



CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO



Octubre 2009

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

CONSULTE GRATIS EN 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.

ASÍ VAN...



EVALUACIÓN DE MANDATARIOS EN AMÉRICA Y EL MUNDO

EVALUACIÓN DE GOBIERNO



**EVALUACIÓN DE GOBIERNO
FELIPE CALDERÓN**

ECONOMÍA, SEGURIDAD, POLÍTICA
PROBLEMÁTICA PERCIBIDA
APROBACIÓN DE DE GOBIERNO
RUMBO DEL PAÍS

OTROS COMO:

- ✓ EVALUACIÓN DE MANDATARIOS EN AMÉRICA Y EL MUNDO
- ✓ 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

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN MÉXICO

Por: León Felipe Maldonado / **CONSULTA MITOFSKY**

Desde hace años la autoridades de salud han alertado sobre los problemas de salud pública que representan los elevados niveles de consumo de bebidas alcohólicas en nuestro país; actualmente la Secretaría de Salud informa que el consumo de alcohol en grandes cantidades se ha convertido en problema que afecta al 26.6% de la población nacional, además de que 4.8 millones de mexicanos tienen problemas de alcoholismo y requieren intervención especializada para poder superar su dependencia.

Son amplias las referencias que se pueden obtener sobre los problemas que representa el consumo de alcohol, la violencia intrafamiliar, el ausentismo laboral y accidentes automovilísticos que hoy representan la primera causa de muerte entre los jóvenes de entre 15 y 30 años. Es precisamente este problema el que ha motivado a la aplicación de varios programas oficiales entre los que se cuenta el “Alcoholímetro” y “Conduce sin alcohol”.

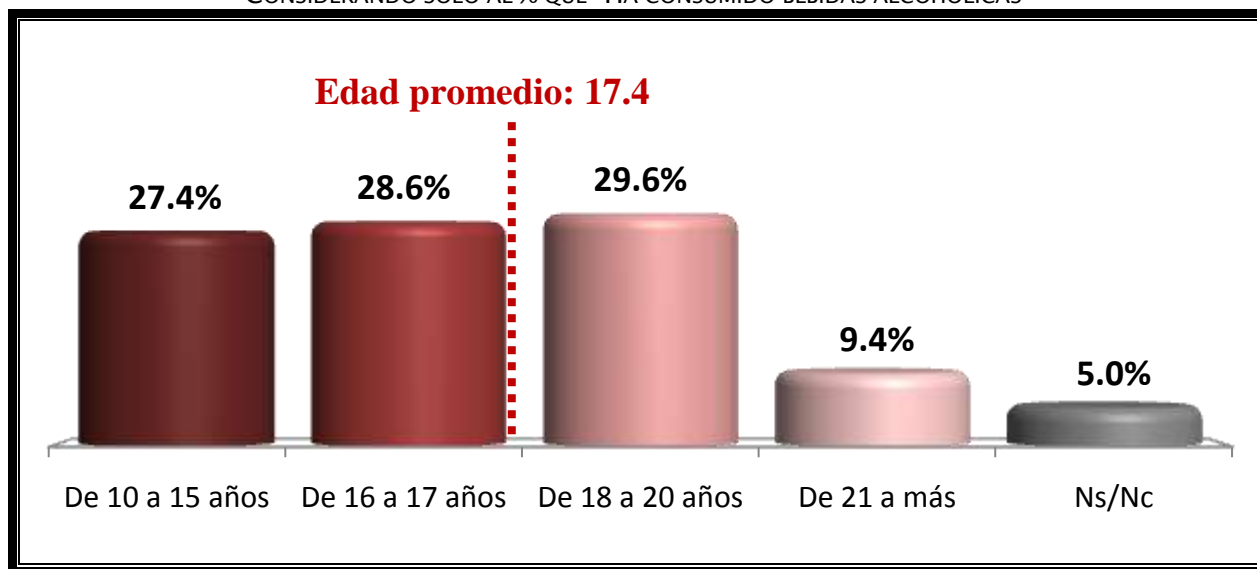
Para conocer un poco más sobre nuestras percepciones y hábitos de consumo de bebidas alcohólicas, en esta ocasión investigamos este tema entre la población nacional a través de nuestra encuesta nacional **TRACKING POLL ROY CAMPOS** del mes de octubre de 2009, los resultados obtenidos se detallan a continuación.



HABITOS DE CONSUMO

- ✓ La edad promedio en la que los actuales adultos mexicanos se iniciaron en el consumo de bebidas alcohólicas es de 17.4 años; los hombres que se iniciaron a una edad promedio más tempranas (16.8) que las mujeres (18.3). Otro dato a llamar la atención es que el 27% de la población y el 33% de los hombres declaran haber consumido sus primeros tragos antes de los 16 años.

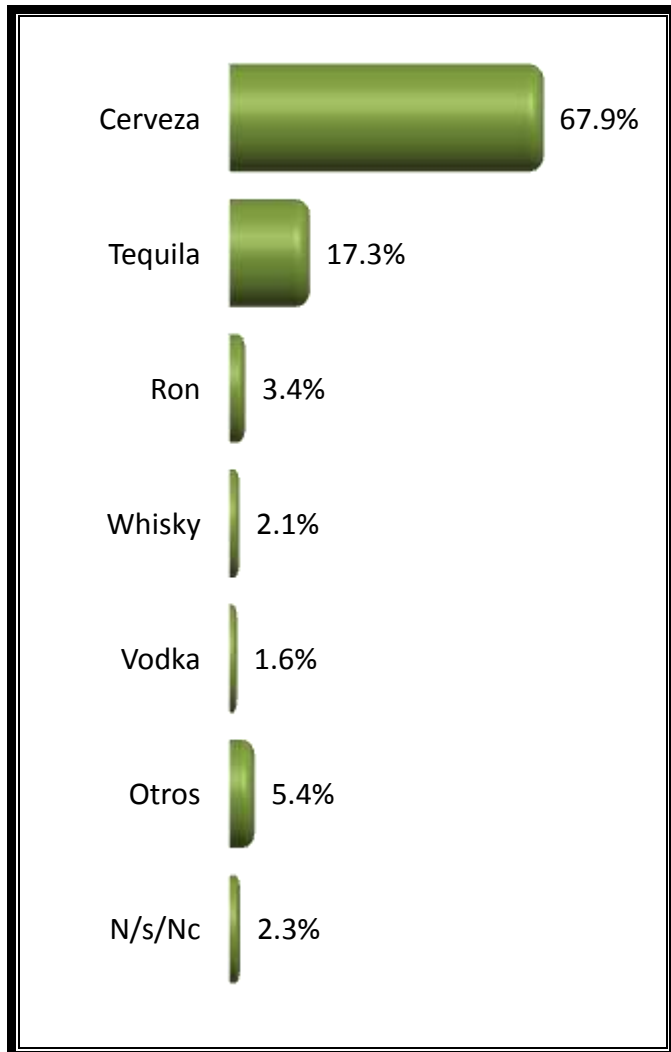
¿QUÉ EDAD TENÍA USTED CUANDO BEBIÓ POR PRIMERA VEZ?
CONSIDERANDO SOLO AL % QUE "HA CONSUMIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS"



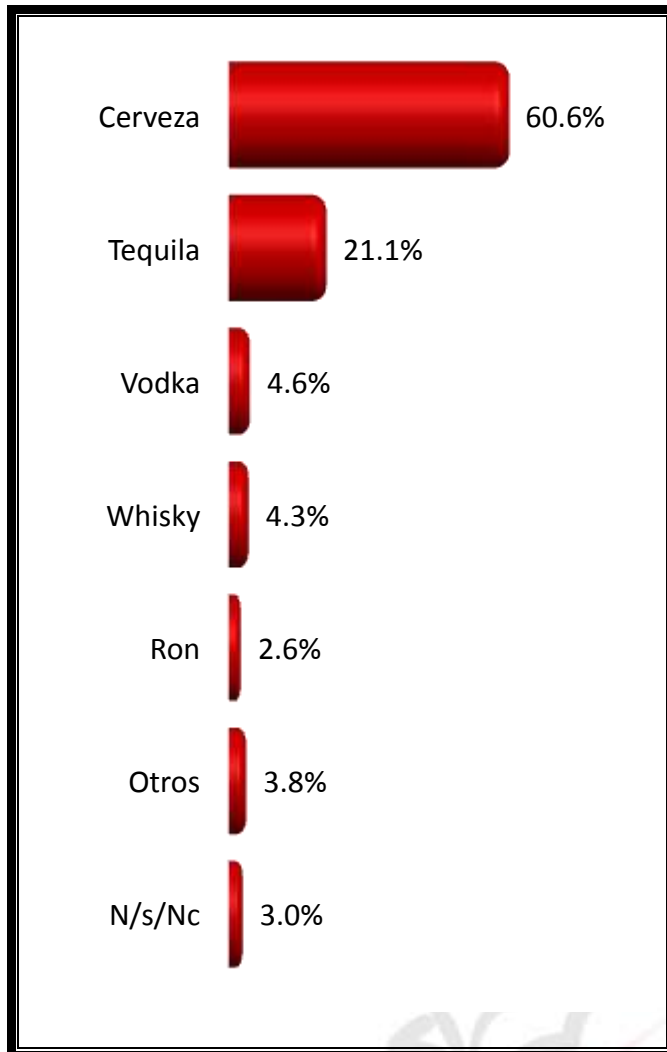
		DE 10 A 15 AÑOS	DE 16 A 17 AÑOS	DE 18 A 20 AÑOS	DE 21 A MÁS	Ns/Nc	TOTAL	EDAD PROMEDIO
SEXO	Hombre	32.9	32.5	22.4	8.3	3.9	100.0	16.8
	Mujer	18.3	22.3	41.5	11.3	6.6	100.0	18.3
EDAD	De 18 a 29 años	37.7	32.0	25.4	1.5	3.4	100.0	16.2
	De 30 a 49 años	20.6	25.8	37.0	12.9	3.7	100.0	18.0
	De 50 y más años	21.6	28.1	21.5	17.6	11.2	100.0	18.5
REGIÓN	Norte	26.1	31.0	32.1	5.7	5.1	100.0	16.9
	Bajío	30.4	36.9	24.2	3.4	5.1	100.0	16.5
	Centro de México	28.5	23.9	27.9	12.6	7.1	100.0	17.7
	Sureste	23.9	24.5	34.7	16.3	0.6	100.0	18.5
NACIONAL		27.4	28.6	29.6	9.4	5.0	100.0	17.4

- ✓ **Cerveceros por excelencia**, - resultó mayoritaria la proporción de los adultos mexicanos que declaran que la Cerveza fue la primera bebida que consumieron (68%), y también es la que se prefiere hoy en día (61%); en ambas categorías la segunda posición la ocupa el Tequila. Otros licores como el Ron, Vodka y Whisky tienen una participación en primera bebida y en bebida favorita menor al 5 por ciento. Por segmentos de la población destaca que los hombres dicen ser más cerveceros que las mujeres, y ellas más tequileras que los hombres.

¿CUÁL FUE LA PRIMERA BEBIDA ALCOHÓLICA QUE CONSUMIÓ?



Y ACTUALMENTE, ¿CUÁL ES SU BEBIDA FAVORITA?



- ✓ Por rangos de edad la cerveza es más popular entre los jóvenes, que también llevan la delantera en el consumo del vodka. Las mayores diferencias se dan por región, ya que la cerveza es claramente preferida en el sureste, mientras que el tequila sube su proporción de preferencia en el norte y en el bajío del país. El vodka alcanza el 8% en el norte y el ron el 7% en el centro del país.

		¿CUÁL FUE LA PRIMERA BEBIDA ALCOHÓLICA QUE CONSUMIÓ?					Y ACTUALMENTE, ¿CUÁL ES SU BEBIDA FAVORITA?				
		CERVEZA	TEQUILA	RON	WHISKY	VODKA	CERVEZA	TEQUILA	VODKA	WHISKY	RON
SEXO	Hombre	69.5	16.4	3.3	1.7	1.8	63.0	20.1	4.3	4.4	2.5
	Mujer	65.3	18.7	3.6	2.6	1.4	55.2	23.3	5.5	4.1	2.7
EDAD	De 18 a 29 años	69.5	17.2	3.4	2.4	3.0	63.2	20.5	6.6	3.6	1.8
	De 30 a 49 años	69.9	17.4	3.4	2.4	0.3	60.4	20.2	3.5	5.3	2.6
	De 50 y más años	60.2	17.2	3.4	0.6	1.9	53.6	25.5	2.2	3.4	4.5
REGIÓN	Norte	67.6	18.2	4.6	4.5	1.1	57.8	25.1	7.8	2.2	2.1
	Bajío	69.9	24.2	0.7	0.7	0.9	61.0	23.6	3.0	5.7	2.7
	Centro de México	59.6	20.3	4.0	1.0	2.7	61.0	17.2	2.4	1.9	7.4
	Sureste	81.2	2.7	3.4	1.8	1.4	62.9	17.9	3.0	5.3	1.3
NACIONAL		67.9	17.3	3.4	2.1	1.6	60.6	21.1	4.6	4.3	2.6

Sumando "Otras bebidas" y "Ns/Nc" = 100%



- ✓ 22% de los mexicanos declaran consumir bebidas alcohólicas por lo menos una vez por semana, mientras que el 18% declara hacerlo una vez por mes y 35% aún con menor frecuencia; una cuarta parte de la población declara no ingerir bebidas alcohólicas “nunca”.
- ✓ El lugar o momento preferido para beber por parte de la población nacional es en “las fiestas” con el 43% de las menciones, seguido de los domicilios particulares (35%) y los bares y restaurantes (18%).

¿Y ACTUALMENTE CON QUÉ FRECUENCIA ACOSTUMBRA USTED CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS?



NORMALMENTE, ¿EN QUÉ LUGAR ACOSTUMBRA CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS?



Sumando "Ns/Nc" = 100%



- Existen claras diferencias en la frecuencia del consumo por el género al que se pertenece, mientras que el 31% de los hombres declara beber por lo menos una vez a la semana, únicamente el 8% de las mujeres lo hace con esta frecuencia; además 38% de mujeres declara nunca consumir bebidas alcohólicas, porcentaje que apenas es 17% en los hombres. Por edades, los jóvenes menores de 30 años dicen consumir alcohol al menos una vez a la semana en el 27% de los casos.

¿Y ACTUALMENTE CON QUÉ FRECUENCIA ACOSTUMBRA USTED CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS?

		UNA VEZ POR SEMAN O MÁS	UNA VEZ AL MES	MENOS DE UNA VEZ AL MES	NUNCA	Ns/Nc	TOTAL
SEXO	Hombre	30.9	20.5	30.5	16.9	1.2	100.0
	Mujer	8.1	13.0	41.3	37.5	0.1	100.0
EDAD	De 18 a 29 años	27.4	16.9	37.3	18.0	0.4	100.0
	De 30 a 49 años	19.0	20.8	36.9	22.3	1.0	100.0
	De 50 y más años	19.7	12.3	24.1	43.2	0.7	100.0
NACIONAL		22.4	17.7	34.6	24.7	0.6	100.0



- Por lo que respecta a los lugares donde se acostumbra beber alcohol, los hombres pueden hacerlo en fiestas o en sus casas mientras que las mujeres dicen hacerlo mucho más claramente en las fiestas; existe también una distinción clara en función del poder adquisitivo, ya que mientras en los estratos económicos bajos se acostumbra más beber en fiestas, en los niveles altos se acostumbra con mayor peso asistir a bares y restaurantes.

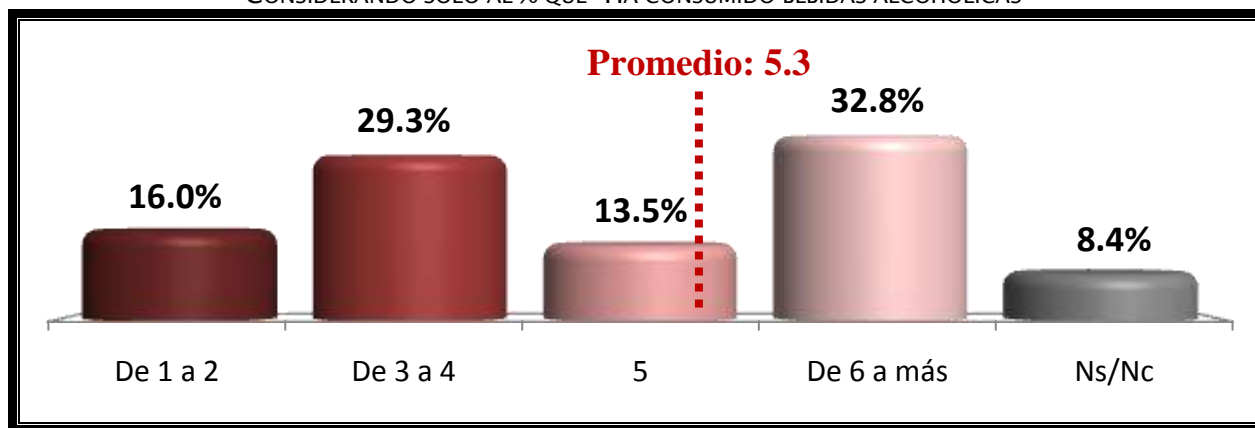
NORMALMENTE, ¿EN QUÉ LUGAR ACOSTUMBRA CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS?

		EN FIESTAS	EN SU CASA	EN BARES O RESTAURANTES	EN LA VÍA PÚBLICA	OTRO	NS/NC	TOTAL
SEXO	Hombre	38.4	38.3	17.7	4.0	1.2	0.4	100.0
	Mujer	54.4	27.5	17.5	0.0	0.6	0.0	100.0
NSE	Alto	35.3	31.4	28.8	2.5	0.8	1.2	100.0
	Medio	43.1	38.3	15.4	2.2	1.0	0.0	100.0
	Bajo	51.7	29.5	13.3	4.4	1.1	0.0	100.0
NACIONAL		43.4	34.9	17.7	2.7	1.1	0.2	100.0



- ✓ En México es menor el consumo per cápita en comparación con muchos países europeos sin embargo los problemas asociados al alcohol son mayores aquí; esto se explica a partir de las grandes cantidades de alcohol que se consumen en una sola ocasión (de un jalón dirían algunos), mientras que en otros países se utiliza el vino o la cerveza de manera cotidiana y moderada para acompañar los alimentos, aquí se consumen esas cantidades en una sola tarde o noche de relajación, y en este sentido los mexicanos declaran que en una fiesta donde se sienten “a gusto” consumen un promedio de 5.3 copas o cervezas, aunque el 41% de los hombres consume más de 6. En este renglón también destaca el norte del país con 48% que se ubican en esta categoría. También existe una clara distinción en función de la bebida preferida, quienes prefieren la cerveza toman casi 6 de ellas en promedio en una fiesta y quienes consumen otro tipo de bebida toman 5 “tragos”.

CUANDO ACUDE A UNA FIESTA O UN FESTEJO DONDE SE SIENTA MUY CÓMODO,
¿CUÁNTAS COPAS O CUANTAS CERVEZAS ACOSTUMBRA CONSUMIR?
CONSIDERANDO SOLO AL % QUE “HA CONSUMIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS”



**CUANDO ACUDE A UNA FIESTA O UN FESTEJO DONDE SE SIENTA MUY CÓMODO,
¿CUÁNTAS COPAS O CUANTAS CERVEZAS ACOSTUMBRA CONSUMIR?**

CONSIDERANDO SOLO AL % QUE "HA CONSUMIDO BEBIDAS ALCOHÓLICAS"

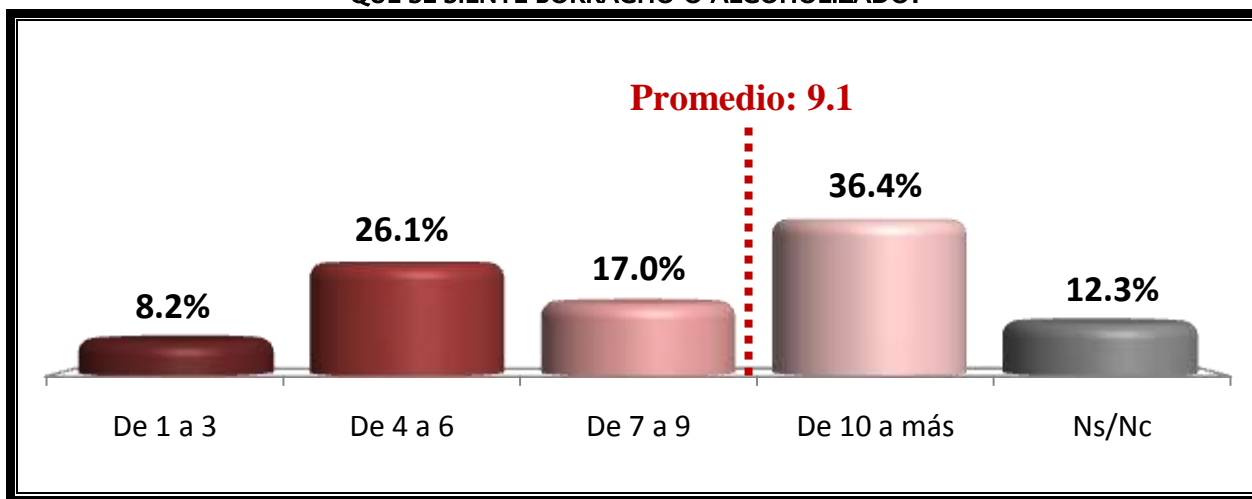
		DE 1 A 2	3 A 4	5	6 A MÁS	Ns/Nc	TOTAL	COPAS PROMEDIO
SEXO	Hombre	10.9	24.6	14.3	41.1	9.1	100.0	6.0
	Mujer	27.2	39.8	11.6	14.5	6.9	100.0	3.8
EDAD	De 18 a 29 años	15.5	31.2	13.3	31.4	8.6	100.0	5.2
	De 30 a 49 años	15.4	30.8	13.2	32.8	7.8	100.0	5.4
	De 50 y más años	19.1	19.8	15.0	36.1	10.0	100.0	5.3
BEBIDA PREFERIDA	Cerveza	14.1	29.1	10.8	36.0	9.9	100.0	5.6
	Otra bebida	16.6	31.2	18.6	29.6	4.0	100.0	5.0
NSE	Norte	6.9	26.2	14.7	47.9	4.3	100.0	6.1
	Bajío	17.0	34.3	15.0	25.2	8.5	100.0	5.0
	Centro de México	24.6	28.1	10.9	26.1	10.3	100.0	4.7
	Sureste	12.4	31.2	14.9	30.7	10.8	100.0	5.6
NACIONAL		16.0	29.3	13.5	32.8	8.4	100.0	5.3

- ✓ ¿Cuánto toma alguien cuando se le pasan las copas? en cada persona el alcohol opera de manera diferente, pero en promedio el mexicano declara que con 9.1 copas de su bebida preferida se siente alcoholizado, lo que sin duda constituye una cantidad muy grande de alcohol.



- ✓ Nuevamente destaca la categoría de los hombres donde el 44% declara necesitar de 10 a más copas para sentirse borracho; en el norte el 49% declara necesitar más de la decena. Quienes consumen normalmente cerveza en promedio dicen necesitar 10 de ellas para emborracharse, mientras que con otra bebida este dato es de 8 copas.

¿Y CON CUANTAS (COPAS O CERVEZAS) DE LA BEBIDA QUE USTED ACOSTUMBRA NORMALMENTE DIRÍA QUE SE SIENTE BORRACHO O ALCOHOLIZADO?



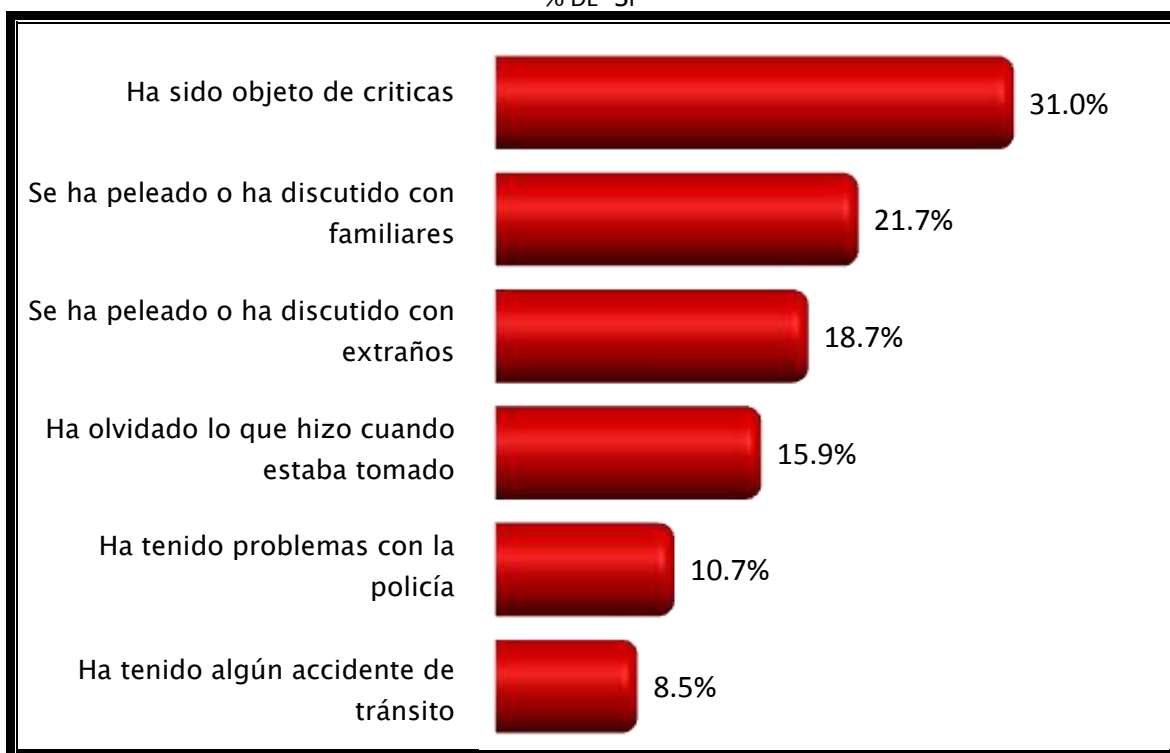
		DE 1 A 3	DE 4 A 6	DE 7 A 9	DE 10 A MÁS	Ns/Nc	TOTAL	COPAS PROMEDIO
SEXO	Hombre	7.4	19.6	17.7	44.2	11.1	100.0	10.1
	Mujer	10.2	40.5	15.5	19.1	14.7	100.0	6.9
EDAD	De 18 a 29 años	9.7	26.2	18.7	35.2	10.2	100.0	8.9
	De 30 a 49 años	7.5	27.7	17.1	37.2	10.5	100.0	9.1
	De 50 y más años	6.4	21.0	12.0	37.4	23.2	100.0	9.8
BEBIDA PREFERIDA	Cerveza	8.3	23.9	13.4	42.5	11.9	100.0	9.8
	Otra bebida	8.3	28.4	23.9	28.2	11.3	100.0	8.1
NSE	Norte	1.6	18.1	24.5	48.6	7.2	100.0	10.3
	Bajío	9.9	34.4	15.2	34.1	6.4	100.0	8.1
	Centro de México	12.1	31.1	16.4	22.3	18.1	100.0	7.6
	Sureste	9.3	20.0	8.5	47.1	15.1	100.0	11.1
NACIONAL		8.2	26.1	17.0	36.4	12.3	100.0	9.1

EL RECUENTO DE LOS DAÑOS

- ✓ Los estragos que causa el consumo sin moderación en nuestro país son bien conocidos y como ejemplo destacan los accidentes y las muertes que estos provocan; una buena parte de los bebedores cuentan con experiencias amargas como producto de los excesos en su consumo de bebidas alcohólicas, el 31% de los mexicanos declaran haber sido objeto de críticas a causa del alcohol consumido; el 22% se ha peleado o discutido con familiares; el 19% lo ha hecho con extraños; 16% acepta haber tenido lagunas mentales o “apagones” por la cantidad de tragos consumidos; el 11% ha tenido algún problema con la policía y un muy elevado 9% acepta haber sufrido algún accidente de tránsito como consecuencia del alcohol.

A CONSECUENCIA DE LA CANTIDAD DE ALCOHOL QUE HA TOMADO, ¿ALGUNA VEZ USTED...?

% DE “SÍ”



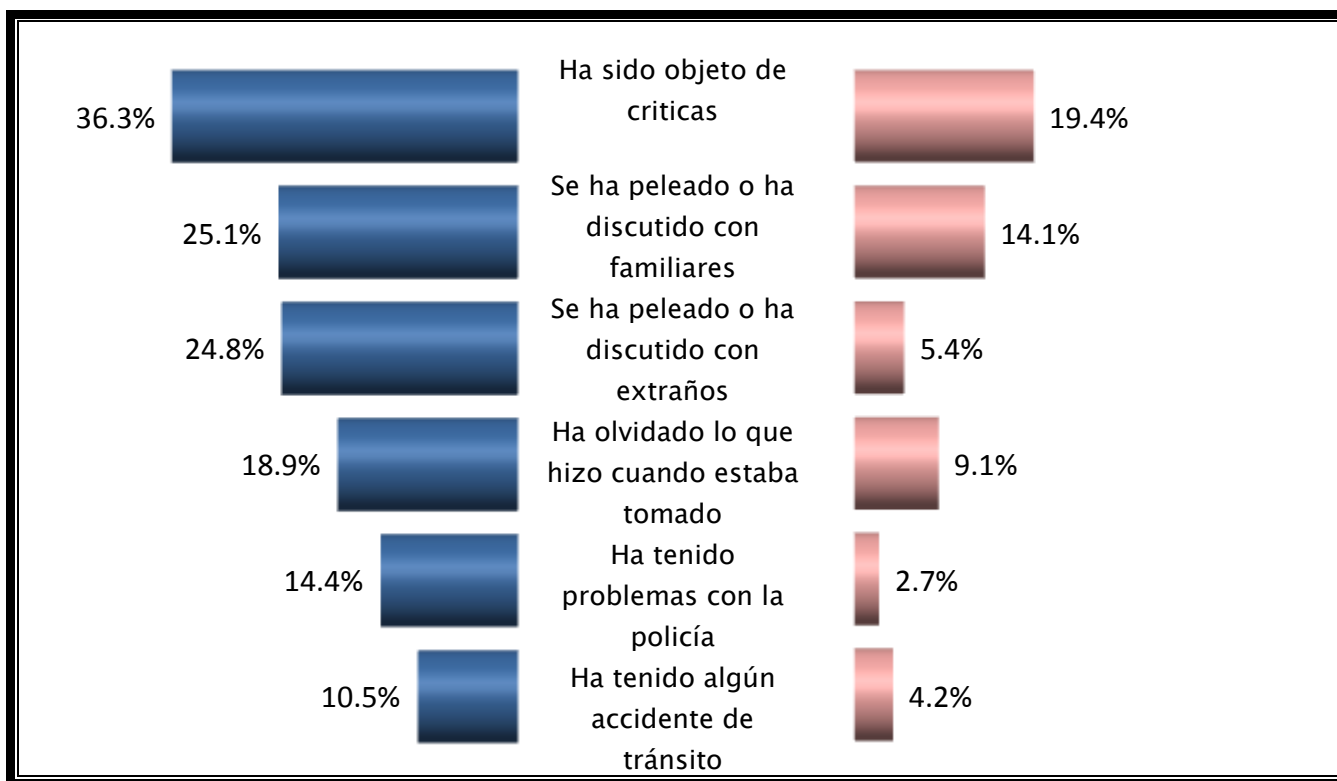
Respuestas independientes, no suman 100%

- ✓ Como en casi todas las variables asociadas al consumo de alcohol, los hombres tienen una delantera importante en las consecuencias indeseadas del abuso de él, las diferencias más marcadas las tienen en las peleas con desconocidos, en los olvidos involuntarios y en los problemas con la policía.

A CONSECUENCIA DE LA CANTIDAD DE ALCOHOL QUE HA TOMADO, ¿ALGUNA VEZ USTED...?
% DE "SÍ"

Hombres

Mujeres





- ✓ En el caso de los jóvenes los estragos han sido mayores en lo que tienen que ver con las críticas recibidas, discusiones con extraños y problemas con la policía, mientras que las personas de mayor edad refieren mayores discusiones con familiares y mayor frecuencia de lagunas mentales.

A CONSECUENCIA DE LA CANTIDAD DE ALCOHOL QUE HA TOMADO, ¿ALGUNA VEZ USTED...?

% DE "SÍ MENCIÓN"

		HA SIDO OBJETO DE CRÍTICAS	SE HA PELEADO O HA DISCUTIDO CON UN FAMILIAR	SE HA PELEADO O HA DISCUTIDO CON EXTRAÑOS	HA OLVIDADO LO QUE HIZO CUANDO ESTABA TOMADO	HA TENIDO PROBLEMAS CON LA POLICÍA	HA TENIDO ALGÚN ACCIDENTE DE TRÁNSITO
EDAD	De 18 a 29 años	32.1	18.2	22.6	14.5	13.4	7.3
	De 30 a 49 años	30.6	23.6	14.8	15.3	9.2	9.6
	De 50 y más años	29.2	25.8	19.5	21.3	7.9	9.0
NACIONAL		31.0	21.7	18.7	15.9	10.7	8.5



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	28 de Octubre a 01 de Noviembre
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.
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 .
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 coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

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%** 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 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.