



*Roy Campos*  
**RESEARCH**

**TRACKING  POLL**  
*Roy Campos*

**ENCUESTA: Y SIN EMBARGO  
SOMOS FELICES**

**ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS**

*octubre de 2007*

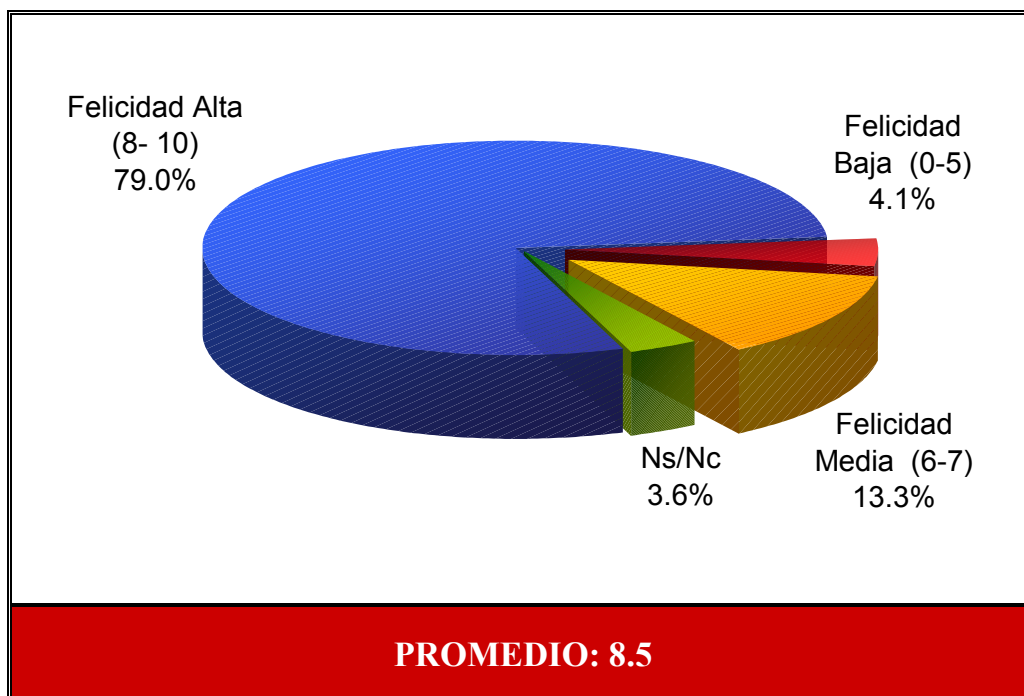
San Salvador, El Salvador  
Distrito Federal, México Calle Georgia #38 Colonia Nápoles Tel. +52 (55) 55.43.59.69  
Aguascalientes, México Monte Coronado #232-4 Villas Montenegro Tel. +52 (449) 912.76.11

# ENCUESTA: Y SIN EMBARGO SOMOS FELICES

Por: Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

Contando con evidencias como la percepción negativa de la economía y problemas como con inseguridad y desempleo, era de esperar un bajo índice de felicidad percibida por los mexicanos, sin embargo, aunque parezca mentira, el mexicano vive feliz con su actual situación, según se presenta a continuación:

➔ En una escala de 0 a 10 los mexicanos ubican su felicidad en 8.5, valor más que satisfactorio. Solamente el 4 por ciento ubicó su felicidad por abajo del 6, mientras 79 por ciento la evaluó entre 8 y 10. Estos datos nos llevan a considerar que aproximadamente 3 millones de mexicanos se consideran “no felices” pero 56 millones alcanzarían la categoría de “felices”.



➔ Al analizar los datos por sexo, no se registran diferencias importantes en el índice de felicidad; el promedio, tanto de hombres como de mujeres, es de 8.5, pero existe un ligero incremento de mujeres no felices (5 por ciento) respecto a los hombres (3 por ciento).

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	SEXO	
		Hombre	Mujer
No Felices	0-5	3.0	5.0
Felicidad Media	6-7	14.6	12.2
Felices	8-10	79.1	79.0
No Responde		3.3	3.8
<b>TOTAL</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

<b>PROMEDIO</b>	<b>8.5</b>	<b>8.5</b>
-----------------	------------	------------

➔ En los grupos de edad sí encontramos diferencias. Los mexicanos jóvenes, de menos de 30 años, se declaran de manera importante más felices que los mayores de 50 años.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	EDAD		
		De 18 a 29 años	De 30 a 49 años	De 50 y más años
No Felices	0-5	3.2	3.7	6.1
Felicidad Media	6-7	11.0	13.1	17.4
Felices	8-10	82.2	79.7	72.7
No Responde		3.6	3.5	3.8
<b>TOTAL</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

<b>PROMEDIO</b>	<b>8.6</b>	<b>8.5</b>	<b>8.2</b>
-----------------	------------	------------	------------

➔ Otra variable donde se observan diferencias en el índice de felicidad es el nivel socioeconómico de los ciudadanos. A mayor nivel, se perciben más felices, 87 por ciento de los mexicanos de clase alta se declaran felices y en el caso de la clase baja, el porcentaje es de 73 por ciento

		<b>NIVEL SOCIOECONÓMICO</b>		
<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
		<b>A/B/C+</b>	<b>C/D+</b>	<b>D/E</b>
No Felices	0-5	3.3	3.2	5.4
Felicidad Media	6-7	7.9	13.0	16.4
Felices	8-10	86.8	80.8	72.9
No Responde		2.0	3.0	5.3
<b>TOTAL</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>8.7</b>	<b>8.5</b>	<b>8.3</b>

➔ Por último el estado civil, variable que para algunos generaría diferencias, no resulta así según la encuesta. Los niveles de felicidad de los solteros apenas resulta una décima más en promedio que la de los casados.

		<b>ESTADO CIVIL</b>	
<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>Soltero</b>	<b>Casado</b>
		No Felices	0-5
Felicidad Media	6-7	12.2	12.9
Felices	8-10	80.8	80.2
No Responde		3.1	3.6
<b>TOTAL</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>8.6</b>	<b>8.5</b>

## METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

<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 2007</b>	Del <b>24</b> al <b>28</b> de Agosto Del <b>26</b> al 30 de Septiembre Del 17 al 22 de Octubre
<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 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) <b>100 secciones electorales</b> en <b>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>1,000 mexicanos</b> mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.
<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>±3.1 por ciento</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>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> .
	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.