



## ¿SE VE BIEN UN HOMBRE PELÓN? ¿Y CON EL PELO LARGO?



*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 •

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** ©, Todos los derechos reservados.

CONSULTE GRATIS EN [www.consulta.com.mx](http://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 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  
Y MUCHOS MÁS**

Consúltelo en

[www.consulta.com.mx](http://www.consulta.com.mx)

# ¿SE VE BIEN UN HOMBRE PELÓN?

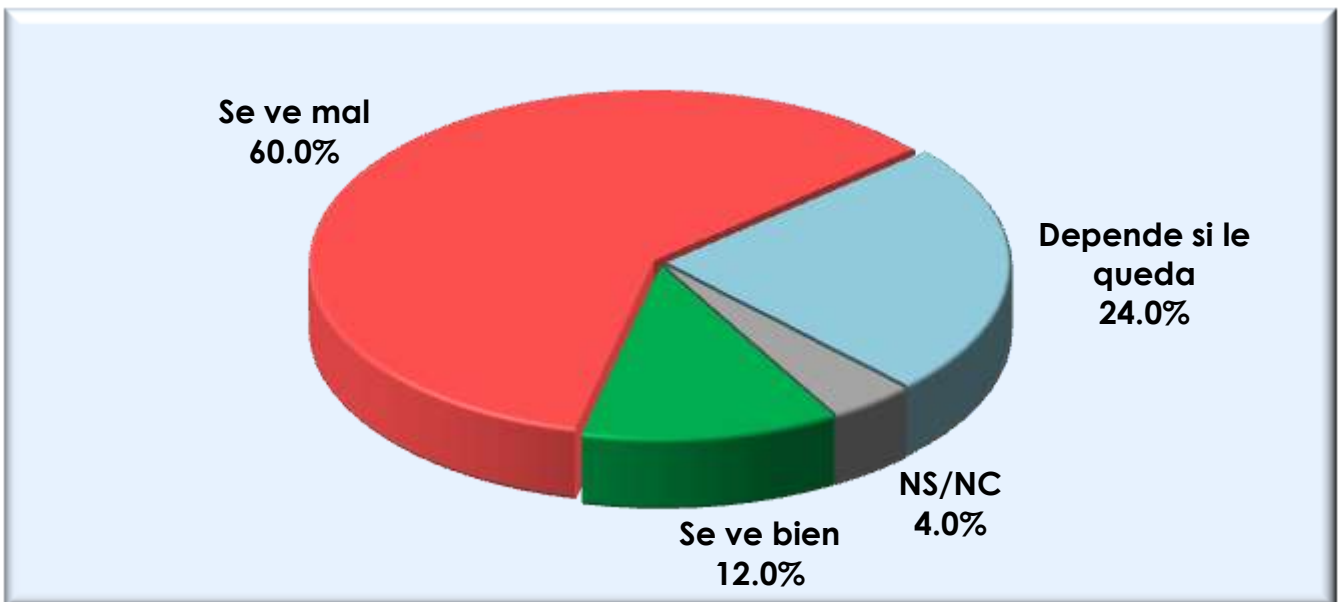
## ¿Y CON EL PELO LARGO?

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

- El uso del “pelo largo” se asocia históricamente a las mujeres, sin embargo, cada vez es más común ver a hombres utilizarlos como parte de su personalidad. De la misma manera, el quedarse sin pelo que llevaba a burlas o críticas, ahora es un “look” que busca algunos por puro gusto.
- En esta ocasión preguntamos el grado en que los mexicanos consideramos que un hombre se ve bien con pelo largo o “pelón”.

### A. –PELO LARGO

- En general, 1 de cada 8 mexicanos de 18 años opinan que los hombres de pelo largo se ven bien, y otro 24% que podrían verse bien dependiendo de quién y cómo lo porte.



- Los hombres son más tolerantes o aprecian más el usar pelo largo ya que 16% piensa que se ve bien, en cambio entre mujeres 2 de cada 3 rechazan el que los hombres luzcan bien con una cabellera larga.
- Claramente, a mayor edad, menor escolaridad, menor nivel económico y en zonas rurales, el rechazo al pelo largo en los hombres crece.

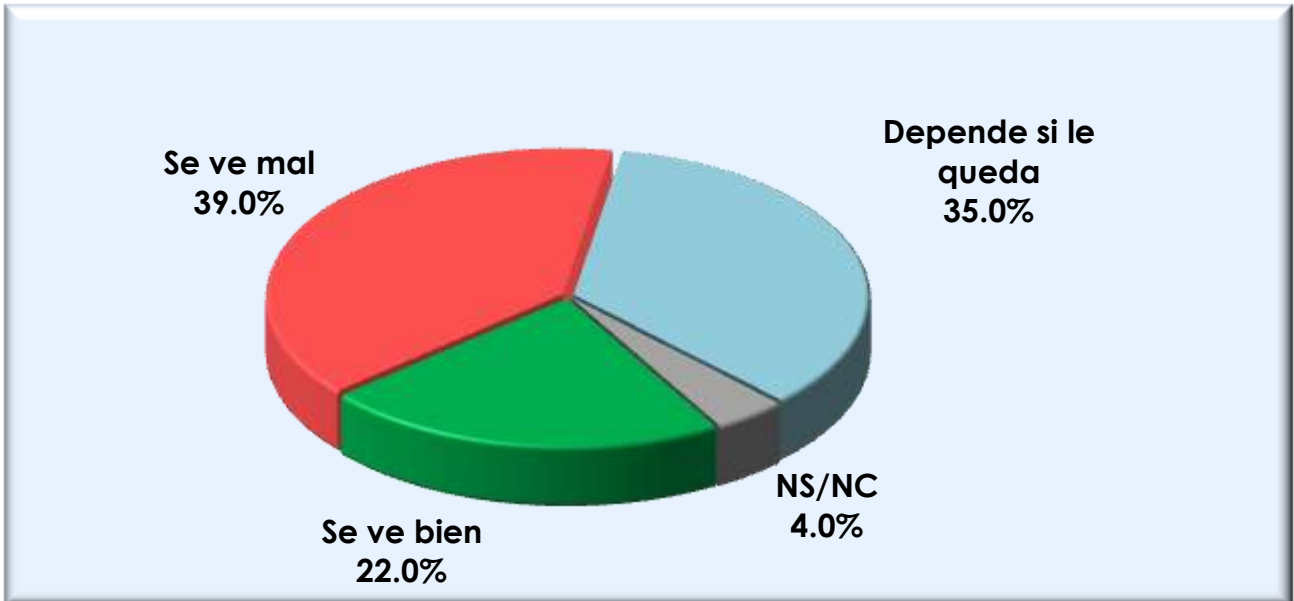
***En su opinión, ¿se ve bien o se ve mal un hombre con el pelo largo?***

		SE VE BIEN	SE VE MAL	DEPEND E SI LE QUEDA	NS/NC	TOTAL
SEXO	Hombre	15.7	56.1	22.5	5.7	100.0
	Mujer	9.4	63.4	25.1	2.1	100.0
EDAD	De 18 a 29	20.5	47.6	28.6	3.3	100.0
	De 30 a 49	9.0	62.5	23.7	4.8	100.0
	De 50 y más	5.1	75.6	16.3	3.0	100.0
ESCOLARIDAD	Ninguno/Primaria	6.6	72.7	18.3	2.4	100.0
	Secundaria/Preparatoria	15.8	52.2	28.1	3.9	100.0
	Universidad y más	16.2	53.0	21.0	9.8	100.0
NSE	Alto y Medio	14.2	56.4	25.4	4.0	100.0
	Bajo	7.2	69.9	19.6	3.3	100.0
LOCALIDAD	Urbana	13.5	56.4	26.3	3.8	100.0
	Rural	8.5	72.2	15.4	3.9	100.0
<b>NACIONAL</b>		<b>12.4</b>	<b>59.9</b>	<b>23.9</b>	<b>3.8</b>	<b>100.0</b>



## B. –CALVOS O “SIN PELO”

- En el caso de hombres calvos, 22% de los mexicanos consideran que se ven bien y solo 39% rechaza que este sea un buen “look” masculino.



- En este caso es prácticamente el mismo porcentaje de hombres y mujeres que dice que se ve bien un hombre “pelón”, aunque si hay un porcentaje mayor de mujeres rechazando esa condición.
- Nuevamente jóvenes, altas escolaridades, altos ingresos y habitantes de zonas urbanas son los que más aprueban la personalidad de que un hombre puede verse atractivo luciendo su calva.



### ¿Y un hombre calvo o sin pelo, se ve bien o se ve mal?

		SE VE BIEN	SE VE MAL	DEPENDE SI LE QUEDA	NS/NC	TOTAL
<b>SEXO</b>	Hombre	22.5	34.2	36.8	6.5	100.0
	Mujer	20.7	42.6	33.4	3.3	100.0
<b>EDAD</b>	De 18 a 29	25.2	34.6	36.0	4.2	100.0
	De 30 a 49	20.5	40.8	34.3	4.4	100.0
	De 50 y más	17.5	41.2	34.6	6.7	100.0
<b>ESCOLARIDAD</b>	Ninguno/Primaria	17.7	46.2	31.5	4.6	100.0
	Secundaria/Preparatoria	23.2	34.4	38.1	4.3	100.0
	Universidad y más	28.4	31.4	30.4	9.8	100.0
<b>NSE</b>	Alto y Medio	22.8	37.4	35.1	4.7	100.0
	Bajo	18.1	41.9	34.9	5.1	100.0
<b>LOCALIDAD</b>	Urbana	24.0	33.8	37.2	5.0	100.0
	Rural	13.2	54.8	27.4	4.6	100.0
<b>NACIONAL</b>		<b>21.6</b>	<b>38.6</b>	<b>35.0</b>	<b>4.8</b>	<b>100.0</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 2008</b>	04 al 9 de diciembre 2009
<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>REGIONES EN QUE SE DIVIDIÓ EL PAÍS</b>	<b>Norte-Noreste:</b> Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora. <b>Bajo:</b> Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán. <b>Centro de México:</b> Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala. <b>Sureste:</b> Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán.
<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> .
<b>LEGAL</b>	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 <b>CONSULTA MITOFSKY</b> recomendamos incluir la presente nota de copyright, así como la marca <b>CONSULTA MITOFSKY</b> y su dirección <a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a> .
	<b>¿QUÉ ES EL TRACKING POLL ROY CAMPOS?</b> Es la herramienta perfecta y <b>económica</b> 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](mailto: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.