



Y AHORA: LO QUE NOS DISGUSTA DEL CUERPO DE UNA PAREJA



Septiembre 2008

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.



INFORME MITOFSKY

ECONOMÍA, GOBIERNO Y POLÍTICA

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

Consúltelo en

www.consulta.com.mx



Y AHORA: LO QUE NOS DISGUSTA DEL CUERPO DE UNA PAREJA

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

Con esta encuesta finaliza una serie de reportes alrededor de lo que nos gusta y disgusta de nuestro cuerpo y del de nuestras parejas; ya antes reportamos el resultado a dos preguntas: ¿qué parte del cuerpo estamos dispuestos a operarnos para mejorar la apariencia? y ¿cuál es la parte del cuerpo que más nos gusta en una pareja?; en esta ocasión podremos analizar junto a esas dos, la respuesta a ¿cuál es la parte del cuerpo que más nos disgusta del cuerpo de una pareja?

Los resultados se generaron en una encuesta nacional en 1,000 viviendas a otros tantos ciudadanos durante el mes de septiembre a través del **TRACKING POLL ROY CAMPOS** cuyo alcance y metodología se pueden ver al final del texto.

A. RESULTADOS ANTERIORES

- Recordando los reportes anteriores podemos ver que los hombres estarían dispuestos a operarse principalmente la nariz, el abdomen y la cara; y las mujeres en orden distinto, el abdomen, La nariz, los pechos y los glúteos, es decir, **mientras el hombre busca verse “guapo y esbelto”, la mujer quiere verse “buena y bonita”**.

LO QUE SE OPERARÍA

PARTE DEL CUERPO	RESPUESTAS SÓLO DE HOMBRES
Nariz	39.9
Abdomen/ Estomago	26.2
Cara	15.1
Glúteos	4.8
Labios	3.3
Ojos	2.0
Busto/ Pecho	1.4

PARTE DEL CUERPO	RESPUESTAS SÓLO DE MUJERES
Abdomen/ Estomago	34.5
Nariz	34.0
Busto/ Pecho	19.5
Glúteos	13.3
Labios	8.9
Cara	7.6
Piernas	5.0
Ojos	3.9
Brazos	3.1

- También reportamos que a los hombres les atraen las piernas, los ojos, la cara, los pechos y las nalgas de sus parejas (con diferencias por regiones y culturas); en cambio a las mujeres les atraen los ojos, la cara, las manos, las nalgas, las piernas y los brazos.
- En ese momento, después de cruzar los dos resultados anteriores, surgieron las preguntas lógicas al ver que no corresponden las partes que los hombres se operarían con lo que ellas buscan, y viceversa. Las mujeres esperan que sus parejas sean guapos pero además les atraen las manos, los brazos, las piernas y las nalgas que los hombres nunca pensaron en operarse; y por otro lado los hombres coinciden en su gusto con el deseo de las mujeres por mejorarse la cara, los pechos y las nalgas, pero agregan por ejemplo las piernas, olvidadas de los primeros lugares en el deseo por las cirugías estéticas.
- Podríamos concluir que las mujeres son más congruentes entre lo que se mejoran y lo que les atrae de ellas a sus parejas.

LO QUE NOS GUSTA DEL CUERPO DE UNA PAREJA

PARTE DEL CUERPO	RESPUESTAS SÓLO DE HOMBRES
Piernas	15.6
Ojos/ Color de Ojos	14.7
Cara/ Rostro	13.1
Pecho/ Senos	10.0
Nalgas/ Glúteos	8.7
Boca/ Labios	5.1
Caderas	4.9
Cintura	2.9
Manos	2.8
Cabello	1.8
Pies	1.1
Espalda	0.2
Brazos	0.2
Nariz	0.6

PARTE DEL CUERPO	RESPUESTAS SÓLO DE MUJERES
Ojos/ Color de Ojos	20.6
Cara/ Rostro	11.8
Manos	8.2
Nalgas/ Glúteos	6.5
Piernas	5.8
Brazos	5.7
Boca/ Labios	3.9
Espalda	2.5
Cabello	2.4
Nariz	1.6
Pecho	1.3
Hombros	0.7
Piel/ Color de Piel	0.5
Cintura	0.4

B. ¿Y QUÉ NOS DISGUSTA DEL CUERPO DE UNA PAREJA?

- En esta ocasión podremos entender mejor algunos de los deseos y comportamientos; por ejemplo tanto hombres como mujeres dicen querer operarse el abdomen y precisamente la parte de sus parejas que más les disgusta es precisamente la obesidad, con lo cual entendemos que la operación de esa parte se entiende no como la búsqueda de “atraer” sino de “no ser rechazado”.
- Encontramos algunas sorpresas que deben de servir para conocernos, la segunda respuesta en ambos sexos se dio para “los pies”, lo que coloca esta parte del cuerpo como un motivo de cuidado y de atención si se busca atraer al sexo opuesto.

LO QUE NOS DISGUSTA DEL CUERPO DE UNA PAREJA

PARTE DEL CUERPO	RESPUESTAS SÓLO DE HOMBRES	PARTE DEL CUERPO	RESPUESTAS SÓLO DE MUJERES
Obesidad	9.0	Obesidad	10.2
Pies	8.9	Pies	8.3
Abdomen/ Panza	8.8	Piernas	7.2
Piernas	7.0	Abdomen/ Panza	6.6
Manos	6.4	Cara	6.5
Cara	5.3	Ojos	5.1
Nariz	5.0	Manos	5.0
Ojos	3.8	Cabello	4.7
Cabello	3.8	Nariz	4.4
Nalgas/ Glúteos	3.8	Nalgas/ Glúteos	2.9



Analizando algunas de las respuestas por grupos poblacionales, podemos ver por ejemplo:

- Si sumamos las respuestas a la obesidad con la del abdomen, podríamos concluir que juntos acumulan más del doble de rechazo que la parte del cuerpo que le igue en importancia.
- Los jóvenes son los que más dicen rechazar la obesidad en general, y son los mexicanos del sureste los que explícitamente rechazan la parte del abdomen.
- Los pies, que fueron la sorpresa de este estudio, son igual de rechazados en todas las edades y escolaridades.

LO QUE NOS DISGUSTA DEL CUERPO DE UNA PAREJA

		Abdomen/ Panza	Pies	Obesidad	Manos	Piernas	Nariz	Cara	Ojos	Cabello	Nalgas/ Glúteos
EDAD	De 18 a 29 años	8.8	8.9	9.0	6.4	7.0	5.0	5.3	3.8	3.8	3.8
	De 30 a 49 años	10.2	8.3	6.6	7.2	5.0	6.5	4.4	5.1	4.7	2.9
	De 50 y más años	9.1	8.0	8.2	6.3	6.1	7.5	4.7	5.9	4.2	4.2
ESCOLARIDAD	Primaria o menos	12.0	9.9	7.2	7.5	6.3	5.0	4.6	4.2	4.3	2.9
	Secundaria/ Preparatoria	5.8	7.1	7.9	6.3	5.4	4.4	5.4	2.7	4.4	2.5
	Universidad y más	11.2	8.7	7.0	7.6	6.9	4.5	3.5	5.4	4.1	3.6
LOCALIDAD	Urbano	9.8	9.2	6.9	6.8	5.2	5.9	4.7	3.4	5.3	3.4
	Rural	9.3	9.0	7.6	8.4	9.3	6.3	3.8	5.8	3.7	3.7
REGIÓN	Norte	8.6	9.3	7.8	6.8	6.3	6.0	5.2	4.2	4.7	3.8
	Bajío	12.6	6.4	7.7	6.8	5.1	5.3	3.5	5.3	2.9	1.8
	Centro de México	10.2	7.6	5.9	5.6	7.2	6.8	5.8	1.1	3.3	2.7
	Sureste	15.7	9.3	6.2	5.7	4.4	5.3	4.9	6.3	4.9	1.4
NACIONAL	TODOS	9.5	8.6	7.7	6.8	6.0	5.8	4.8	4.5	4.3	3.3

C. RESULTADOS DE LOS 3 ESTUDIOS POR SEGMENTO

- En todos los grupos de edad las piernas aparecen en la lista de las partes que les gustan, pero no en la de lo que se operarían, y es entre los jóvenes donde las piernas atraen más.
- Mientras los menores de 50 años mencionan querer operarse más la nariz que el abdomen, a partir de los 50 el orden se invierte; y paradójicamente el disgusto por la obesidad prevalece sólo hasta las edades inferiores. ¿Qué conclusión sacar? ¿qué las operaciones del abdomen buscan no ser rechazado por parejas de menor edad?, es pregunta.

EDAD

18 A 29 AÑOS					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	36.6	Ojos/Color de Ojos	21.7	Obesidad	9.0
Abdomen/ Estomago	32.8	Cara/ Rostro	13.1	Pies	8.9
Busto/ Pecho	15.9	Piernas	10.1	Abdomen/ Estomago	8.8

30 A 49 AÑOS					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	38.8	Ojos/Color de Ojos	16.2	Abdomen/ Estomago	10.2
Abdomen/ Estomago	30.5	Cara/ Rostro	13.4	Pies	8.3
Busto/ Pecho	10.2	Piernas	12.8	Manos	7.2

50 O MÁS					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Abdomen/ Estomago	29.5	Ojos/Color de Ojos	14.2	Abdomen/ Estomago	9.1
Nariz	27.1	Cara/ Rostro	9.7	Obesidad	8.2
Cara	22.8	Piernas	7.0	Pies	8.0

- A mayor escolaridad, el gusto por la cara de la pareja crece, y no podemos dejar de destacar a los ojos como uno de los principales factores de atracción en todas las edades.

ESCOLARIDAD

PRIMARIA O MENOS					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	34.9	Ojos/Color de Ojos	19.8	Abdomen/ Estomago	12.0
Abdomen/ Estomago	33.8	Cara/ Rostro	10.7	Pies	9.9
Busto/ Pecho	14.6	Piernas	6.3	Manos	7.5

SECUNDARIA O PREPARATORIA					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	37.5	Ojos/Color de Ojos	17.5	Obesidad	7.9
Abdomen/ Estomago	32.4	Cara/ Rostro	13.0	Pies	7.1
Glúteos	13.3	Piernas	12.3	Manos	6.3

UNIVERSIDAD O MÁS					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	31.5	Cara/ Rostro	15.5	Abdomen/ Estomago	11.2
Cara	23.5	Ojos/Color de Ojos	13.3	Pies	8.7
Abdomen/ Estomago	23.4	Piernas	12.9	Manos	7.6



- Por regiones destaca el disgusto por la obesidad en el sureste, que es mayor que en el resto de las regiones; sin embargo no es el abdomen lo que más desearían operarse en todas las regiones (sólo en el centro del México) sino la nariz que paradójicamente no es una parte del cuerpo en la que la pareja se fije con gran atención.

REGIÓN

NORTE					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	36.1	Ojos/Color de Ojos	17.6	Pies	9.3
Abdomen/ Estomago	31.3	Piernas	12.0	Abdomen/ Estomago	8.6
Cara/ Rostro	20.5	Cara/ Rostro	10.3	Obesidad	7.8

BAJÍO					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	38.0	Ojos/Color de Ojos	20.9	Abdomen/ Estomago	12.6
Abdomen/ Estomago	17.1	Cara/ Rostro	11.7	Obesidad	7.7
Busto/ Pecho	11.8	Piernas	8.1	Manos	6.8

CENTRO DE MÉXICO					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Abdomen/ Estomago	36.1	Ojos/Color de Ojos	17.5	Abdomen/ Estomago	10.2
Nariz	31.4	Cara/ Rostro	14.2	Pies	7.6
Glúteos	17.2	Piernas	10.6	Piernas	7.2

SURESTE					
OPERARÍA		GUSTA		DISGUSTA	
Nariz	42.3	Ojos/Color de Ojos	16.4	Abdomen/ Estomago	15.7
Abdomen/ Estomago	36.3	Cara/ Rostro	12.4	Pies	9.3
Busto/ Pecho	16.8	Piernas	10.6	Ojos	6.3

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 16 al 23 de Septiembre 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.
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.
	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

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

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 por ciento** y un error muestral de 4 por ciento / **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.