



ENCUESTA: EL MEXICANO Y LA VANIDAD



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.

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

EL MEXICANO Y LA VANIDAD

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

Al finalizar cada año es tradición hacer propósitos para cumplir en el año que inicia. Con independencia de si se logran o no, los hacemos pretendiendo mejorar algún aspecto de nuestra vida, nuestra salud o nuestras relaciones. Algunos de estos propósitos cuando se logran cumplir, se convierten después en motivo de orgullo y satisfacción. Es así que un país como México que se caracteriza por tener el segundo lugar mundial en obesidad (tan sólo después de EUA) uno de los deseos más recurrentes es el mejorar nuestra apariencia física o bajar de peso, ya sea haciendo ejercicio, siguiendo dietas o incluso sometiéndose a cirugías estéticas, pero ¿qué tanta voluntad tenemos para cumplir este ya típico deseo?, **CONSULTA MITOFSKY** a través de su **TRACKING POLL ROY CAMPOS** encuestó a 1,000 mexicanos, hombres y mujeres todos mayores de edad alrededor del territorio nacional para conocer más acerca de la vanidad del mexicano a sólo tres semanas de haber iniciado el 2008.

- El primer dato a reportar es el porcentaje global de ciudadanos que hizo la promesa de bajar de peso; 16 por ciento (uno de cada seis mexicanos mayores de 18 años). Sin embargo observando los distintos segmentos encuestados se aprecia que las mujeres, los jóvenes y las personas de mayores estudios son los que más se preocuparon -o por lo menos prometieron hacer el propósito- de cuidar su peso.

¿En año nuevo hizo el propósito de bajar de peso?

		Sí	No
SEXO	Hombre	13.7	84.6
	Mujer	18.8	77.5
EDAD	De 18 a 29 años	20.3	78.4
	De 30 a 49 años	16.1	80.6
	De 50 y más años	10.4	85.5
ESCOLARIDAD	Primaria o menos	12.2	84.0
	Secundaria/ Preparatoria	17.9	79.4
	Universidad y más	22.6	77.4
NSE	Alto	17.1	79.5
	Medio	17.4	80.9
	Bajo	13.9	83.9
NACIONAL	ENERO 08	16.4	80.9

- A tres semanas de haber hecho la promesa es interesante comparar el porcentaje que continúa cumpliendo su propósito y el que ha desertado de ella; poco más de la mitad de los que lo prometieron siguen en su voluntad por cumplirlo, en especial las mujeres, los jóvenes y las personas del norte del país; el resto, ya ha abandonado la promesa o quizás la postergó un año más, en ese abandono sobresalen los hombres, los ingresos económicos altos, las personas de 50 o más años y los residentes en el sureste de México.

¿Y al día de hoy está haciendo alguna dieta, ejercicio o actividad para bajar de peso?

		Sí	No	% QUE SIGUE CUMPLIENDO SU PROPÓSITO
SEXO	Hombre	6.9	92.0	50.4
	Mujer	12.4	85.0	66.0
EDAD	De 18 a 29 años	12.7	86.3	62.6
	De 30 a 49 años	9.4	88.2	58.4
ESCOLARIDAD	De 50 y más años	5.5	91.7	52.9
	Primaria o menos	7.3	88.9	59.8
	Secundaria/ Preparatoria	11.0	87.8	61.5
NSE	Universidad y más	12.0	88.0	53.1
	Alto	9.5	89.1	55.6
	Medio	10.8	87.6	62.1
REGIÓN	Bajo	8.5	89.5	61.2
	Norte	11.6	87.1	70.3
	Bajío	8.7	90.1	66.4
	Centro de México	10.6	88.2	60.2
NACIONAL	Sureste	8.1	88.2	49.1
	ENERO 08	9.7	88.3	59.1

CIRUGIAS ESTÉTICAS

- La esencia de la vanidad es la confianza en poder mejorar nuestra apariencia física y una forma de lograrlo es a través de las cirugías estéticas; 17 por ciento de los mexicanos estaría dispuesto, de poder o requerirlo, a someterse a algún tipo de cirugía estética para mejorar su apariencia, en especial las mujeres, quienes en el 21 por ciento por ciento de los casos respondieron afirmativamente; los jóvenes (23%); las personas de mayores estudios (23%) y muy especialmente de personas que viven en las entidades del norte del país (26%).
- Por su parte los que menos dispuestos están a someterse a operaciones de este tipo son los hombres, personas mayores de 50 años y los ciudadanos del sureste del país.
- Poco más de la mitad de las personas (55%) que se encuentran bajo dieta actualmente estarían dispuestas a operarse. Tomando en cuenta las dos respuestas encontramos que uno de cada 20 mexicanos puede considerarse vanidoso ya que cumple en las dos categorías: dieta y disposición a operación estética.

¿Usted estaría o no estaría dispuesto a operarse para verse mejor?

		Sí	No
SEXO	Hombre	12.7	81.0
	Mujer	20.7	72.6
EDAD	De 18 a 29 años	22.8	72.4
	De 30 a 49 años	15.2	78.0
	De 50 y más años	10.2	81.0
ESCOLARIDAD	Primaria o menos	12.2	80.1
	Secundaria/ Preparatoria	18.5	76.0
	Universidad y más	22.8	69.9
REGIÓN	Norte	25.5	66.0
	Bajío	17.5	74.6
	Centro de México	16.3	76.9
	Sureste	11.5	84.5
VANIDAD	Sí hace dieta actualmente	54.9	40.9
	No hace dieta actualmente	13.0	81.2
NACIONAL	ENERO 08	16.9	76.6

- Pero, ¿qué partes del cuerpo son las que más se quiere operar el mexicano? Del 17% que dice que sí se operaría, poco más de la tercera parte dijo que sería la nariz (en especial los hombres), un porcentaje similar aunque un poco menor dijo que sería el abdomen (en específico las mujeres y personas de bajos recursos), 13 por ciento declaró que el busto, 10 por ciento la cara (mismo porcentaje que declaró que los glúteos), siete por ciento más dijo que los labios, tres por ciento las piernas y finalmente dos por ciento manifestó que le gustaría mejorarse los brazos.

¿Podría decirme que partes de su cuerpo se operaría para que se vean mejor?

SÓLO DEL 16.9% QUE SÍ SE OPERARÍA ALGUNA PARTE DE SU CUERPO

		NARIZ	ABDOMEN/ ESTOMAGO	BUSTO/ PECHO	CARA	GLÚTEOS	LABIOS	OJOS	PIERNAS	BRAZOS
SEXO	Hombre	39.9	26.2	1.4	15.1	4.8	3.3	2.0	0.0	0.0
	Mujer	34.0	34.5	19.5	7.6	13.3	8.9	3.9	5.0	3.1
EDAD	De 18 a 29 años	36.6	32.8	15.9	8.0	12.7	7.2	4.3	2.9	2.9
	De 30 a 49 años	38.8	30.5	10.2	8.7	8.9	5.7	2.9	3.0	1.5
	De 50 y más años	27.1	29.5	9.9	22.8	4.9	8.7	0.0	4.7	0.0
NSE	Alto	28.3	24.3	17.3	19.8	7.2	9.1	3.9	3.8	3.7
	Medio	37.0	32.2	12.4	9.2	13.7	7.0	2.6	4.2	2.8
	Bajo	37.5	36.2	10.9	7.1	7.9	6.1	4.0	0.0	0.0
NACIONAL	ENERO 08	36.1	31.5	13.0	10.3	10.2	6.9	3.2	3.2	2.0



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 17 al 22 de Enero 2008
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.
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 .
	Es la herramienta perfecta 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.