

Comunicado a medios 135

PROFECO DA A CONOCER RESULTADOS SOBRE LA ENCUESTA APLICADA DURANTE EL BUEN FIN

- El 70 por ciento de quienes obtuvieron descuentos reconoció que la iniciativa cumplió con sus expectativas y de ellos el 96 por ciento señalaron que se les respetaron las ofertas.
- El 76 por ciento de los consumidores consultados ejerció un consumo inteligente, ya que antes de asistir a las tiendas tenía planeadas sus compras y el 60 por ciento programó el monto que gastaría.
- La Profeco a través de su cuenta de Twitter difundió mensajes sobre consumo inteligente que marcaron tendencia a nivel nacional.

México, D. F., a 24 de noviembre de 2011.- Con motivo de la realización de la iniciativa el Buen Fin, la Procuraduría Federal del Consumidor realizó una encuesta en el Distrito Federal a consumidores que adquirieron al menos un producto, con el objetivo de conocer la percepción de la población sobre los descuentos en productos y servicios ofrecidos en los establecimientos inscritos.

En este ejercicio se encuestaron a mil 809 consumidores que asistieron a 15 tiendas de autoservicio y plazas comerciales. Los datos presentados cuentan con un 95 por ciento de confianza y un 2.5 por ciento de margen de error.

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 46 por ciento de los consumidores acudió a realizar sus compras específicamente motivados por la campaña desplegada en los diversos medios de comunicación del Buen Fin, iniciativa impulsada por un importante número de proveedores de productos y servicios, agrupados en las principales cámaras y asociaciones comerciales, industriales, hoteleras y de tiendas departamentales y de autoservicio, respaldada por el Gobierno Federal.

Las principales compras que hicieron quienes asistieron motivados por la campaña del Buen Fin fueron ropa y calzado en un 42.8 por ciento; aparatos electrónicos, electrodomésticos y de línea blanca en un 14.3 por ciento; y alimentos y bebidas en un 12.5 por ciento.

El estudio reflejó que el 60 por ciento de los encuestados se benefició con alguna oferta, promoción o descuento, y de este grupo, el 72.1 por ciento obtuvo descuentos directos al precio. Adicionalmente, 60 por ciento de los consultados manifestó que las promociones encontradas fueron iguales o mayores a las que se ofrecen a lo largo del año.

Comunicado a medios 135

En cuanto a gasto y formas de pago, se identificó que el 54.4 por ciento programó pagar en efectivo; el 20.2 por ciento con tarjeta de crédito; el 13.3 por ciento con tarjeta de débito; y el 9.6 por ciento con la tarjeta departamental. En lo relativo a las tarjetas departamentales o de autoservicio, tan sólo el 2 por ciento de los encuestados manifestó haber tramitado una de ellas durante sus compras.

La encuesta de Profeco confirma que existe un gran número de consumidores inteligentes, que organizan y programan sus compras con antelación, identificando sus necesidades y comparando calidades y precios. La Profeco al respecto, se congratula que el 76 por ciento de los encuestados ya tenía planeado qué compraría antes de acudir a las tiendas y que el 60 por ciento ejerció un gasto programado.

El ejercicio determinó que el 70 por ciento de quienes obtuvieron descuentos reconocieron que el Buen Fin cumplió con sus expectativas y esto se refuerza con el hecho de que al 96 por ciento de este segmento se les respetaron las ofertas según otra pregunta de la encuesta.

En el marco de la aplicación de esta iniciativa, la Profeco desarrolló medidas de atención y vigilancia, apostándole a la prevención y ampliando los canales de recepción de denuncias.

De esta manera, a partir del reconocimiento de que el Buen Fin fue una iniciativa voluntaria y motivada en la autorregulación, convocada por las cámaras y asociaciones comerciales, industriales, hoteleras y de tiendas departamentales y de autoservicio, se generó una mayor corresponsabilidad en el debido cumplimiento de la Ley.

También la Profeco le apostó a la prevención, por lo que impartió capacitaciones al personal de las diferentes cámaras de comercios y establecimientos para recordar los alcances de la Ley Federal de Protección al Consumidor y de las Normas Oficiales vigentes aplicables.

Para la atención a los consumidores en este escenario de alto consumo, se trabajó de manera coordinada con todos los involucrados, para procurar una conciliación directa al momento en que eventualmente pudieran presentarse denuncias.

Finalmente, la Profeco identificó que circularía por redes sociales una gran cantidad de información relacionada con este evento, por lo que procuró generar una comunidad muy alerta de protección al consumidor y difundir información

Comunicado a medios 135

confiable e inmediata. Comunicados como la Trilogía del Consumidor Inteligente y el Decálogo del Consumo Inteligente a través del #ElBuenFin fueron lo más leídos.

Por otro lado, a través del Teléfono del Consumidor, que operó de las 09:00 a las 21:00 horas del 18 al 21 de noviembre, y de la cuenta de twitter @profeco, se atendieron a 139 consumidores, que una vez procesados sus casos se generaron 66 denuncias, las cuales fueron atendidas.

---&---