



EL MEXICANO Y LAS GROSERÍAS



Julio 2009

TRACKING POLL ROY CAMPOS Es la herramienta perfecta y más económica para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que requiera para la generación de su propio producto. Para conocer más acerca del **TRACKING POLL ROY CAMPOS** y la forma de contratar consulte la metodología al final de este documento.

ADVERTENCIA: Como toda encuesta de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de ánimo y las percepciones de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser pronósticos, predicciones o vaticinios, todas las preguntas sin excepción son sólo un indicador de la situación presente en el momento de llevar a cabo el levantamiento de las entrevistas, nada garantiza que los resultados del presente informe sea los que prevalezcan a través del tiempo.

Distrito Federal, México • Calle Georgia #38 • Colonia Nápoles • Tel. +52 (55) 55.43.59.69 •
San Salvador, El Salvador • Calle Al Picacho #5 • Cumbres del Escalón • Tel. +503 22.83.88.18 •
Aguascalientes, México • Monte Coronado #232-4 • Villas Montenegro • Tel. +52 (449) 912.76.11 •

EL MEXICANO Y LAS GROSERÍAS

Roy Campos / León Felipe Maldonado / **CONSULTA MITOFSKY**

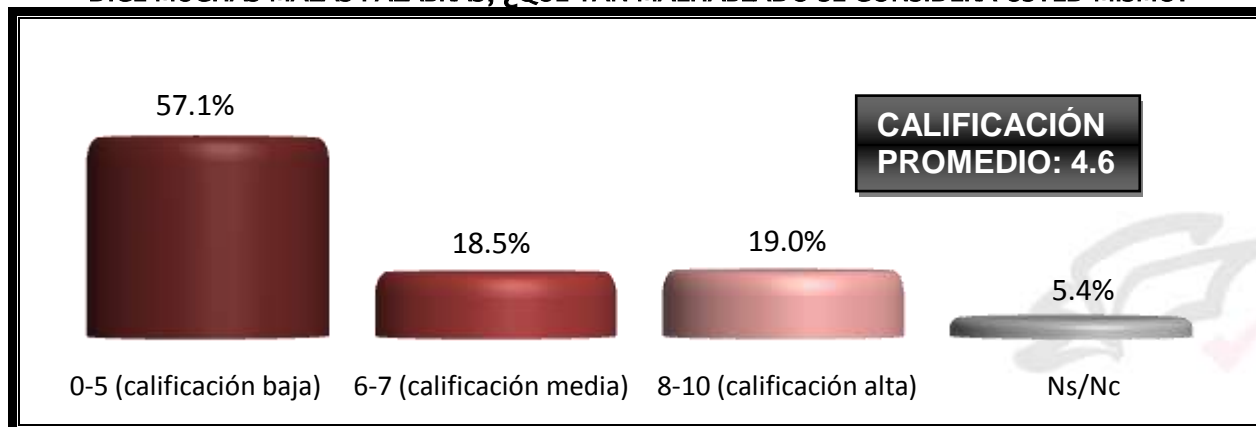
El concepto de “groserías” o como se dice en México “*malas palabras*” es definitivamente personal; la misma palabra aplicada en distintos contextos y en dos momentos es vista de manera muy diferente; por tal motivo la única manera de evaluar el nivel y el número de groserías es la declaración de los propios mexicanos que conocen el sentido y la intención con la que se expresan.

Para conocer más sobre nuestros hábitos cotidianos con el uso y abuso de este tipo de expresiones, en esta ocasión le preguntamos a 1,000 mexicanos en nuestra encuesta **TRACKING POLL ROY CAMPOS** aplicada en el mes de junio en viviendas, los resultados obtenidos en este ejercicio son reportados a continuación.

AUTOEVALUACIÓN

- Sabemos que en la autocrítica solemos ser muy condescendientes, sobre todo cuando se trata de hábitos cuestionados por la sociedad; cuando le preguntamos a la población que se califique en una escala de 0 a 10 puntos (como en la escuela), donde el 0 significa que no dice *malas palabras* y el 10 que a toda hora utiliza improperios, registramos que los mexicanos nos asignamos una calificación promedio de 4.6, es decir no nos vemos como personas altamente malhabladas, solamente una quinta parte de la población se reconoce como muy grosera.

EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, DONDE 0 SIGNIFICA QUE USTED NO DICE MALAS PALABRAS Y 10 ES QUE DICE MUCHAS MALAS PALABRAS, ¿QUÉ TAN MALHABLADO SE CONSIDERA USTED MISMO?



- Por segmentos poblacionales los hombres se perciben a sí mismos como más malhablados, aunque la calificación promedio que se asignan tampoco es alta (5.0); lo mismo ocurre con los jóvenes y los habitantes en las regiones del norte y del centro de México. En contraste los más correctos al hablar según sus propias evaluaciones se ubican en el bajío y entre las edades avanzadas.
- Destaca que la autclasificación no presenta diferencias por nivel socioeconómico, es decir, todos los mexicanos nos calificamos en promedio en el mismo nivel, a pesar de que como se verá adelante sí hay diferencia en el número de “groserías” que aceptamos proferir.

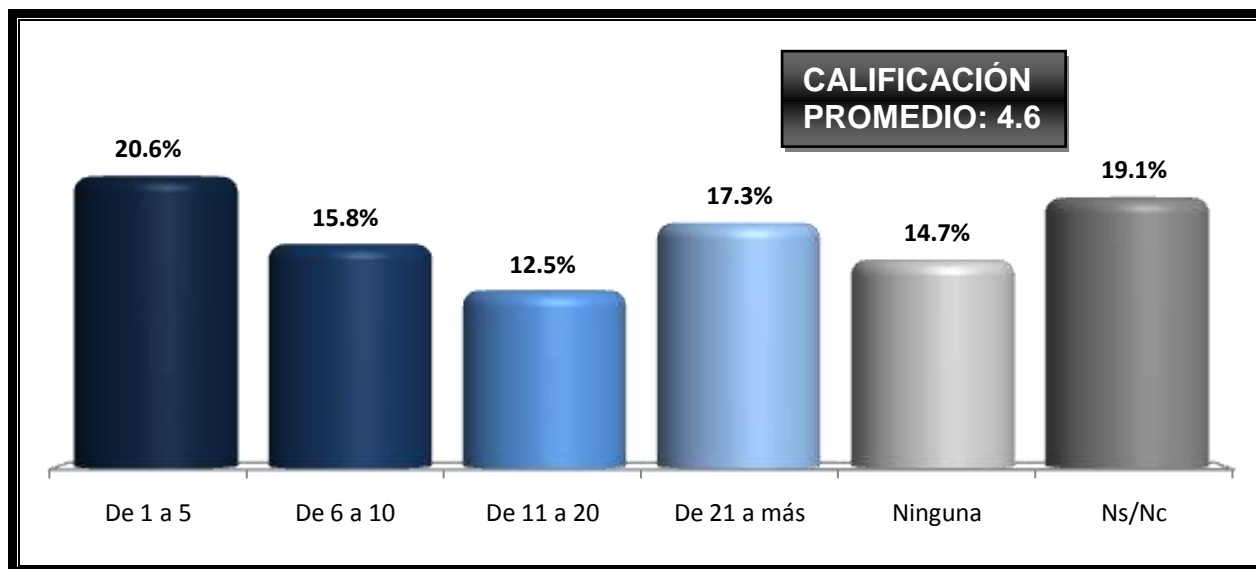
EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, DONDE 0 SIGNIFICA QUE USTED NO DICE MALAS PALABRAS Y 10 ES QUE DICE MUCHAS MALAS PALABRAS, ¿QUÉ TAN MALHABLADO SE CONSIDERA USTED?

		POCO	REGULAR	MUCHO	Ns/Nc	TOTAL	PROMEDIO
SEXO	Hombre	52.8	20.6	21.4	5.2	100.0	5.0
	Mujer	61.0	16.7	16.7	5.6	100.0	4.2
EDAD	De 18 a 29 años	53.4	20.4	21.4	4.8	100.0	4.9
	De 30 a 49 años	57.5	18.7	18.7	5.1	100.0	4.6
	De 50 y más años	62.7	15.3	15.7	6.3	100.0	4.0
NSE	Alto	59.5	19.2	17.3	4.0	100.0	4.5
	Medio	56.1	19.5	19.2	5.2	100.0	4.6
	Bajo	57.8	16.0	19.5	6.7	100.0	4.4
REGIÓN	Norte	53.3	19.4	22.3	5.0	100.0	4.8
	Bajío	62.4	16.3	15.3	6.0	100.0	4.2
	Centro de México	55.1	20.7	18.9	5.3	100.0	4.7
	Sureste	60.3	16.1	18.2	5.4	100.0	4.3
NACIONAL		57.1	18.5	19.0	5.4	100.0	4.6

CANTIDAD

- ¿Cuántas *malas palabras* al día se necesitan para ubicarse en las diferentes categorías?, al cuestionar a los ciudadanos sobre la cantidad de “*palabrotas*” que utilizan en un día promedio, el primer dato relevante es que el 15% de los ciudadanos del país declara no necesitar ni una sola para comunicarse con los demás. Por otra parte en el total de la población, en promedio los mexicanos proferimos 20 *groserías* en nuestras conversaciones cotidianas, 17% se ubica por encima de este promedio.

EN PROMEDIO, ¿CUÁNTAS MALAS PALABRAS DICE USTED AL DÍA?



- Nuevamente por segmentos de la población son los hombres y los jóvenes y quienes más las utilizan; un dato peculiar sin duda es que los ciudadanos pertenecientes a los estratos altos de la población manifiestan decir una mayor cantidad de *malas palabras* en comparación con los estratos bajos, lo que contradice los estereotipos tradicionales. Por las diferentes regiones del país, los habitantes del norte y del centro confirman su mayor propensión a hablar con *malas palabras*.

- Quienes se califican a sí mismos como poco mal hablados declaran pronunciar un promedio de 9 “groserías” al día, los que se ubican en un aspecto medio incrementan el uso de estos términos a 31; y por su parte, quienes se califican a sí mismos como muy “mal hablados” declaran pronunciar un promedio de 42 “groserías” diariamente.

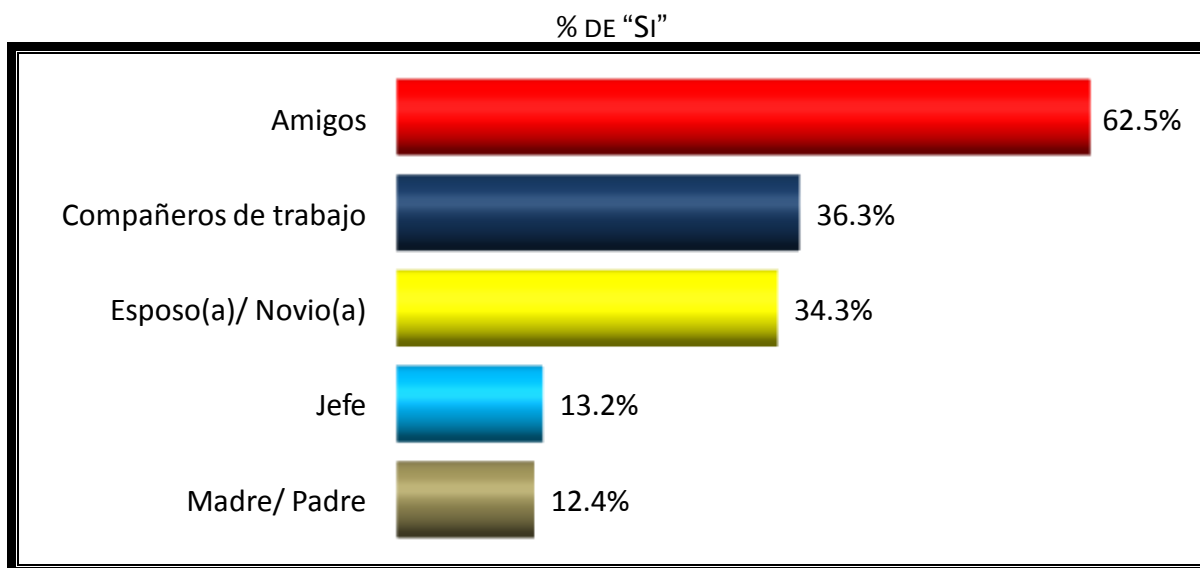
EN PROMEDIO, ¿CUÁNTAS MALAS PALABRAS DICE USTED AL DÍA?

		1-5	6-10	11-20	21-A MÁS	NINGUNA	Ns/Nc	TOTAL	PROMEDIO
SEXO	Hombre	17.9	16.9	14.2	20.2	10.9	19.9	100.0	22.7
	Mujer	23.0	14.7	11.2	15.3	18.2	17.6	100.0	17.5
EDAD	De 18 a 29 años	18.8	17.1	14.9	21.2	11.8	16.2	100.0	22.4
	De 30 a 49 años	21.9	16.5	12.3	16.3	13.3	19.7	100.0	19.9
	De 50 y más años	21.5	12.3	9.2	14.4	22.5	20.1	100.0	15.6
NSE	Alto	17.9	13.3	12.2	21.4	13.4	21.8	100.0	27.4
	Medio	21.2	16.9	12.6	17.4	13.4	18.5	100.0	19.4
	Bajo	21.2	14.5	13.0	15.3	18.8	17.2	100.0	16.2
REGIÓN	Norte	15.8	14.2	13.1	20.6	12.6	23.7	100.0	21.9
	Bajío	20.2	17.3	14.0	16.7	15.5	16.3	100.0	17.6
	Centro de México	23.8	16.4	11.0	16.9	13.9	18.0	100.0	21.8
	Sureste	22.4	15.1	13.4	17.7	17.9	13.5	100.0	17.0
QUÉ TAN MALHABLADO SE CONSIDERA	Poco	29.1	16.4	9.2	8.0	24.0	13.3	100.0	9.3
	Regular	11.8	18.2	20.7	30.4	2.0	16.9	100.0	31.5
	Mucho	8.5	14.8	17.8	39.2	2.2	17.5	100.0	42.3
NACIONAL		20.6	15.8	12.5	17.3	14.7	19.1	100.0	19.9

FRENTE A QUIÉN SE DICEN GROSERÍAS

- El espacio preferido para pronunciar *malas palabras* es en la convivencia con los amigos, el 63% de los ciudadanos del país declara utilizarlas con ellos, más atrás se encuentran los compañeros de trabajo (36%) y la pareja (34%). Por otra parte son las figuras de autoridad como son los jefes o los padres son los que más inhiben el uso de estas expresiones.

NORMALMENTE ¿DICE O NO DICE MALAS PALABRAS FRENTE A...?



- Aún quienes se declaran poco mal hablados, presentan una incidencia de más de la mitad a utilizar estas palabras en presencia de amigos, siendo significativas las diferencias que se presentan por genero en cuestión de los jefes y compañeros de trabajo; y por edad en el caso de los padres (en general los hombres dicen más groserías ante todo auditorio y los jóvenes muestran mayor propensión que el resto de la población cuando están ante sus padres y sus amigos, símbolo del cambio generacional).



NORMALMENTE ¿DICE O NO DICE
MALAS PALABRAS FRENTE A...?

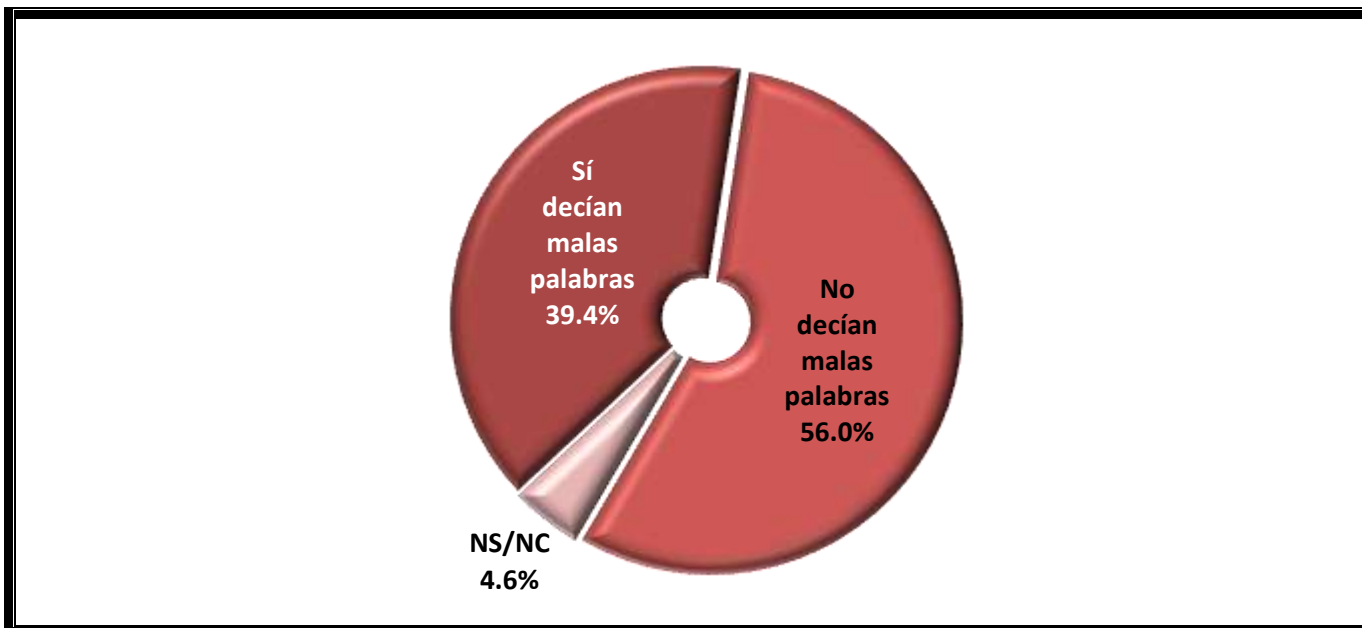
% DE "SI"

		ESPOSO(A)/ NOVIO (A)	MADRE/ PADRE	AMIGOS	JEFE	COMPAÑEROS DE TRABAJO
SEXO	Hombre	35.1	14.2	72.8	18.0	48.0
	Mujer	33.6	10.7	53.2	8.7	25.6
EDAD	De 18 a 29 años	34.6	15.0	69.5	14.0	40.3
	De 30 a 49 años	36.0	11.7	62.7	13.7	38.0
	De 50 y más años	30.6	8.8	50.5	10.7	26.5
NSE	Alto	32.0	12.0	69.1	15.3	42.2
	Medio	36.3	13.3	64.4	14.3	37.4
	Bajo	31.0	10.4	53.7	9.1	29.5
REGIÓN	Norte	39.8	15.5	67.8	14.0	36.5
	Bajío	36.1	12.5	62.1	14.8	37.6
	Centro de México	30.9	10.3	64.6	14.0	41.6
	Sureste	31.1	11.4	53.5	9.4	26.7
QUÉ TAN MALHABLADO SE CONSIDERA	Poco	25.1	7.0	52.4	8.4	27.3
	Regular	47.8	16.3	79.4	16.5	49.0
	Mucho	52.3	25.8	81.5	25.7	54.6
NACIONAL		34.3	12.4	62.5	13.2	36.3

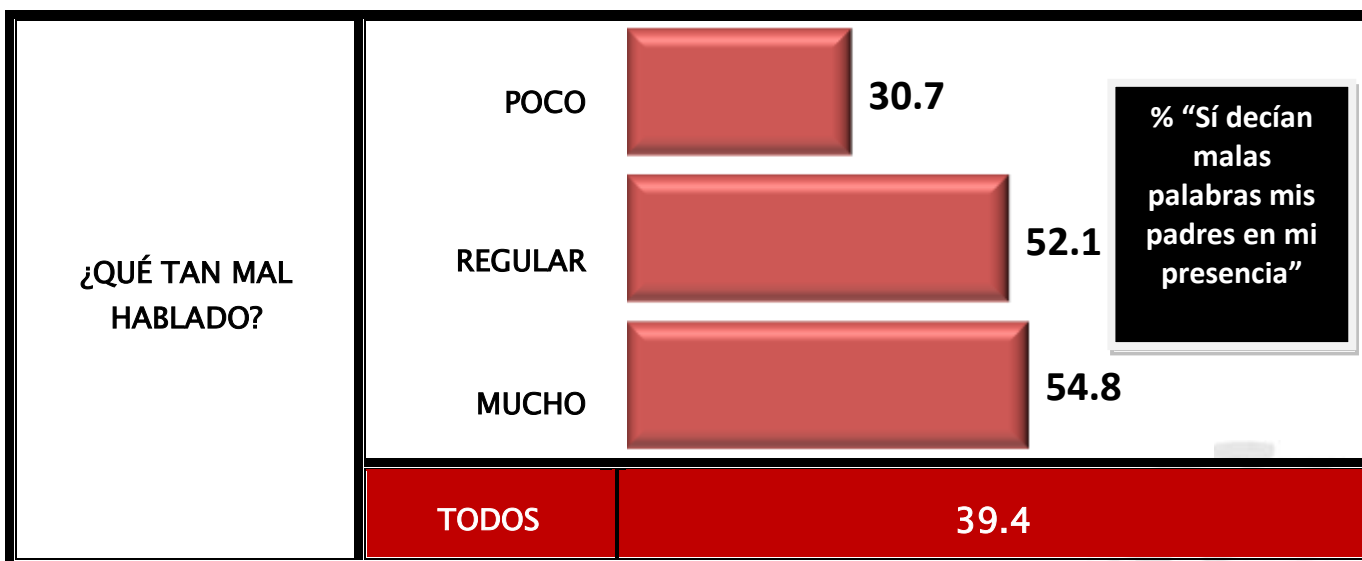


- Sin duda el principal espacio de formación de nuestros hábitos se encuentra en el seno familiar, en este sentido el 39% de los ciudadanos declaran haber escuchado a sus padres utilizar malas palabras cuando ellos eran niños, y 56% mencionan que en su hogar no se tenía esta costumbre.

¿SUS PADRES DECÍAN O NO DECÍAN MALAS PALABRAS CUANDO USTED ESTABA PRESENTE?



- Y en forma más que evidente vemos como los que hoy dicen ser muy “groseros”, son los que más recuerdan a sus padres decir *groserías* frente a ellos.





CONCLUSIONES

El estudio muestra que generación de jóvenes menores de 30 años ve con mayor naturalidad el uso de las “*malas palabras*” y hoy no sólo reportan utilizarlas frente a amigos sino que un porcentaje importante las dice frente a padres o jefes.

Si las respuestas de los mexicanos se extrapolan buscando la incidencia nacional, tendríamos en el país más de 1,350 millones de malas palabras cada día o 500,000 millones al año, así que no nos asustemos si las escuchamos y más bien dejemos de considerarlas *groserías*; al fin y al cabo, todas aparecen o aparecerán en nuestros diccionarios (los cálculos están hechos sólo para mexicanos mayores de 18 años, así que la cifra se eleva considerablemente si incluimos a los niños y adolescentes).



METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares.
FECHAS DE LEVANTAMIENTO 2008	Del 24 al 28 de junio 2009
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
TAMAÑO DE MUESTRA	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas " cara a cara " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY.
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
REGIONES EN QUE SE DIVIDIÓ EL PAÍS	Norte-Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora. Bajo: Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán. Centro de México: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala. Sureste: Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán.
ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±3.1 por ciento . En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.
CALIDAD ESIMM 	CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido ratificada cada año , garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos .
LEGAL	Se autoriza el distribuir, reenviar, copiar o citar estos documentos siempre y cuando no sean modificados o usados con fines comerciales. Al ser citados solicitamos incluir siempre la fuente y para los documentos propiedad de CONSULTA MITOFSKY recomendamos incluir la presente nota de copyright, así como la marca CONSULTA MITOFSKY y su dirección www.consulta.com.mx .
	¿QUÉ ES EL TRACKING POLL ROY CAMPOS? Es la herramienta perfecta y económica para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

requiera para la generación de su propio producto.

Consiste en **encuestas periódicas / cuestionarios multitemáticos / Mide a todos los ciudadanos del país / mantiene fechas fijas de levantamiento / logra una confianza de 95%** y un error muestral de 4% / **cada cliente es dueño de su información** y comparte el costo con otros suscriptores. El hecho de que el **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS** se lleve a cabo con periodicidad mensual lo hace el vehículo ideal para sus indicadores de seguimiento y coyuntura.

¿QUÉ RECIBO AL CONTRATAR EL TRACKING POLL CONSULTA-ROY CAMPOS?

Una vez finalizado el estudio, usted recibirá la base de datos y un reporte con carácter **CONFIDENCIAL** que incluirá las preguntas contratadas mostrando el resultado para todos los ciudadanos entrevistados así como para algunos segmentos poblacionales básicos; sexo, edad agrupada en tres rangos además de dos grupos de nivel socioeconómico (A/B/C+) y (C/D+/D/E).

En caso de haber contratado reactivos por tres o más meses consecutivos, el diseño muestral permitirá entregarle también resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) y cuatro grupos de nivel socioeconómico: (A/B/C+) y (C/D+/D/E).

¿Y QUE VENTAJAS TENGO?

Unas de las principales ventajas del **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS** son:

- La generación de importantes ahorros económicos, ya que no requiere contratar una encuesta exclusiva sino sólo los reactivos que desee evaluar y así compartir la inversión del tracking con el resto de los suscriptores.
- Reducidos tiempos de ejecución lo que le permite una reacción con celeridad.
- Obtención de series de comportamiento a través del tiempo quedando en su elección los meses a medir por ser una herramienta flexible a sus necesidades.
- Obtener mediciones muy concretas que aun cuando requieren representatividad especial, no justifican iniciar la inversión en un estudio específico.
- Posibilidad de contratar resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) o ciudad específica.
- Y sobre todo, la generación de su propio indicador que sólo la calidad y el prestigio de **CONSULTA MITOFSKY** le puede ofrecer.

¿QUIÉNES PUEDEN CONTRATAR EL TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS?

- Cualquier persona, empresa, organización o gobierno que requiera información permanente, veraz, oportuna y económica.
- Cualquier interesado en generar indicadores sobre el éxito de una campaña, de un programa, de una promoción, etc.
- Todos los que quieran conocer su posición respecto a la competencia.
- Quien busque los momentos adecuados para iniciar medidas correctivas o para modificar estrategias en relación a la comunicación.
- Todas las personas y empresas que deseen identificar la percepción ciudadana sobre su imagen.

¿Y DÓNDE LO CONTRATO?

Escribanos a consulta@consulta.com.mx donde de inmediato nos pondremos en contacto para analizar sus necesidades de información y realizarle una cotización en la cual lo sorprenderemos con **nuestras bajas tarifas** gracias a este nuevo mecanismo de investigación. O si lo prefiere puede establecer contacto directo con nuestra oficina en México; Calle Georgia #38. Colonia Nápoles. México, Distrito Federal. Tel. (55) 55.43.59.69.