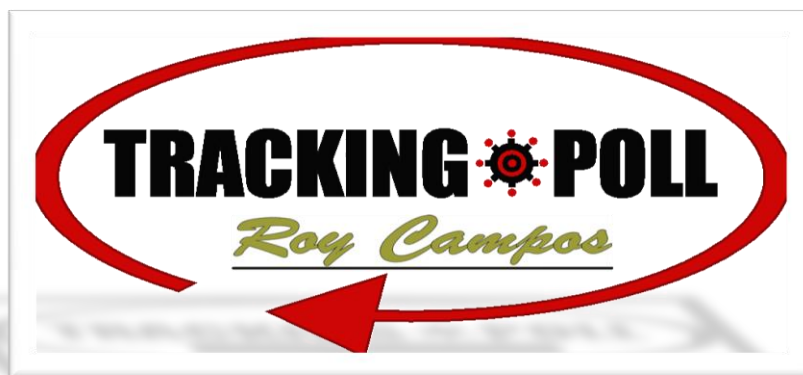




14 DE FEBRERO; REGALOS Y FESTEJOS DE AMOR Y AMISTAD



Enero 2011

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 • Tel. +52 (55) 55.43.59.69 • San Salvador, El Salvador • Tel. +503 22.83.88.18 •
Aguascalientes, México • Tel. +52 (449) 912.76.11 • San Antonio, USA • Tel. +1 (210) 541.89.23 •

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** ©, Todos los derechos reservados.

CONSULTE GRATIS EN www.consulta.com.mx

MONITOR MITOFSKY



MONITOR MITOFSKY

ECONOMÍA, GOBIERNO Y POLÍTICA

Monitor mensual de **CONSULTA MITOFSKY** sobre la economía, el gobierno y la política en México.

ESTUDIOS COMO:

- ✓ ASÍ VAN... RUMBO AL 2012
 - ✓ NIVELES SOCIOECONÓMICOS DE MÉXICO
 - ✓ USUARIOS DE TELEFONÍA CELULAR EN MÉXICO
 - ✓ CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES
 - ✓ ¿QUÉ TIPO DE PAREJA PREFERIMOS?
 - ✓ CHIQUILLADAS...RECUERDOS DE NUESTRA NIÑEZ
- Y MUCHOS MÁS**

EVALUACIÓN DE GOBIERNO



EVALUACIÓN DE GOBIERNO FELIPE CALDERÓN

ECONOMÍA, SEGURIDAD, POLÍTICA
PROBLEMÁTICA PERCIBIDA
APROBACIÓN DE DE GOBIERNO
RUMBO DEL PAÍS

EVALUACIÓN DE MANDATARIOS



EVALUACIÓN DE MANDATARIOS EN AMÉRICA Y EL MUNDO

Consúltelo en

www.consulta.com.mx

14 DE FEBRERO; REGALOS Y FESTEJOS DE AMOR Y AMISTAD

Por: Roy Campos/ **CONSULTA MITOFSKY**

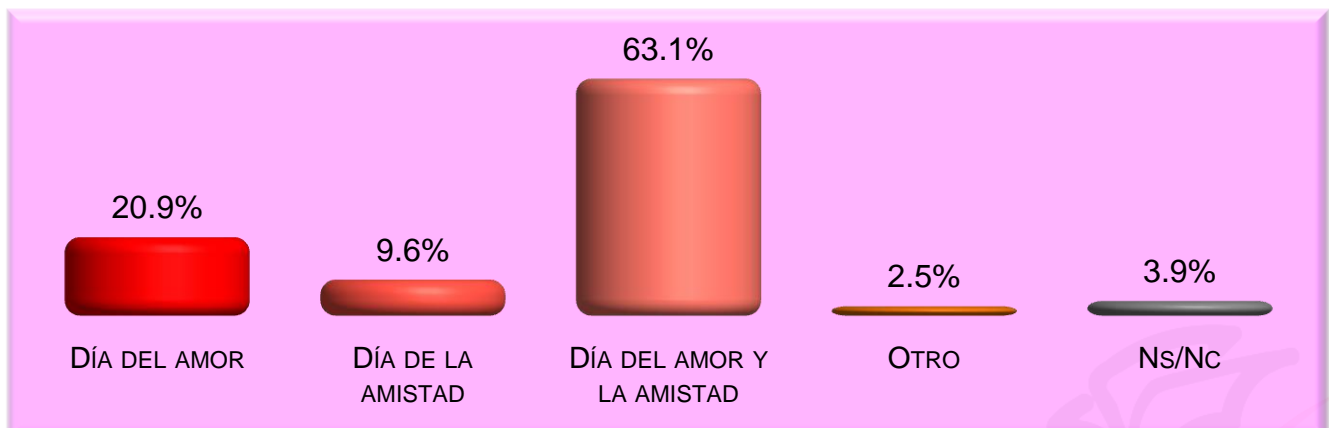
El 14 de febrero de cada año en muchos países es una fecha que tiene comúnmente un carácter comercial pero que sirve de pretexto para acercar a las personas con sus parejas. El día de San Valentín en el santoral, en el calendario comercial el día del Amor y la Amistad.

Esta encuesta se aplicó a 1,000 mexicanos mayores de 18 años en el mes de enero de 2011 dentro del **TRACKING POLL ROY CAMPOS**, y pretende medir la forma en que se celebra ese día, la metodología se presenta al final del documento.

A. – ¿QUÉ SE CELEBRA?

A diferencia de otras fechas cívicas o históricas que como ya hemos visto son poco identificadas (24 de febrero, por poner un ejemplo cercano), el 14 de febrero es ya una fecha posicionada; 93% de los mexicanos la refieren como el día del amor y la amistad o alguno de los dos conceptos.

¿QUÉ SE CONMEMORA EL 14 DE FEBRERO?



- ✓ Al preguntar si al momento de la entrevista el ciudadano tiene algún tipo de pareja, 8 de cada 10 afirma que sí.

¿EN ESTOS MOMENTOS, USTED TIENE PAREJA? YA SEA ESPOSO(A), NOVIO(A) O ALGÚN TIPO DE PAREJA SENTIMENTAL



- ✓ No se observan diferencias entre la declaración de tener una pareja por parte de hombres y mujeres, en cambio por edades los que tienen entre 30 y 49 años son los que más dicen tener algún tipo de pareja.

¿EN ESTOS MOMENTOS, USTED TIENE PAREJA? YA SEA ESPOSO(A), NOVIO(A) O ALGÚN TIPO DE PAREJA SENTIMENTAL

		SI TIENE	NO TIENE	NS/NC	TOTAL
SEXO	Hombre	80.7	17.4	1.9	100.0
	Mujer	79.9	17.2	2.9	100.0
EDAD	De 18 a 29 años	80.1	18.5	1.4	100.0
	De 30 a 49 años	85.3	11.7	3.0	100.0
	De 50 y más años	71.9	25.3	2.8	100.0
Nacional		80.2	17.3	2.5	100.0

- ✓ Por escolaridad e ingreso, entre mayor es, más dicen los encuestados tener en este momento alguien con quien compartir.

¿EN ESTOS MOMENTOS, USTED TIENE PAREJA? YA SEA ESPOSO(A), NOVIO(A) O ALGÚN TIPO DE PAREJA SENTIMENTAL

		SI TIENE	NO TIENE	Ns/Nc	TOTAL
ESCOLARIDAD	Primaria o menos	78.3	19.4	2.3	100.0
	Secundaria/Preparatoria	81.1	16.1	2.8	100.0
	Universidad y más	82.1	17.9	0.0	100.0
NSE	Alto	82.8	15.0	2.2	100.0
	Medio	81.1	16.4	2.5	100.0
	Bajo	75.4	22.2	2.4	100.0
Nacional		80.2	17.3	2.5	100.0

- ✓ Un dato a destacar es cierta evidencia de correlación entre tener pareja y sentirse feliz, ya que quienes se dicen “muy felices” declaran 82% de parejas, en cambio entre los “poco felices” apenas llega a 62%.

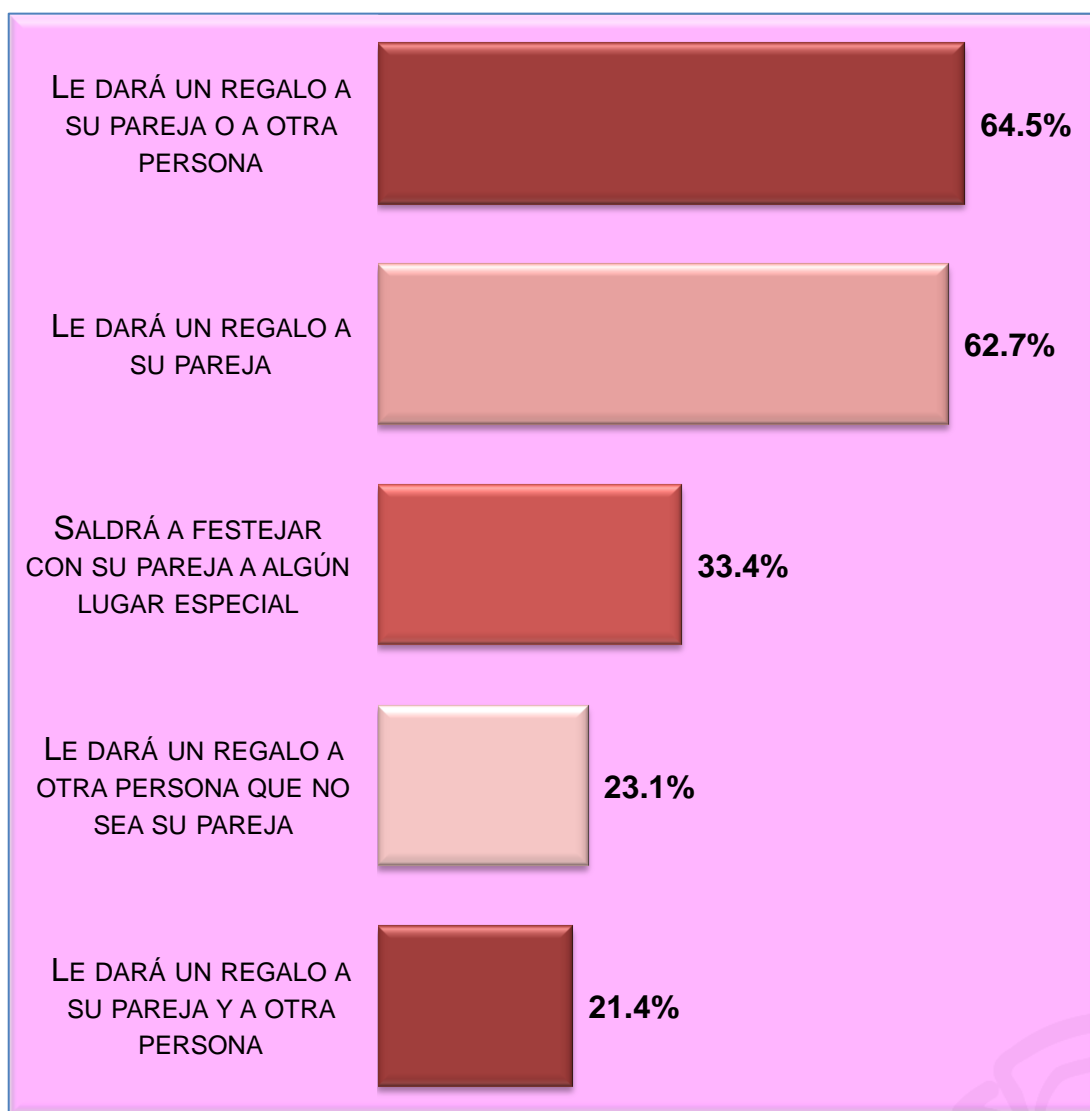
¿EN ESTOS MOMENTOS, USTED TIENE PAREJA? YA SEA ESPOSO(A), NOVIO(A) O ALGÚN TIPO DE PAREJA SENTIMENTAL

		SI TIENE	NO TIENE	Ns/Nc	TOTAL
QUE TAN FELIZ VIVE	Mucho (8-10)	81.8	15.9	2.3	100.0
	Poco (6-7)	78.7	19.8	1.5	100.0
	Nada (0-5)	61.7	33.0	5.3	100.0
Nacional		80.2	17.3	2.5	100.0

B. – ¿CÓMO FESTEJAR?

- ✓ La forma en que más se acostumbra dar sentido al 14 de febrero define su carácter comercial; dar un regalo es con mucho lo más mencionado por el 65% de personas que dice dará algo a alguien, pareja o amiga; mientras que 63% dice regalará a alguna pareja, el 23% a alguien distinto a su pareja, es decir, regalará pensando en la amistad uno de cada 4 mexicanos. Por cierto, salir a festejar también es común, 1 de cada 3 lo hará con su actual compañera(o) a festejar.

Y EN ESPECÍFICO, ¿EL PRÓXIMO 14 DE FEBRERO USTED...?



Respuesta múltiple No suma 100%

- ✓ Los hombres son más claros en decir que festejarán con la pareja, en cambio cuando se habla de amistad no hay grandes diferencias entre ellos y las mujeres, reportan el mismo porcentaje de regalos a amigas(os).
- ✓ A mayor juventud y a mayor nivel económico es más la intención de festejar, ya sea con regalos o saliendo a un restaurant.

¿EL PRÓXIMO 14 DE FEBRERO USTED...?

SOLO AL 80.2% QUE SÍ TIENE PAREJA SENTIMENTAL

		LE DARÁ UN REGALO A SU PAREJA	LE DARÁ UN REGALO A SU PAREJA O A OTRA PERSONA	SALDRÁ A FESTEJAR CON SU PAREJA A ALGÚN LUGAR ESPECIAL	LE DARÁ UN REGALO A OTRA PERSONA QUE NO SEA SU PAREJA	LE DARÁ UN REGALO A SU PAREJA Y A OTRA PERSONA
SEXO	Hombre	69.3	48.7	36.8	23.1	21.8
	Mujer	56.8	37.9	30.3	23.2	21.0
EDAD	De 18 a 29 años	80.8	57.4	47.7	26.1	24.7
	De 30 a 49 años	61.8	41.5	29.2	24.4	22.3
	De 50 y más años	37.4	24.5	20.3	16.3	14.6
NSE	Alto	74.0	53.3	50.3	27.9	24.3
	Medio	64.0	42.5	33.5	24.2	22.8
	Bajo	48.5	35.5	17.5	15.4	14.2
Nacional		62.7	43.1	33.4	23.1	21.4

















*RESPUESTAS INDEPENDIENTES NO SUMAN 100%



C. – REGALOS







- ✓ En general, los regalos más socorridos en la intención de los amigos y enamorados son flores, ropa, chocolates, perfumes y muñecos de peluche.

¿Y QUÉ REGALO PIENSA DAR A SU PAREJA?

		%
	Flores	13.1
	Ropa	11.5
	Chocolates	10.3
	Perfumes/Loción	9.9
	Muñecos de peluche	7.2
	Una Comida/ cena	4.5
	Cariño/ afecto/ amor	2.6
	Anillo	2.2
	CD de música	1.3
	Cartera	0.9
	Reloj	0.8
	Zapatos	0.5
	Cinturón	0.5
	Lencería/ ropa interior	0.5
	Llavero	0.4
	Tarjeta/ postal	0.4
	Otro	4.0
	No piensa dar regalo	0.4
	Ns/Nc	29.0
	Total	100.0





- ✓ Mientras los hombres dan flores, chocolates y peluches, las mujeres se inclinan por ropa, lociones y también chocolates.

¿Y QUÉ REGALO PIENSA DAR A SU PAREJA?

CONSIDERANDO LAS 6 PRINCIPALES MENCIONES							
		FLORES	ROPA	CHOCOLATES	PERFUMES	MUÑECOS DE PELUCHE	UNA COMIDA/CENA
SEXO	Hombre	21.8	5.6	10.7	6.1	8.5	5.1
	Mujer	3.4	17.9	9.7	14.2	5.8	3.8

- ✓ Por edades, las flores incrementan su incidencia conforme se es mayor, al grado que uno de cada cuatro mayores de 50 años es el primer regalo en el que piensa, en cambio es la quinta preferencia entre menores de 30 años, los cuales dividen su preferencia por dar ropa, perfumes, peluches y chocolates.




¿Y QUÉ REGALO PIENSA DAR A SU PAREJA?

CONSIDERANDO LAS 6 PRINCIPALES MENCIONES							
		FLORES	ROPA	CHOCOLATES	PERFUMES	MUÑECOS DE PELUCHE	UNA COMIDA/CENA
EDAD	De 18 a 29 años	9.2	11.4	12.8	11.5	10.1	3.4
	De 30 a 49 años	13.7	12.4	9.3	9.0	4.8	5.2
	De 50 y más años	24.1	8.8	5.4	7.7	5.6	5.9








- ✓ Por nivel socioeconómico, las flores se presentan más en el nivel bajo, en cambio los chocolates, peluches y salidas a un restaurant son más concurridas por el nivel alto.

¿Y QUÉ REGALO PIENSA DAR A SU PAREJA?

CONSIDERANDO LAS 6 PRINCIPALES MENCIONES							
		FLORES	ROPA	CHOCOLATES	PERFUMES	MUÑECOS DE PELUCHE	UNA COMIDA/CENA
NSE	Alto	8.9	12.3	11.0	6.3	7.4	11.4
	Medio	13.2	9.7	10.3	11.6	7.2	3.1
	Bajo	18.5	17.9	9.2	7.1	7.1	1.2

- ✓ Por región, los chocolates tienen más presencia como regalos en el norte compitiendo con las flores; En el bajío se inclinan ligeramente más por perfumes y flores; en el sureste flores y ropa, por último el centro de México, que incluye su capital, la ropa, los peluches y salir a festejar son los regalos predominantes.

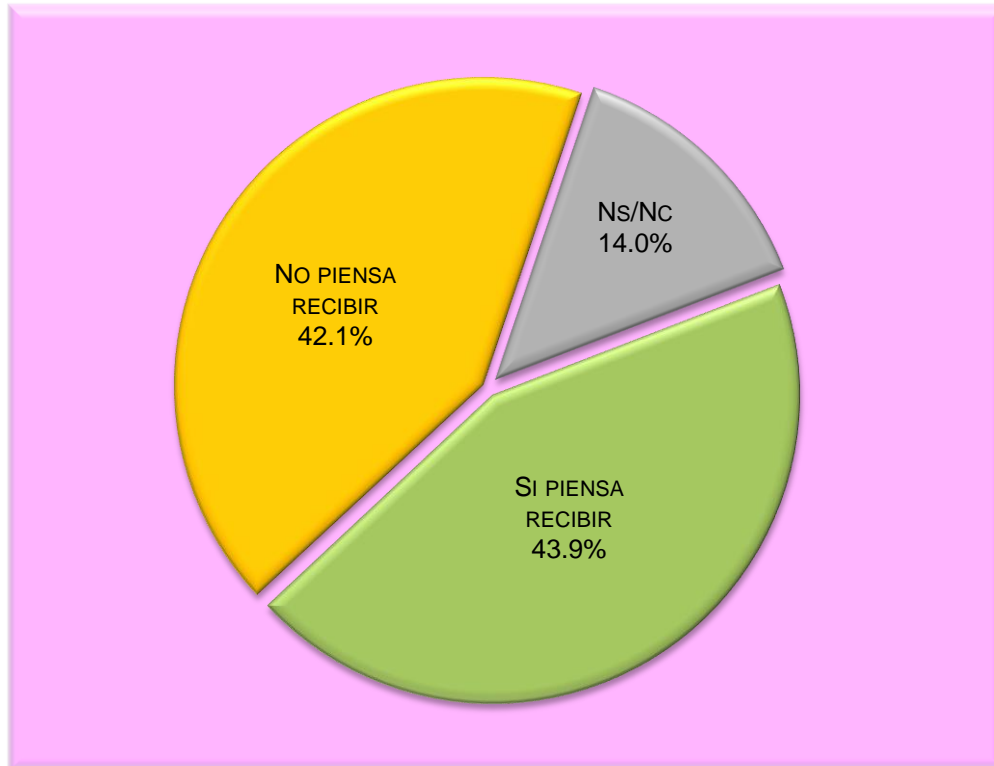
¿Y QUÉ REGALO PIENSA DAR A SU PAREJA?

CONSIDERANDO LAS 6 PRINCIPALES MENCIONES							
		FLORES	ROPA	CHOCOLATES	PERFUMES	MUÑECOS DE PELUCHE	UNA COMIDA/CENA
REGIÓN	Norte	16.5	11.7	17.2	11.4	5.1	3.1
	Bajío	11.3	9.8	8.2	13.2	6.5	1.0
	Centro de México	8.9	11.7	8.8	7.3	10.5	9.8
	Sureste	17.7	12.8	5.8	7.9	5.7	2.2



- ✓ Mientras como ya vimos 2 de cada 3 mexicanos dicen que darán un regalo, encontramos que solamente 44% piensa en recibirlo, es decir, algunos tendrán una agradable sorpresa cuando se los entregue su pareja o sus amistades.

PARA ESE DÍA, ¿USTED PIENSA RECIBIR ALGÚN REGALO?



- ✓ Los que están más seguros de recibir regalos son los adultos jóvenes y los ciudadanos de nivel alto.

PARA ESE DÍA, ¿USTED PIENSA RECIBIR ALGÚN REGALO?

		SI PIENSA RECIBIR	NO P IENSA RECIBIR	Ns/Nc	TOTAL
SEXO	Hombre	43.6	42.8	13.6	100.0
	Mujer	44.3	41.4	14.3	100.0
EDAD	De 18 a 29 años	60.0	28.6	11.4	100.0
	De 30 a 49 años	44.6	40.4	15.0	100.0
	De 50 y más años	21.1	63.1	15.8	100.0
NSE	Alto	54.5	38.2	7.3	100.0
	Medio	45.3	39.6	15.1	100.0
	Bajo	30.9	53.1	16.0	100.0
Nacional		43.9	42.1	14.0	100.0



- ✓ Los regalos que esperan recibir los potencialmente beneficiarios de ellos corresponden con los que sus parejas piensan dar; las flores, ropa, chocolates, perfumes y peluches aparecen en los 5 primeros lugares en ambas listas. Como dato curioso aunque es pequeño, coincide el porcentaje que dará lencería con el que espera recibirla, así que parece que hay parejas que ya tienen claro los regalos que intercambiarán.

¿QUÉ REGALO ESPERA RECIBIR?





SOLO AL 43.9% QUE PIENSA RECIBIR UN REGALO

		%
	Flores	10.9
	Ropa/Chamarra/Sweater	10.8
	Chocolates	8.2
	Perfumes/Loción	8.3
	Muñecos de peluche	5.1
	Cariño/ afecto/ amor	3.4
	Una Comida/ cena	3.1
	Anillo	1.5
	Tarjeta/ postal	1.2
	Zapatos	0.9
	CD de música	0.5
	Reloj	0.4
	Cartera	0.4
	Lencería/ ropa interior	0.4
	Libro	0.4
	Otro	3.4
	Ns/Nc	41.1
	Total	100.0

- ✓ Mientras son hombres son quienes dan flores, las mujeres esperan recibirlas; también son los mayores de 50 años quienes las dan pero no es ese segmento quien espera con recibirlas. Y salvo este caso, el resto de regalos coincide el receptor de ellos con quienes piensa darlos.

¿QUÉ REGALO ESPERA RECIBIR?

SOLO AL 43.9% QUE PIENSA RECIBIR UN REGALO

		CONSIDERANDO LAS 7 PRINCIPALES MENCIONES						
		 FLORES	 ROPA/ CHAMARRA/ SWEATER	 PERFUMES/L OCIÓN	 CHOCOLATES	 MUÑECOS DE PELUCHE	 CARIÑO/ AFECTO/ AMOR	 UNA COMIDA/ CENA
SEXO	Hombre	1.0	12.6	12.2	5.8	4.7	3.3	3.5
	Mujer	19.7	9.1	4.8	10.4	5.5	3.5	2.7
EDAD	De 18 a 29 años	11.6	10.2	13.5	8.3	7.2	1.2	3.0
	De 30 a 49 años	11.5	10.9	4.7	7.3	3.4	4.7	2.4
	De 50 y más años	6.1	12.6	1.7	11.5	3.4	7.5	5.8
NSE	Alto	12.7	10.0	7.6	8.8	3.4	0.9	4.6
	Medio	7.9	10.9	9.4	8.8	6.1	4.0	3.0
	Bajo	21.7	10.9	4.0	4.9	3.3	4.3	1.4
Nacional		10.9	10.8	8.3	8.2	5.1	3.4	3.1



METODOLOGÍA 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	20 AL 24 DE ENERO DE 2011
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 / <u>CONSULTA MITOFSKY</u> .
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.
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.
	<u>CONSULTA MITOFSKY</u> 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 <u>CONSULTA MITOFSKY</u> 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 .



¿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 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.



HH

PRO

