



EL ABORTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA



Enero 2010

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 •

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.

EVALUACIÓN DE MANDATARIOS



EVALUACIÓN DE MANDATARIOS EN AMÉRICA Y EL MUNDO

EVALUACIÓN DE GOBIERNO



**EVALUACIÓN DE GOBIERNO
FELIPE CALDERÓN**

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

OTROS COMO:

- ✓ **LOS NÚMEROS NO MIENTEN;
ANUARIO DE ESTUDIOS
PUBLICADOS EN 2008 Y 2009**
- ✓ **NIVELES SOCIOECONÓMICOS DE
MÉXICO**
- ✓ **¿CÓMO SE SIENTE EL MEXICANO?**
- ✓ **CONFIANZA EN LAS
INSTITUCIONES**
- ✓ **FUTBOL SOCCER EN MÉXICO**
- ✓ **¿QUÉ PAÍS QUEREMOS SER?
Y MUCHOS MÁS**

Consúltelo en

www.consulta.com.mx

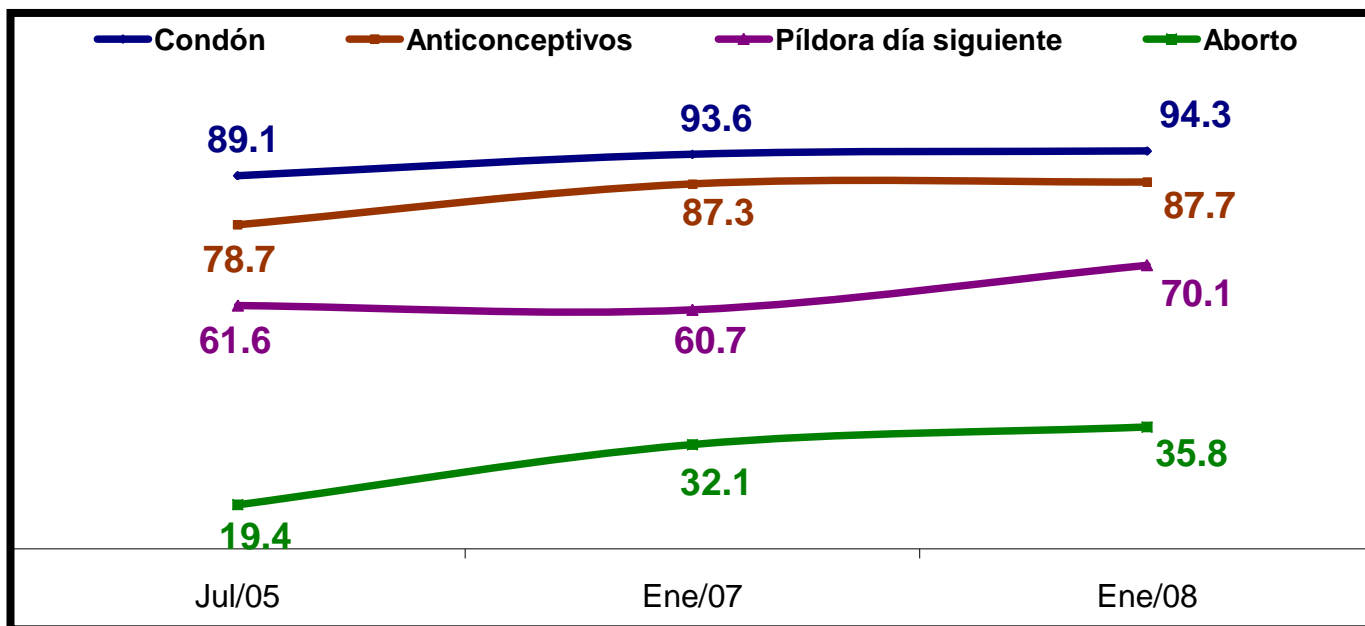
EL ABORTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA

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

El debate sobre la libertad de las mujeres para decidir el realizarse o no un aborto revivió en diciembre pasado junto con otros temas que polarizan la opinión de los ciudadanos y que inmediatamente dan lugar a discusiones en otros terrenos (bodas y adopción por parte de parejas gay son otros temas puestos en el tapete de las discusiones recientemente).

Ya en 2008 publicamos el comportamiento creciente que observaba la aprobación a la mayoría de los métodos de prevención e interrupción del embarazo, recordando.

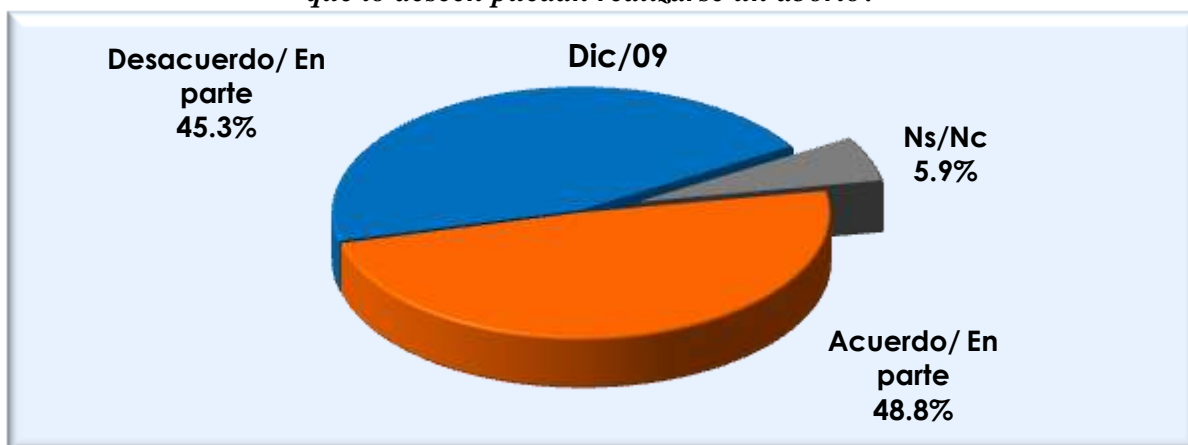
¿Está usted de acuerdo o desacuerdo con...?
% ACUERDO (RESULTADOS ANTERIORES)



En diciembre de 2009, retomamos el tema en el tracking mensual que se aplica a una encuesta de 1,000 ciudadanos en sus viviendas, obteniendo resultados interesantes:

- A pregunta inicial directa **existe una clara división de opiniones sobre dar la oportunidad a una mujer para que se pueda realizar un aborto, el 49% está de acuerdo y el 45% en desacuerdo.**

¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo en que las mujeres que lo deseen puedan realizarse un aborto?

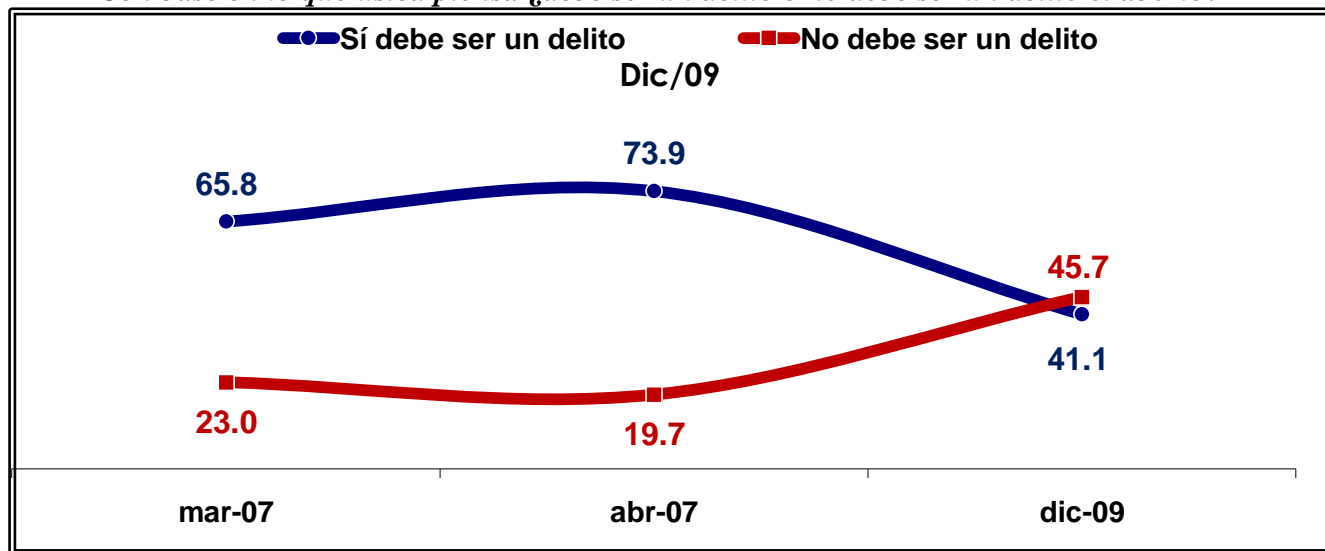


- Por grupos, el acuerdo es similar por sexo; es mayor en zonas urbanas y particularmente en la zona central del país; cuando los ciudadanos tienen estudios universitarios el acuerdo llega hasta 63%.

Dic/09		ACUERDO/ EN PARTE	DESACUERDO/ EN PARTE	NS/NC	TOTAL
SEXO	Hombre	48.1	44.8	7.1	100.0
	Mujer	49.5	45.7	4.8	100.0
EDAD	De 18 a 29	53.6	40.9	5.5	100.0
	De 30 a 49	51.0	44.3	4.7	100.0
	De 50 y más	37.2	54.4	8.4	100.0
ESCOLARIDAD	Ninguno/Primaria	35.9	56.1	8.0	100.0
	Secundaria/Preparatoria	53.1	41.5	5.4	100.0
	Universidad y más	63.3	34.3	2.4	100.0
LOCALIDAD	Urbana	52.5	41.7	5.8	100.0
	Rural	31.8	62.0	6.2	100.0
REGIÓN	Norte	43.8	48.7	7.5	100.0
	Bajío	37.1	59.7	3.2	100.0
	Centro de México	62.6	29.0	8.4	100.0
	Sureste	42.8	53.9	3.3	100.0
NACIONAL		48.8	45.3	5.9	100.0

- Una nueva división de opiniones se presenta al preguntar si el aborto debe ser un delito: 41% dice que sí y 46% que no, lo que significa una disminución sustantiva en 32 meses del porcentaje que piensa debe ser penalizado.

Con base en lo que usted piensa ¿debe ser un delito o no debe ser un delito el aborto?



- Por razones entendibles, las mujeres son las que menos piensan que el aborto debe penalizarse. Lo mismo pasa con los ciudadanos más jóvenes.
- Las zonas rurales y el sureste del país son quienes mayor resistencia presentan a despenalizar el aborto.



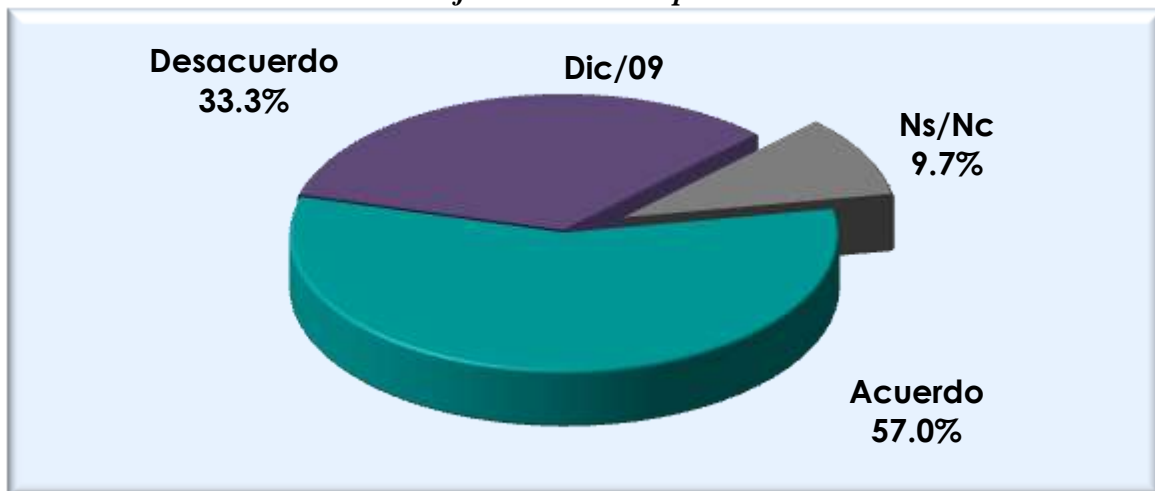
Con base en lo que usted piensa ¿debe ser un delito o no debe ser un delito el aborto?

Dic/09		SI DEBE SER UN DELITO	NO DEBE SER UN DELITO	NS/NC	TOTAL
SEXO	Hombre	41.7	44.0	14.3	100.0
	Mujer	40.4	47.3	12.3	100.0
EDAD	De 18 a 29	35.6	51.3	13.1	100.0
	De 30 a 49	42.1	46.1	11.8	100.0
	De 50 y más	48.3	35.9	15.8	100.0
ESCOLARIDAD	Ninguno/Primaria	53.3	33.5	13.2	100.0
	Secundaria/Preparatoria	35.1	49.8	15.1	100.0
	Universidad y más	36.4	58.9	4.7	100.0
NSE	Alto	34.8	54.2	11.0	100.0
	Medio	37.8	47.5	14.7	100.0
	Bajo	53.4	34.7	11.9	100.0
LOCALIDAD	Urbana	36.2	50.8	13.0	100.0
	Rural	63.9	22.2	13.9	100.0
REGIÓN	Norte	49.1	37.8	13.1	100.0
	Bajo	49.7	37.8	12.5	100.0
	Centro de México	22.1	65.3	12.6	100.0
	Sureste	52.8	32.7	14.5	100.0
NACIONAL	Mar 07	65.8	23.0	11.2	100.0
	Abr 07	73.9	19.7	6.4	100.0
	Dic 09	41.1	45.7	13.2	100.0





- Como lo hemos mencionado en otras ocasiones, en temas como el aborto la forma de preguntar es determinante; mientras al preguntar inicialmente sobre el aborto encontramos división de opiniones, cuando se presenta al entrevistado el contexto de la pregunta encontramos una clara mayoría a favor de permitir a las mujeres abortar.

En México el aborto está permitido en los casos de violación y cuando está en riesgo la vida de la madre, sin embargo algunas voces han solicitado que la mujer pueda decidir libremente si quiere interrumpir su embarazo, ¿usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se les permita abortar a las mujeres en nuestro país?



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	04 al 9 de diciembre 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.

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

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.