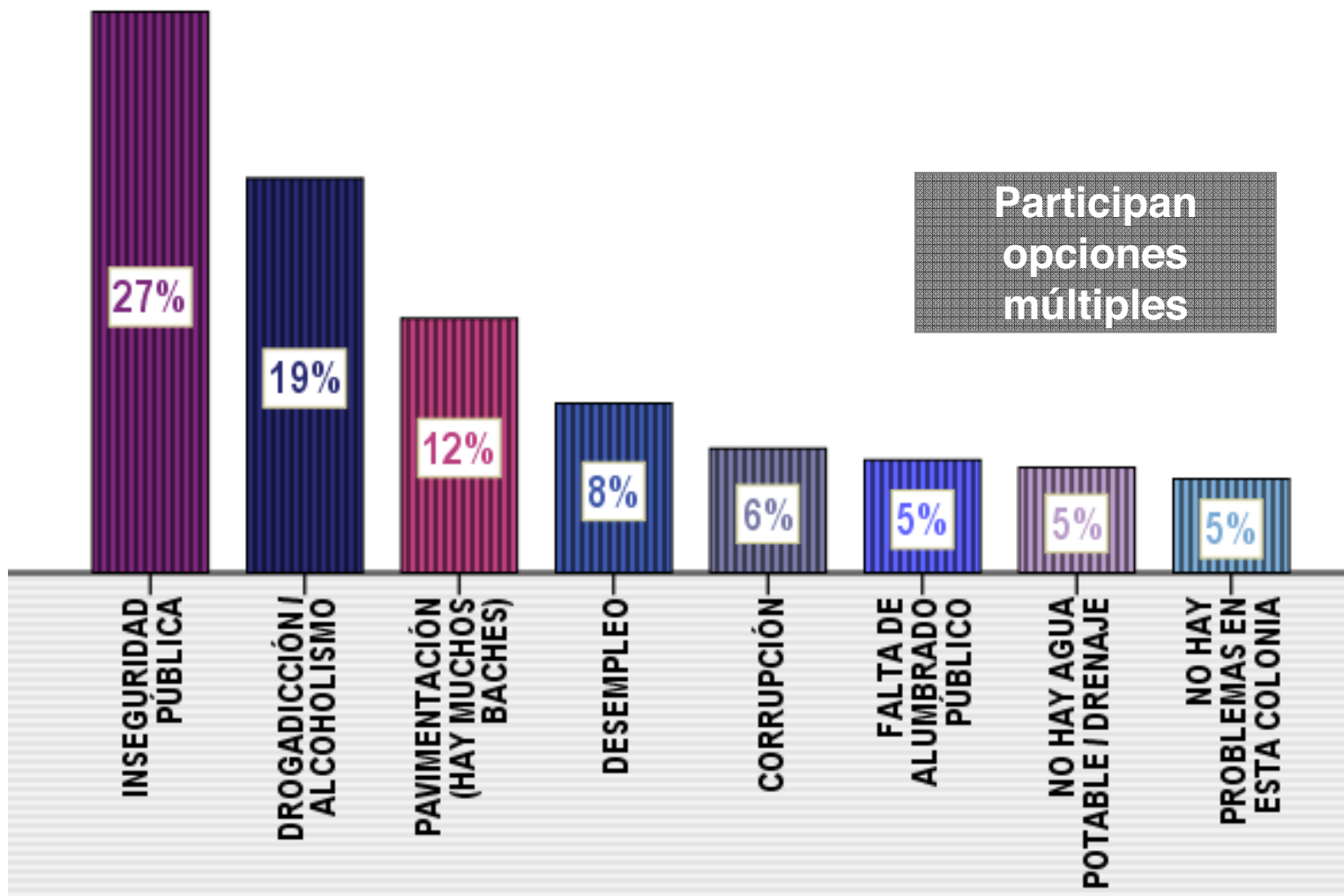
9. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? Todas las opciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	INSEGURIDAD PÚBLICA	149	24,9	27,2	27,2
	PAVIMENTACIÓN (HAY MUCHOS BACHES)	68	11,4	12,4	39,6
	FALTA DE ALUMBRADO PÚBLICO	30	5,0	5,5	45,1
	NO HAY TRANSPORTE PÚBLICO	9	1,5	1,6	46,7
	MUCHA CONTAMINACIÓN	22	3,7	4,0	50,7
	CORRUPCIÓN	33	5,5	6,0	56,8
	DESEMPLEO	45	7,5	8,2	65,0
	DROGADICCIÓN / ALCOHOLISMO	105	17,6	19,2	84,1
	BARES Y CENTROS NOCTURNOS	7	1,2	1,3	85,4
	NO HAY ESCUELAS	3	,5	,5	85,9
	NO HAY AGUA POTABLE / DRENAJE	28	4,7	5,1	91,1
	FALTA DE VIVIENDA	4	,7	,7	91,8
	NO HAY VIALIDADES	6	1,0	1,1	92,9
	OTRO (ESPECIFIQUE)	13	2,2	2,4	95,3
	NO HAY PROBLEMAS EN ESTA COLONIA	25	4,2	4,6	99,8
	NO SABE (NS)	1	,2	,2	100,0
	Total	548	91,6	100,0	
Perdidos	NO CONTESTO (NC)	4	,7		
	System	46	7,7		
	Total	50	8,4		
Total	598	100,0			



## 19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia?

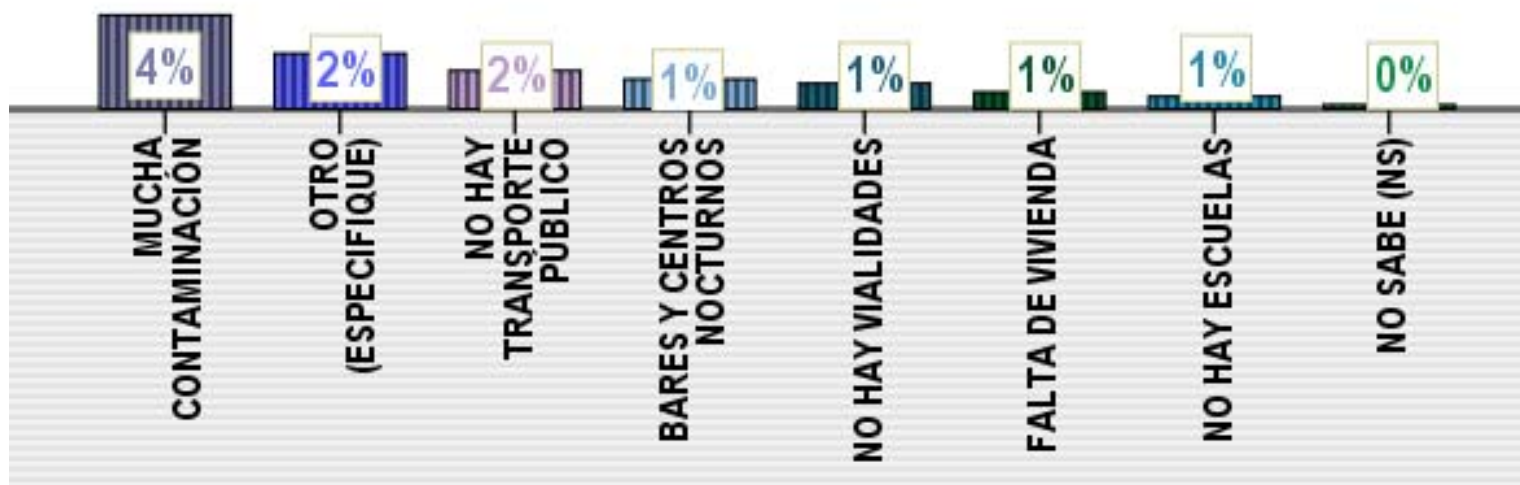
1 de 2



19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia?

2 de 2

Participan  
opciones  
múltiples



## 19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? (Otros)

### Estadísticas

19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? Otros

N	Validos	201
	Perdidos	0

19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? Otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	188	93,5	93,5	93,5
77	4	2,0	2,0	95,5
Areas para jugar	1	,5	,5	96,0
Espacios de recreación	1	,5	,5	96,5
NECESITA BORDOS	1	,5	,5	97,0
No hay parques	1	,5	,5	97,5
No viene la policía	1	,5	,5	98,0
Nomenclatura	1	,5	,5	98,5
Parques de recreación y juegos	1	,5	,5	99,0
Ruido	1	,5	,5	99,5
Ruido por los antros cercas	1	,5	,5	100,0
Total	201	100,0	100,0	

## 19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? (Otros)

### Estadísticas

19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? Otros

N	Validos	598
	Perdidos	0

### 19. En su opinión, ¿Cuáles considera que son los tres principales problemas que más urge resolver en su barrio o colonia? Otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	585	97,8	97,8	97,8
77	4	,7	,7	98,5
Areas para jugar	1	,2	,2	98,7
Espacios de recreación	1	,2	,2	98,8
NECESITA BORDOS	1	,2	,2	99,0
No hay parques	1	,2	,2	99,2
No viene la policía	1	,2	,2	99,3
Nomenclatura	1	,2	,2	99,5
Parques de recreación y juegos	1	,2	,2	99,7
Ruido	1	,2	,2	99,8
Ruido por los antros cercas	1	,2	,2	100,0
Total	598	100,0	100,0	

**20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?**

**Estadísticas**

	20.1. Gobierno Federal (Presidente de México)	20.2. Gobierno Estatal (Gobernador del estado)	20.3. Gobierno Municipal (Alcalde)	20.4. Diputados y Senadores
N Validos	198	199	200	198
Perdidos	3	2	1	3

**20.1. Gobierno Federal (Presidente de México)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Eficiente	42	20,9	21,2	21,2
	Regular	103	51,2	52,0	73,2
	Ineficiente	47	23,4	23,7	97,0
	NS	6	3,0	3,0	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	NC	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
Total		201	100,0		

**20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?**

**20.2. Gobierno Estatal (Gobernador del estado)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Eficiente	46	22,9	23,1	23,1
	Regular	104	51,7	52,3	75,4
	Ineficiente	44	21,9	22,1	97,5
	NS	5	2,5	2,5	100,0
	Total	199	99,0	100,0	
Perdidos	NC	1	,5		
	System	1	,5		
	Total	2	1,0		
Total		201	100,0		

**20.3. Gobierno Municipal (Alcalde)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Eficiente	57	28,4	28,5	28,5
	Regular	110	54,7	55,0	83,5
	Ineficiente	24	11,9	12,0	95,5
	NS	9	4,5	4,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Perdidos	System	1	,5		
Total		201	100,0		

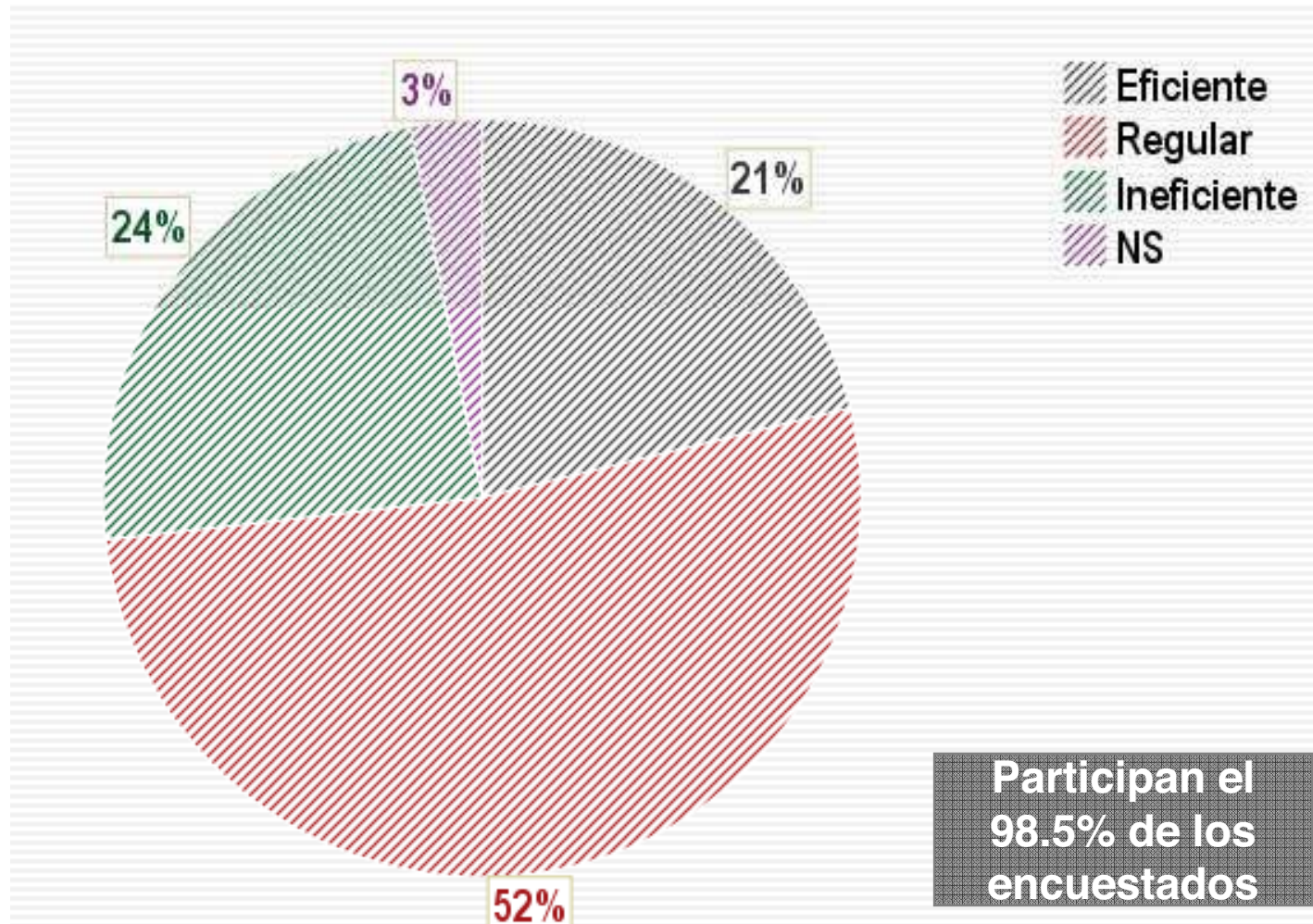
**20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?**

**20.4. Diputados y Senadores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Eficiente	126	62,7	63,6	63,6
	Regular	50	24,9	25,3	88,9
	Ineficiente	10	5,0	5,1	93,9
	NS	12	6,0	6,1	100,0
	Total	198	98,5	100,0	
Perdidos	NC	2	1,0		
	System	1	,5		
	Total	3	1,5		
Total		201	100,0		

20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

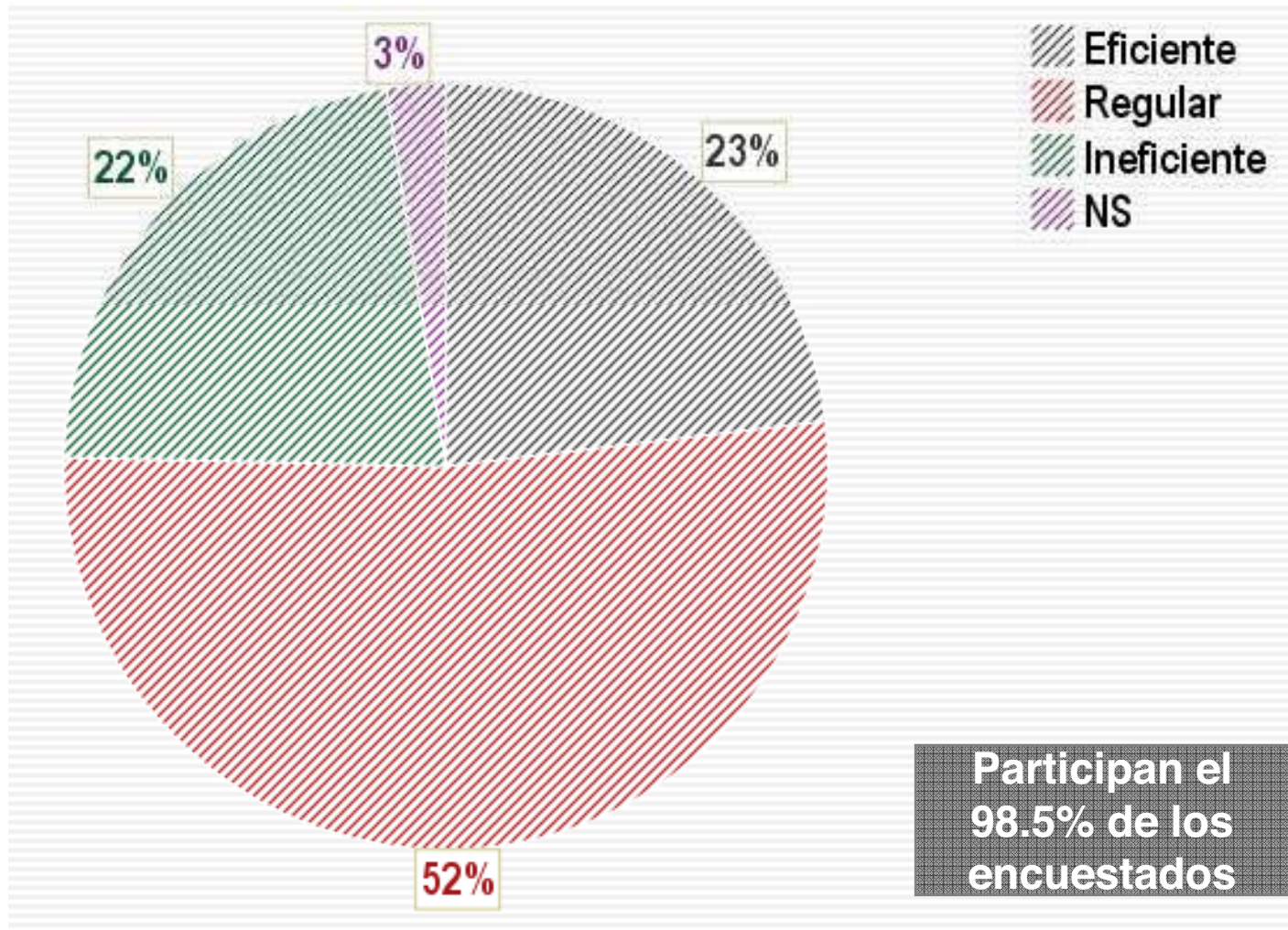
Presidente de la República





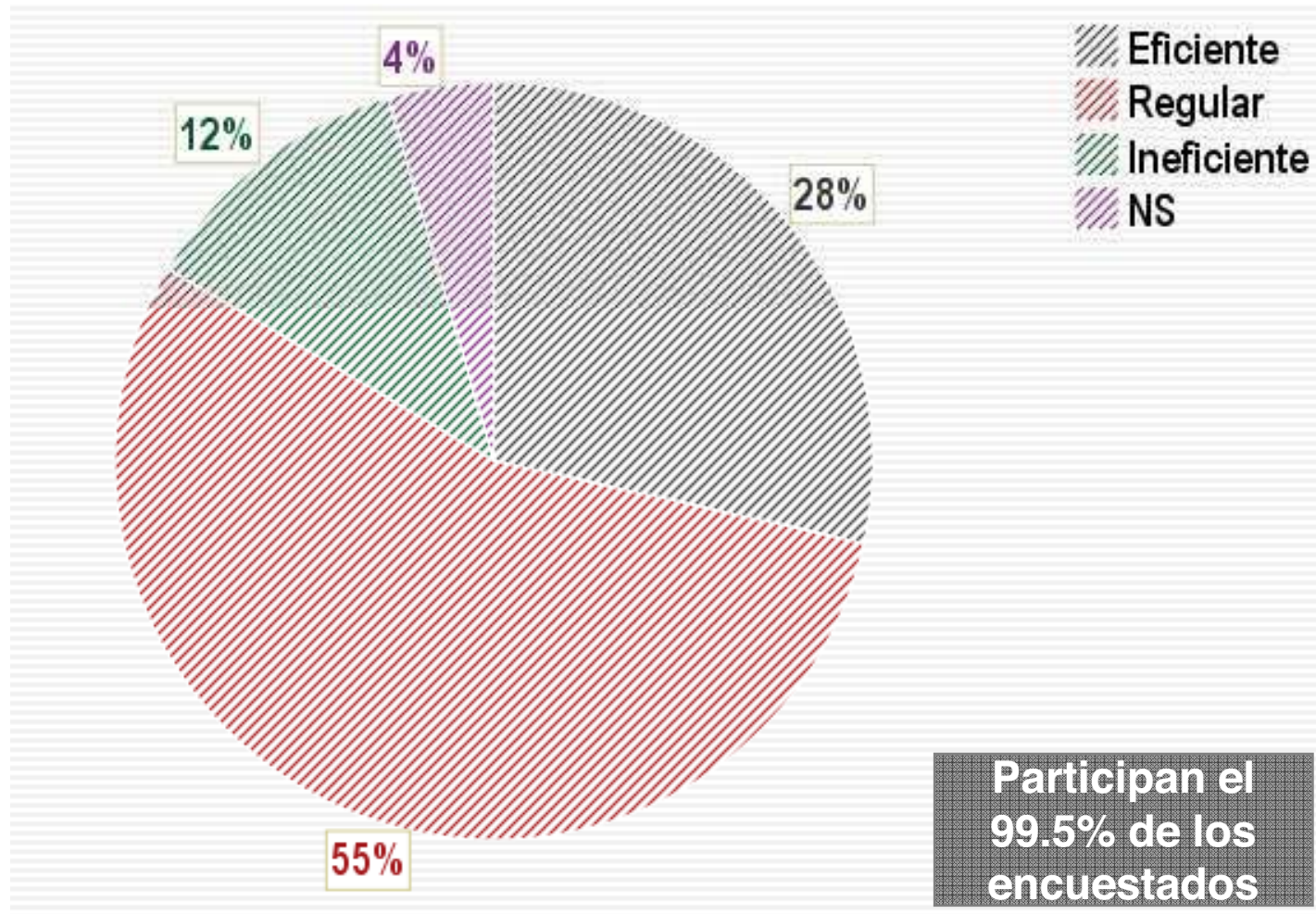
20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

Gobernador del estado de Durango



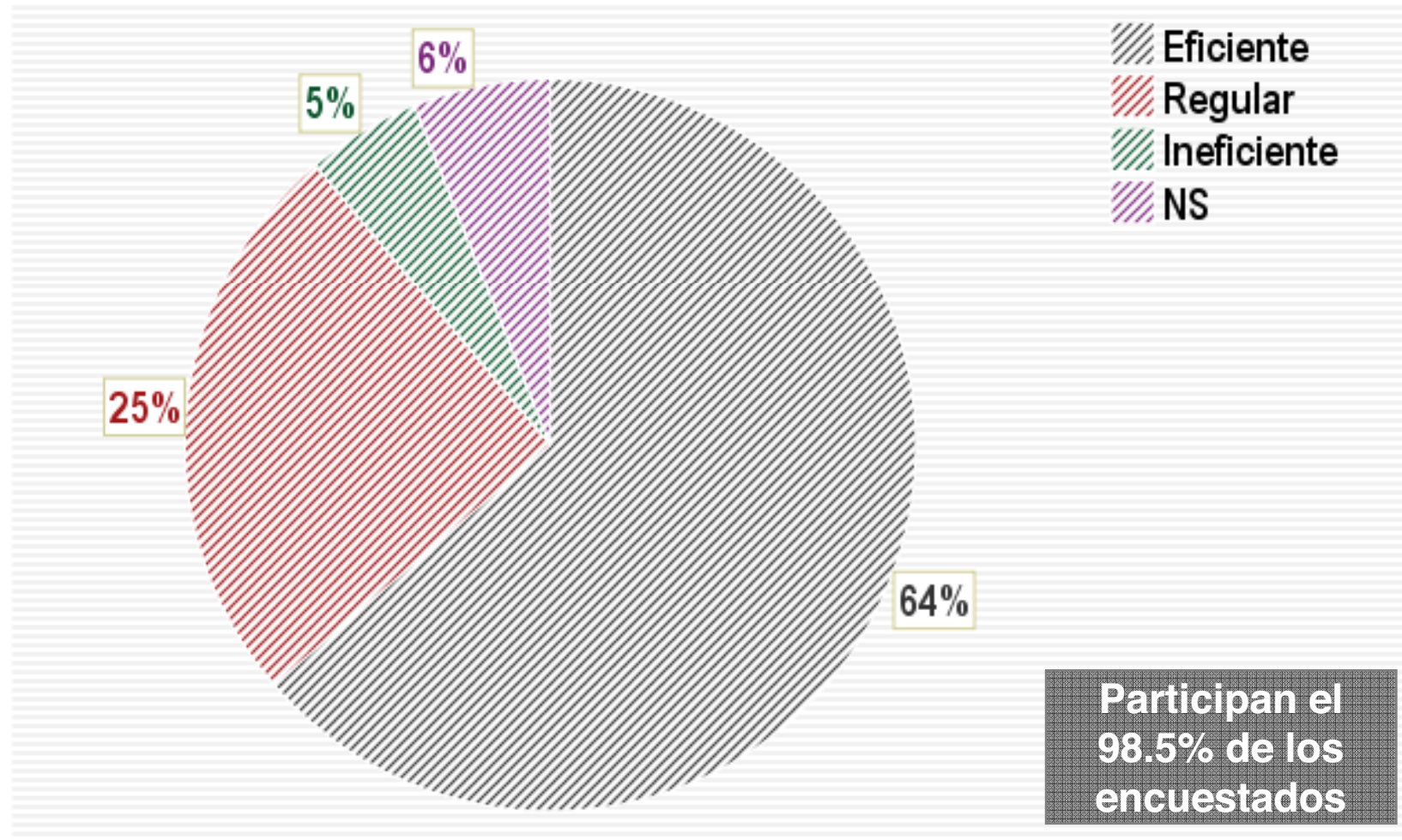
20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

### Presidente del Municipio de Durango



20. En escala del 1 al 3 donde: 1 es ineficiente; 2 es regular y 3 es eficiente ¿Cómo calificaría el trabajo de las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

### Diputados y Senadores





21. En escala del 1 al 10 donde 1 es la más baja calificación y 10 la más alta, ¿Qué calificación le daría al trabajo realizado por las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

**Estadísticas**

		21.1. Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa	21.2. Gobernador del Estado de Durango, Ismael Hernández Deras	21.3. Presidente Municipal, Carlos Matuk López de Nava	21.4. Diputados y Senadores
N	Validos	197	196	186	191
	Perdidos	4	5	15	10
Promedio		7,12	6,97	5,88	4,14
Mínimo		0	0	0	0
Máximo		10	10	10	10

21. En escala del 1 al 10 donde 1 es la más baja calificación y 10 la más alta, ¿Qué calificación le daría al trabajo realizado por las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

21.1. Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	0	1	,5	,5	,5
	1	7	3,5	3,6	4,1
	2	2	1,0	1,0	5,1
	3	5	2,5	2,5	7,6
	4	2	1,0	1,0	8,6
	5	20	10,0	10,2	18,8
	6	20	10,0	10,2	28,9
	7	40	19,9	20,3	49,2
	8	48	23,9	24,4	73,6
	9	35	17,4	17,8	91,4
	10	17	8,5	8,6	100,0
	Total	197	98,0	100,0	
Perdidos	88	2	1,0		
	99	1	,5		
	System	1	,5		
	Total	4	2,0		
Total		201	100,0		

21.2. Gobernador del Estado de Durango, Ismael Hernández Deras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	0	1	,5	,5	,5
	1	14	7,0	7,1	7,7
	2	3	1,5	1,5	9,2
	3	2	1,0	1,0	10,2
	4	3	1,5	1,5	11,7
	5	18	9,0	9,2	20,9
	6	20	10,0	10,2	31,1
	7	29	14,4	14,8	45,9
	8	60	29,9	30,6	76,5
	9	25	12,4	12,8	89,3
	10	21	10,4	10,7	100,0
	Total	196	97,5	100,0	
Perdidos	88	1	,5		
	99	2	1,0		
	System	2	1,0		
	Total	5	2,5		
Total		201	100,0		

21. En escala del 1 al 10 donde 1 es la más baja calificación y 10 la más alta, ¿Qué calificación le daría al trabajo realizado por las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

21.3. Presidente Municipal, Carlos Matuk López de Nava

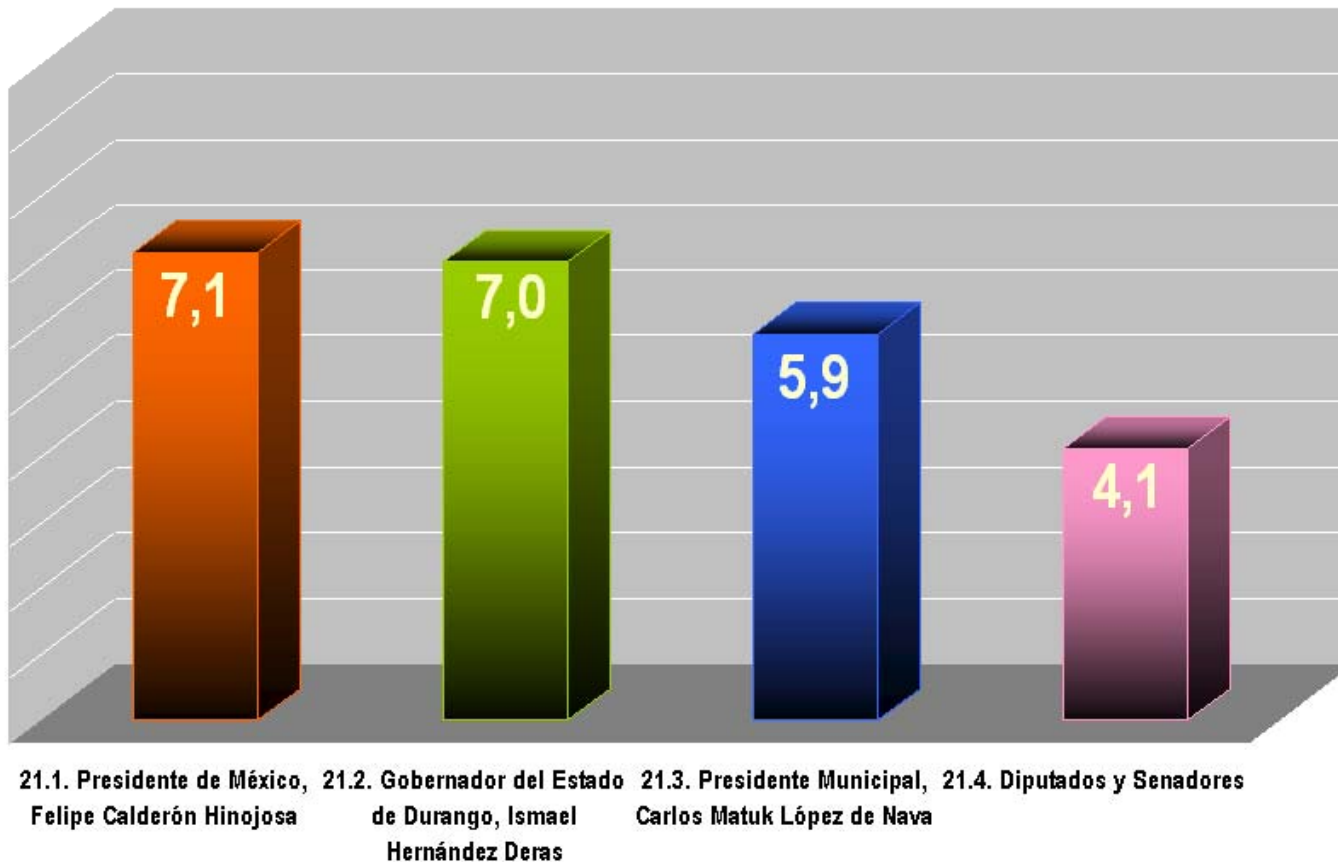
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	0	1	,5	,5	,5
	1	20	10,0	10,8	11,3
	2	4	2,0	2,2	13,4
	3	4	2,0	2,2	15,6
	4	8	4,0	4,3	19,9
	5	33	16,4	17,7	37,6
	6	27	13,4	14,5	52,2
	7	37	18,4	19,9	72,0
	8	37	18,4	19,9	91,9
	9	11	5,5	5,9	97,8
	10	4	2,0	2,2	100,0
	Total	186	92,5	100,0	
Perdidos	88	6	3,0		
	99	7	3,5		
	System	2	1,0		
	Total	15	7,5		
Total		201	100,0		

21.4. Diputados y Senadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	0	1	,5	,5	,5
	1	45	22,4	23,6	24,1
	2	19	9,5	9,9	34,0
	3	12	6,0	6,3	40,3
	4	10	5,0	5,2	45,5
	5	48	23,9	25,1	70,7
	6	24	11,9	12,6	83,2
	7	15	7,5	7,9	91,1
	8	13	6,5	6,8	97,9
	9	2	1,0	1,0	99,0
	10	2	1,0	1,0	100,0
	Total	191	95,0	100,0	
Perdidos	88	4	2,0		
	99	4	2,0		
	System	2	1,0		
	Total	10	5,0		
Total		201	100,0		

21. En escala del 1 al 10 donde 1 es la más baja calificación y 10 la más alta, ¿Qué calificación le daría al trabajo realizado por las siguientes autoridades para resolver los problemas que identifica como prioritarios en su colonia?

21.¿Qué calificación le otorgaría a las siguientes autoridades?:



# Conclusiones



## Conclusiones (1)

### Hábitos de compra:

- Del 100% de las jefas de familia-amas de casa encuestadas, normalmente el 84% asiste a supermercados a surtir su despensa y/o artículos de primera necesidad; 7% asiste a la central de abastos; mientras que 7% acude a la “tiendita” de la esquina.
- En relación a los supermercados más visitados, el 39% de las entrevistadas declaró que realiza sus compras en Soriana; el 25% en las cadenas Wal-Mart; mientras que 15% declaró en el rubro de “OTROS” (Tienda de la esquina, OXXO, Farmacias Guadalajara, ISSSTE, entre otros). Por otra parte, 7% realiza sus compras en Sam’s Club, 6% en tiendas Ley; el 6% en City Club; y 2% dijo que en ninguna tienda, respuesta que se puede considerar dentro del rubro de “Otros”.
- Entre los motivos principales por los que las mujeres entrevistadas acuden a un centro comercial en particular, destacan: en 42% de las respuestas indican que lo hacen por la cercanía; 20% por que tiene mejores precios; y 13% por que hay más ofertas.

## Conclusiones (2)

### Hábitos de compra:

- El 40% de las que contestaron la encuesta, declararon que sus compras las realizan cada quince días; mientras que 33% lo hace cada semana. (Es decir, 73% de las amas de casa, por lo general, acuden a un centro comercial cada quince días). El 10% las realiza una vez por mes; 7% lo hace diariamente; el 4% manifestó que lo hace tres veces al mes; el 3% lo hace cada tercer día; entanto que las personas que acuden 5 veces al mes y NO SABE se mantuvieron con 1% de las respuestas, respectivamente.
- Con relación al dinero que gastan las familias en promedio al realizar sus compras en cada una de sus visitas al supermercado, el 13% gasta entre \$900 y \$1000 pesos cada vez que va de compras; y el 12% gasta entre \$1000 y \$1500 pesos. Podemos concluir que 25% de las familias duranguenses gasta entre \$900 y \$1500 pesos mensuales al acudir a surtir su despensa al supermercado.
- En este mismo reactivo, el estudio concluye que 36% de las familias gastan entre \$400 y \$800 pesos mensuales al surtir su despensa; y que 18% de las mujeres entrevistadas gastaron entre \$200 y \$400 pesos al mes; 10% declaró gastar menos de 100 pesos al mes; y el resto no contestó este reactivo.

## Conclusiones (3)

### Hábitos de compra:

- Con respecto al porcentaje del ingreso familiar que las amas de casa entrevistadas destinan para su despensa mensualmente, 15% declaró que las compras en el supermercado oscilan entre 26 y 30% del ingreso total mensual de la familia; 14% manifestó que los gastos mensuales en despensa oscilan entre 41 y 50% del total de los ingresos; 13% mencionó que sus gastos en despensa representan entre 10 y 15% del ingreso; en tanto que el 12% señaló que gastan entre 16 y 20% de sus ingresos en despensa.
- En relación a la distribución de sus compras por tipo de productos, 16% de las entrevistadas destinan la mitad de sus gastos en frutas y verduras; 15% manifestó que 20 de cada 100 pesos lo destina para ese mismo rubro; y 12% dijo que gasta aproximadamente 30 de cada 100 pesos para el mismo concepto.
- Para el concepto de alimentos y bebidas procesadas, 3 de cada 10 amas de casa mencionaron que no gastan en este concepto; prácticamente el mismo porcentaje (27%) destina alrededor de 20 pesos de cada 100 en este rubro; y 14% de las entrevistadas gasta 10 de cada 100 pesos en este tipo de alimentos.

## Conclusiones (4)

### Hábitos de compra:

- En relación a los productos para aseo personal, 15% de las entrevistadas declaró que gasta 20 de cada 100 pesos en este concepto; 16% declaró que gasta 50 de cada 100 pesos en estos enseres; y 12% de las amas de casa gastan 30 de cada 100 pesos para este concepto. Podemos concluir que para el aseo personal, 40% de las familias gastan entre 60 y 80% de sus ingresos.
- En relación a los Productos para la limpieza del hogar, 3 de cada 10 amas de casa destinan 20 de cada 100 pesos a este concepto; 2 de cada 10 familias destina 10% de su ingreso en este rubro; y, por último, llama la atención que 18% de las amas de casa no gastan en este rubro.
- En lo que concierne a “Otros productos” observamos que, curiosamente, las personas lo relacionaron a “gastos extra” motivados por algún excedente en su ingreso o algún ahorro. En este sentido, 76% de las amas de casa fueron muy sinceras y declararon que no es posible destinar dinero a otros conceptos diferentes al de alimentos o enseres de primera necesidad por efectos de la crisis económica, ya que no es posible contar con excedentes.

## Conclusiones (5)

### Perfil del consumo en los Supermercados:

- Con respecto a la principal motivación de las amas de casa al efectuar una compra, 55% de las entrevistadas prefiere calidad pues “lo barato sale caro”; mientras que 42% se motiva sólo por el precio.
- El 61% de las mujeres entrevistadas declaró que para economizar más, previamente realiza una lista de los productos que realmente necesita; en tanto que 38% manifestó no hacerlo.
- En el mismo sentido, 55% de las amas de casa tiene la precaución de definir con anticipación su presupuesto antes de acudir al supermercado; mientras que 44% no se prepara al respecto.
- Derivado del reactivo anterior, de forma congruente, 46% de las amas de casa sienten haber comprado de más cada vez que acuden al supermercado, en tanto que 53% adquiere lo estrictamente necesario.

## Conclusiones (6)

### Perfil del consumo en los Supermercados:

- En relación al origen y marca de los productos que normalmente consumen, el 76% de las encuestadas consume productos nacionales por considerarlos de mejor calidad; mientras que 12% se inclina por las marcas de origen extranjero por considerarlas más económicas.
- En el mismo sentido, 82% de las mujeres que contestaron la encuesta prefieren los productos locales o regionales (miel, queso, conservas y embasados, entre los principales); y el 16% no consume productos locales.
- Respecto al tema ecológico el 54% ha comprado productos biodegradables, orgánicos y reciclados; mientras que el 42% no lo hace por desconocimiento, principalmente.
- Usualmente, 79% de las amas de casa encuestadas comparan productos y precios cada vez que van al supermercado, porque en ocasiones pueden encontrar otras marcas que son más económicas; el 20% restante no lo hace, porque acostumbra ciertas marcas.

## Conclusiones (7)

### Perfil del consumo en los Supermercados:

- Del 100% de las encuestadas, 40% manifiesta que el precio es lo más importante a tomar en cuenta al momento de comprar un producto en el supermercado; sin embargo, el 38% lo que mas toma en cuenta es la calidad.

## Conclusiones (8)

### Programa Redondeo:

- Podemos afirmar que la mayoría de las personas (96%) conoce o está familiarizado al tema o concepto del REDONDEO.
- El 86% de las amas de casa realmente ha participado de forma activa en este programa. El resto NO.
- Sin embargo, solo el 70% de las amas de casa conocen cuáles son los fines para los cuales se diseñó este programa; el resto no sabe cuál es su finalidad o simple y sencillamente es un tema indiferente.
- El 56% de las entrevistadas cree que el dinero que se ha recaudado con este programa realmente va destinado para los fines altruistas para lo que fue creado; 36% piensa que no porque las empresas lo usan para otros fines como deducir sus impuestos; 6% no sabe si creer en este programa o no y 2% le es indiferente este programa.



## Conclusiones (9)

### Programa Redondeo:

- El 70% de las encuestadas NO Redondea su cuenta si los encargados de la caja no les da la opción; 23% Sí Redondea aunque no les pregunten; 6% no sabe o no se da cuenta si redondea o no; y al 1% le da igual si redondea su cuenta o no.
- De las encuestadas que normalmente redondean (23%), el 60% redondea 50¢ centavos; 16% redondea \$1; 5% redondea \$1.50, y el 1% redondea \$5 pesos.
- El 43% de las amas de casa declara que redondea su cuenta porque están convencidas de que la causa por la cual fue creado es buena y traerá un beneficio a la sociedad; 15% lo hace para no perder el tiempo en la devolución del cambio; 12% lo hacen por compromiso social con la causa; mientras que al 10% le da pena negarse, esto quiere decir que lo hacen por no decir 'NO' cuando las cajeras preguntan, por lo que se sienten comprometidos a decir que sí.

## Conclusiones (10)

### Coyuntura económica y social:

- El 37% de las mujeres entrevistadas consideran que las condiciones de la economía van a empeorar; 28% cree y espera que mejorará durante el próximo año; 30% considera que van a seguir igual de mal; y 5% no sabe si mejorarán, empeorarán o se quedarán igual. Se puede concluir que 67% de las personas entrevistadas considera que la economía seguirá igual de mal o empeorará en el próximo año.
- En cuanto a la devaluación del peso, el 46% de las amas de casa consideran que va a empeorar; 32% va a continuar igual -muy fluctuante como hasta hoy-; 15% espera una mejoría en el tipo de cambio; y 8% no sabe si mejorará o empeorará. Es decir, 78% de las mujeres se muestra pesimista en relación al tipo de cambio peso/dólar.
- Con respecto al tema de la inflación, solo el 14% considera que va a mejorar; 51% cree que va a empeorar; 28% declara que va a seguir igual de mal; y el 7% no sabe. En total 81% considera de forma pesimista el futuro inflacionario de nuestro país.

## Conclusiones (11)

### Coyuntura económica y social:

- Un problema que está muy de moda en nuestra ciudad es el tema de la Inseguridad, por lo que 66% de las jefas de familia encuestadas esperan que el problema empeore; el 10% piensa que podría mejorar durante el próximo año; y 19% considera que seguirá igual de mal. Se puede concluir que 85% de las encuestadas esperan que el problema de la inseguridad se agudice durante el próximo año.
- Hablando del empleo, el 47% considera que va a empeorar el rubro de la generación de empleo; 31% piensa que seguirá igual de mal; y solo un 15% considera que podría mejorar durante el próximo año. En congruencia con el tema de la inseguridad, y de la economía en general, podemos concluir que 78% de los ciudadanos entrevistados tienen una expectativa negativa acerca del empleo en nuestra entidad.
- Con respecto a la inversión nacional y extranjera, 18% de las entrevistadas NO SABE o DESCONOCE a qué se refiere este rubro; 18% contestó que la inversión puede mejorar; el 36% considera que va a empeorar; y el 28% cree que seguirá igual de mal. Se concluye que 64% de los entrevistados tienen una expectativa negativa sobre las inversiones en nuestra entidad y nuestro país.

## Conclusiones (12)

### Coyuntura económica y social:

- En relación a los principales problemas de su colonia o de la ciudad, y en congruencia con las respuestas anteriores, 27% de las ciudadanas entrevistadas refiere el tema de la inseguridad pública; 19% de las respuestas están relacionadas con problema de drogadicción y alcoholismo; enseguida, con 12% se ubica la mala calidad o falta de pavimento; 8% refiere la falta de empleo; 6% argumenta que es la corrupción entre nuestras autoridades; y 5% de las respuestas refieren la falta de alumbrado público, agua potable y drenaje, respectivamente.
- En relación al desempeño de las principales autoridades de gobierno, el 52% calificó el desempeño del Gobierno Federal como regular, el 24% lo calificó como ineficiente y el 21% lo calificó como eficiente. Es decir, “de regular para arriba” el 73%.
- Con respecto al Gobierno del Estado de Durango, el 52% lo calificó como regular, el 23% lo calificó como eficiente y el 22% lo calificó como ineficiente. Es decir, “de regular para arriba” el 73%.

## Conclusiones (13)

### Coyuntura económica y social:

- Al Gobierno Municipal, el 55% de los encuestados lo calificaron como regular; el 12% lo calificará como ineficiente; y 28% lo calificó como eficiente. Es decir, “de regular para arriba” el 83%.
- En cuanto a la evaluación de diputados y senadores, de manera sorprendente respecto al común de las encuestas, 64% de los encuestados contestaron que su desempeño es de forma eficiente; un 25% lo califica como regular; solo un 5% lo considera ineficiente; y un 6% NO SABE. Es decir, “de regular para arriba” el 89%, de forma atípica una de las evaluaciones más altas.
- En promedio, al Presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, las personas encuestadas le otorgaron un 7.1 de calificación.
- Al gobernador del Estado, Ismael Hernández Deras, lo calificaron con 7.0.

## Conclusiones (14)

### Coyuntura económica y social:

- Al actual presidente municipal, Carlos Matuk López Nava, se le calificó con 5.9, derivado del poco posicionamiento mediático con el que cuenta
- En cuanto a diputados y senadores, se les calificó con un 4.1, calificación que es congruente con las obtenidas por nuestros legisladores en la mayoría de las encuestas.

# Tendencias y hábitos del consumo y del programa redondeo en la ciudad de Durango

Con la asistencia técnica y patrocinio de:



[www.gdinnovaciones.com.mx](http://www.gdinnovaciones.com.mx)