



INDEPENDENCIA VS REVOLUCIÓN ¿QUÉ DEBEMOS FESTEJAR?



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 •

INDEPENDENCIA VS REVOLUCIÓN

¿QUÉ DEBEMOS FESTEJAR?

Por: Roy Campos / Carlos Penna / **CONSULTA MITOFSKY**

El próximo año, México vivirá conmemoraciones de las dos fechas históricas más estudiadas y más difundidas desde los primeros años escolares; prácticamente todos los héroes nacionales están ligados a la Revolución o a la Independencia (excepciones que merecen la pena mencionar son Juárez y Cárdenas). Y en 2010, coinciden en festejarse los 100 y 200 años del “inicio oficial” de ambas gestas.

Para festejar ambas fechas se han emitido billetes, se planea inaugurar obras y monumentos, se están diseñando actos masivos y populares, pero en el ánimo ciudadano ¿cuál celebración es más importante?

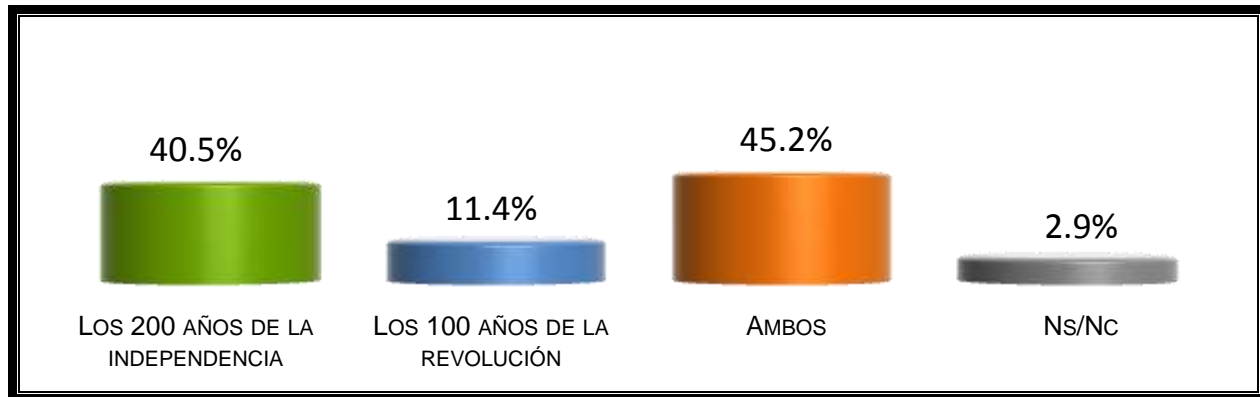
La presente encuesta fue realizada en octubre de 2009, a 1000 ciudadanos en sus viviendas a lo largo de todo el país dentro del **TRACKING POLL ROY CAMPOS**, cuya metodología aparece al final del documento.



RESULTADOS

- ✓ Los mexicanos consideran que es más importante festejar 200 años de la Independencia que 100 años de la Revolución; la ventaja es de casi 4 a 1 (41% vs 11%).

¿QUÉ ES MÁS IMPORTANTE FESTEJAR: LOS 200 AÑOS DE LA INDEPENDENCIA O LOS 100 AÑOS DE LA REVOLUCIÓN?




- ✓ En las zonas rurales del país, es claramente más fuerte la tendencia a festejar la Independencia.
- ✓ Aunque sigue siendo minoría de respuestas, la Revolución es más apreciada por los ciudadanos que simpatizan con el PRD y con el PRI.

		LOS 200 AÑOS DE LA INDEPENDENCIA	LOS 100 AÑOS DE LA REVOLUCIÓN	AMBOS	Ns/Nc	TOTAL
SEXO	Hombre	39.2	10.2	47.1	3.5	100.0
	Mujer	41.8	12.4	43.5	2.3	100.0
EDAD	De 18 a 29 años	38.8	12.4	46.5	2.3	100.0
	De 30 a 49 años	42.4	10.8	43.8	3.0	100.0
	De 50 y más años	40.0	10.7	45.6	3.7	100.0
IDENTIDAD PARTIDISTA	Panista	45.5	13.0	39.7	1.8	100.0
	Priista	42.3	10.8	45.3	1.6	100.0
	Perredista	47.7	14.9	36.3	1.1	100.0
	Independiente	35.3	10.0	49.9	4.8	100.0
LOCALIDAD	Urbana	38.6	12.2	46.3	2.9	100.0
	Rural	47.2	8.7	41.4	2.7	100.0
NACIONAL	Octubre 09	40.5	11.4	45.2	2.9	100.0

- ✓ Entre los que prefieren festejar la Independencia hay mayoría de ciudadanos de edades de 30 a 49 años; en cambio entre quienes prefieren la Revolución la mayoría son menores a 30 años.
- ✓ A menor escolaridad, la Independencia tiene más presencia, 4 de cada 10 ciudadanos que la prefieren no llegaron a secundaria.
- ✓ De manera congruente con lo anterior, las localidades rurales, aportan más presencia de mexicanos al grupo que prefiere a la Independencia.

	LOS 200 AÑOS DE LA INDEPENDENCIA	LOS 100 AÑOS DE LA REVOLUCIÓN
SEXO	<p>Hombre 46.0% Mujer 54.0%</p>	<p>Hombre 42.9% Mujer 57.1%</p>
EDAD	<p>18 a 29 años 35.6% 30 a 49 años 42.0% 50 y más 22.4%</p>	<p>18 a 29 años 40.4% 30 a 49 años 38.2% 50 y más 21.4%</p>
ESCOLARIDAD	<p>Ning/Primaria 39.0% Secundaria/Preparatoria 51.4% Universidad y más 8.8%</p>	<p>Ning/Primaria 31.7% Secundaria/Preparatoria 58.8% Universidad y más 9.5%</p>
LOCALIDAD	<p>Urbana 73.7% Rural 26.3%</p>	<p>Urbana 82.8% Rural 17.2%</p>

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 28 de Octubre al 01 de Noviembre 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 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.