



---

# CONSUMO DE PLATILLOS TÍPICOS

---

**ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS**

*Octubre de 2006*

# CONSUMO DE PLATILLOS TÍPICOS

Por: Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

Así como hemos medido la costumbre de viajes, de lectores, de ciudades y de la salud, en esta ocasión respondemos a la inquietud manifestada por algunos usuarios de nuestra información sobre el consumo de algunos de los platillos que ofrece la cocina mexicana.

En esta ocasión por primera vez medimos a 5 alimentos de distintas regiones:

LUGAR	ALIMENTO TÍPICO
Yucatán	Cochinita Pibil
Sinaloa	Chilorio
Puebla	Mole
Norte	Carne Machaca
Occidente	Pozole

- Lo primero que llama la atención es que prácticamente todos los mexicanos hemos probado alguna vez en nuestra vida el mole (99%) y casi todos el pozole (96%), siendo por tanto los platillos típicos de consumo más generalizados en el país.
- La cochinita pibil ha sido probada por 3 de cada 4 mexicanos, la carne machaca por el 56 por ciento y el chilorio sinaloense por 44 por ciento.
- Aunque sólo con ligera ventaja es mayor la población de hombres que han consumido los 5 platillos.
- Donde si se nota una diferencia importante es en la proporción de consumo en niveles socioeconómicos; los niveles bajos han consumido en menores ocasiones alimentos como chilorio, machaca y cochinita pibil, lo que elimina la creencia que son alimentos populares, sobre todo fuera de sus regiones de origen.


*¿Ha comido usted alguna vez...?*

*% de "Sí"*

		POZOLE	MOLE	COCHINITA PIBIL	CARNE MACHACA	CHILORIO
<b>SEXO</b>	Hombre	96.7	99.2	75.1	56.7	44.7
	Mujer	96.0	98.7	73.8	55.2	43.3
<b>EDAD</b>	De 18 a 29 años	96.3	99.2	74.1	53.5	42.2
	De 30 a 49 años	96.2	98.5	75.0	57.9	45.1
	De 50 y más años	96.6	99.2	73.9	56.3	44.9
<b>REGIÓN</b>	Norte	93.7	96.7	84.0	83.3	74.3
	Centro	98.3	99.5	68.0	50.3	39.2
	Sur	87.6	98.1	87.2	38.0	17.5
	Cd de México	99.4	99.9	84.2	69.9	58.3
<b>NSE</b>	Alto/medio	98.9	99.3	86.4	70.4	54.4
	Bajo	94.7	98.7	66.9	46.8	37.4
<b>NACIONAL</b>		<b>96.3</b>	<b>98.9</b>	<b>74.4</b>	<b>55.9</b>	<b>44.0</b>

HA PROBADO...	%
Los 5	37.6
4 de los 5	17.1
3 de los 5	24.8
2 de los 5	18.5
1 de los 5	1.8
0 de los 5	0.2
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>



<b>METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA EN VIVIENDAS</b>	
<b>POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO</b>	Mexicanos <b>mayores de 18 años</b> con credencial para votar residentes en el <b>territorio nacional</b> en viviendas particulares.
<b>FECHAS DE LEVANTAMIENTO</b>	Del 30 de Septiembre al 05 de Octubre de 2006
<b>ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA</b>	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 2003, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) <b>160 secciones electorales en todo el territorio nacional</b> , 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.
<b>TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<b>1,600 mexicanos</b> mayores de 18 años con credencial para votar.
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	El estudio fue llevado a cabo en <b>viviendas particulares</b> a través de entrevistas " <b>cara a cara</b> " 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).
<b>DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS</b>	Departamento de diseño y análisis de Información / <b>CONSULTA MITOFSKY.</b>
<b>MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	Los resultados presentados <b>no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión</b> , 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.
<b>ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES</b>	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos <b>95</b> de cada <b>100</b> veces, el error no sobrepasa el <b>±2.4%</b> . 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.
<b>CONSULTA</b>	La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán <b>disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY</b> ; <a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a> donde de forma <b>gratuita</b> podrá ser consultada por los interesados con el fin de facilitar su lectura e interpretación, para así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada.
<b>CALIDAD ESIMM</b> 	<b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una de las <b>primeras empresas en México</b> en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que <b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una empresa asociada a la <b>AMAI</b> (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados) que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los <b>más altos lineamientos</b> técnicos posibles, los proyectos de investigación que se le soliciten, dicha certificación que nos ha sido <b>ratificada cada año</b> , garantiza no sólo la <b>máxima calidad</b> sino la evolución en los nuevos estándares generados con los <b>adelantos tecnológicos</b> .

