Gabinete de Comunicación Estratégica

LIMOSNAS

31 de octubre de 2014

kaleydoscopio

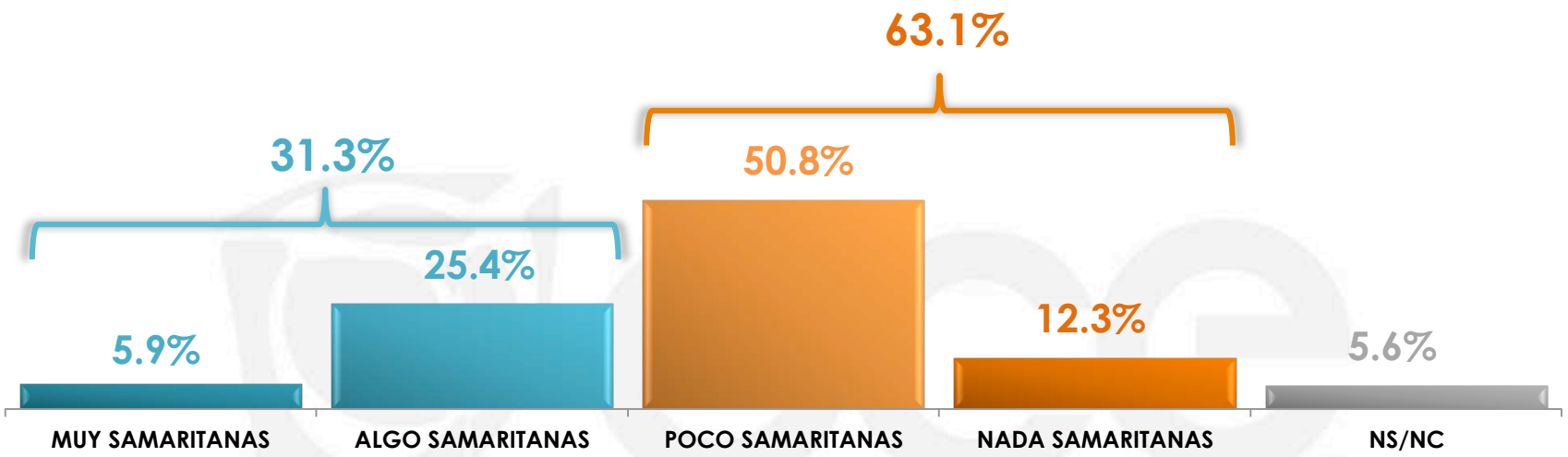
[...en donde nos vemos como nos pintamos]

ÍNDICE

¿SOMOS CARITATIVOS LOS MEXICANOS? 1
HÁBITO DE DAR LIMOSNAS EN MÉXICO 5
POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE PEDIR LIMOSNAS EN MÉXICO 12

1 ¿SOMOS CARITATIVOS LOS MEXICANOS?

Un samaritano, es aquel que ayuda a otro desinteresadamente. Sabiendo esto dígame, ¿qué tan samaritanas son las personas en nuestro país?

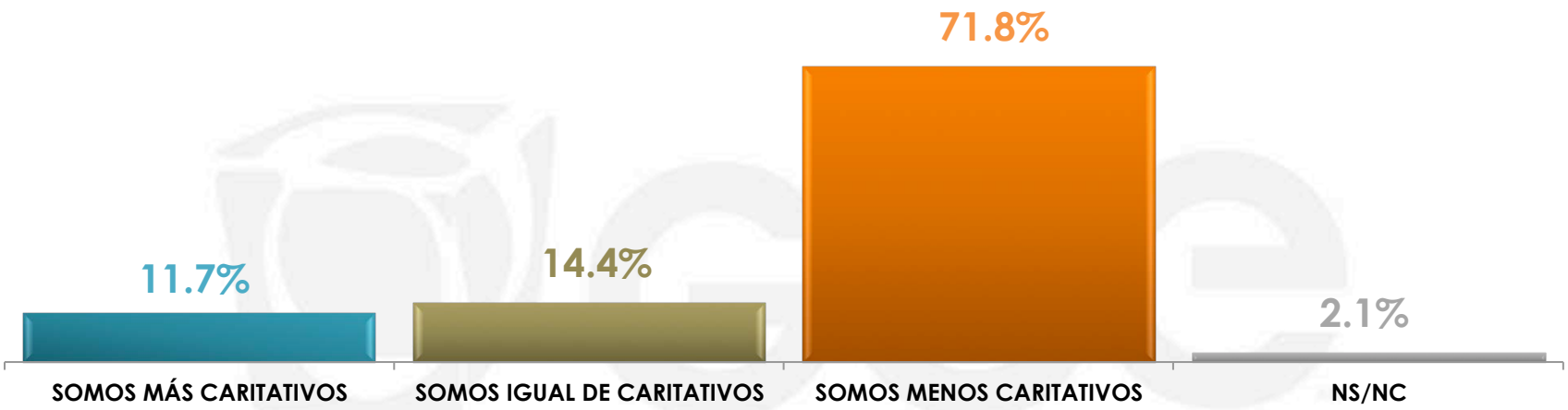


Gabinete de Comunicación Estratégica

	MUY SAMARITANAS	ALGO SAMARITANAS	POCO SAMARIITANAS	NADA SAMARITANAS	NS/NC
Sexo					
MASCULINO	6.9%	28.0%	46.6%	12.6%	5.9%
FEMENINO	5.0%	23.0%	54.8%	12.1%	5.1%

n=600

¿Cree que en la actualidad los mexicanos somos más o menos caritativos de lo que éramos antes?

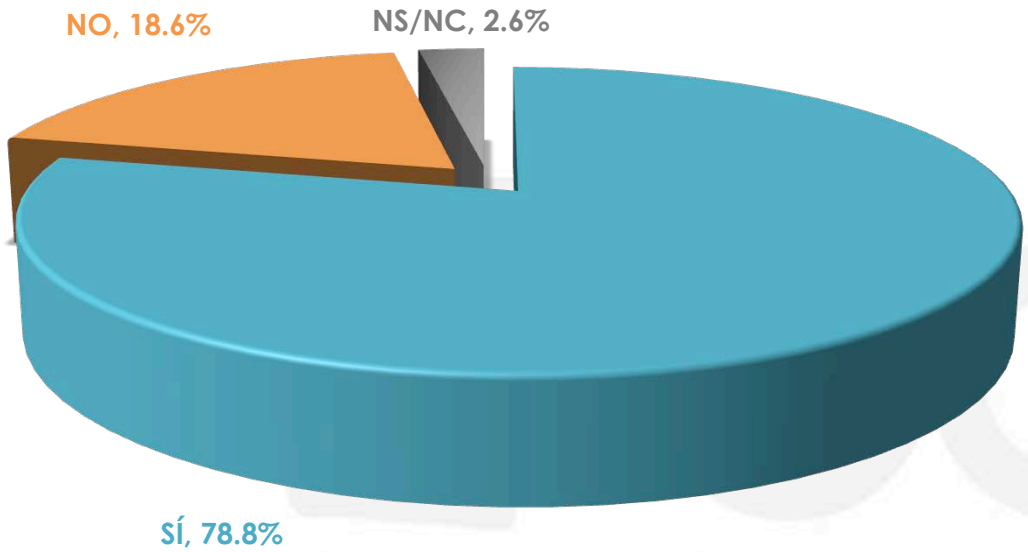


Gabinete de Comunicación Estratégica

		SOMOS MÁS CARITATIVOS	SOMOS IGUAL DE CARITATIVOS	SOMOS MENOS CARITATIVOS	NS/NC
Sexo	MASCULINO	12.9%	12.3%	73.6%	1.2%
	FEMENINO	10.7%	16.4%	70.1%	2.8%

n=600

Sólo para fines estadísticos, ¿usted acostumbra dar limosna?



Gabinete de Comunicación Estratégica

		SÍ	NO	NS/NC
Sexo	MASCULINO	75.6%	21.5%	2.9%
	FEMENINO	81.7%	16.0%	2.3%

n=600

2 HÁBITO DE DAR LIMOSNAS EN MÉXICO

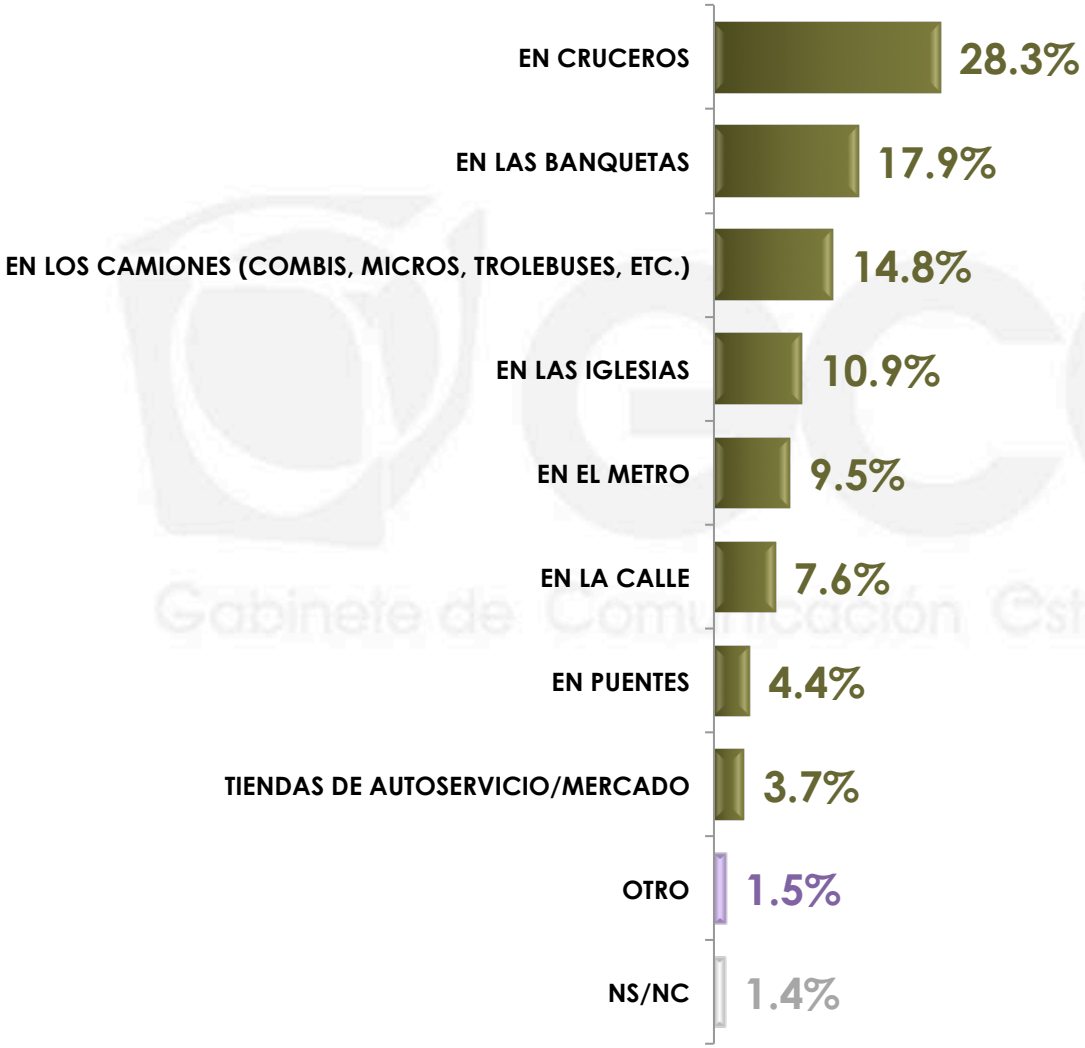
Pensando en un día normal, ¿cuántas veces al día le pide alguien una limosna?

Gabinete de Comunicación Estratégica

		UNA VEZ AL DÍA	DOS VECES AL DÍA	TRES VECES AL DÍA	CUATRO VECES AL DÍA	CINCO VECES AL DÍA	MÁS DE CINCO VECES AL DÍA	NS/NC
Sexo	MASCULINO	28.6%	17.3%	18.5%	8.5%	6.1%	10.8%	10.2%
	FEMENINO	26.1%	18.9%	19.6%	5.7%	4.0%	14.9%	10.8%

n=600

¿En qué lugar se topa usted con más personas pidiendo limosna?



n=600

Gabinete de Comunicación Estratégica

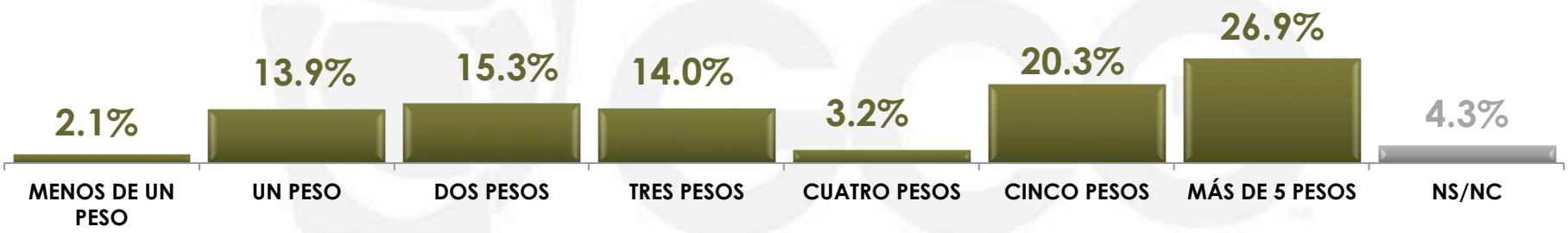
¿En qué lugar se topa usted con más personas pidiendo limosna?

		EN CRUCEROS	EN LAS BANQUETAS	EN LOS CAMIONES (COMBIS, MICROS, TROLEBUSES, ETC.)	EN LAS IGLESIAS	EN EL METRO
Sexo	MASCULINO	32.7%	16.9%	13.3%	9.1%	10.4%
	FEMENINO	24.3%	18.8%	16.2%	12.5%	8.7%

		EN LA CALLE	EN PUENTES	TIENDAS DE AUTOSERVICIO/ MERCADO	OTRO	NS/NC
Sexo	MASCULINO	7.0%	4.2%	4.9%	1.3%	0.2%
	FEMENINO	8.2%	4.6%	2.7%	1.7%	2.3%

n=600

Y, ¿cuántos pesos de limosna cree que en promedio dan los mexicanos en un día?

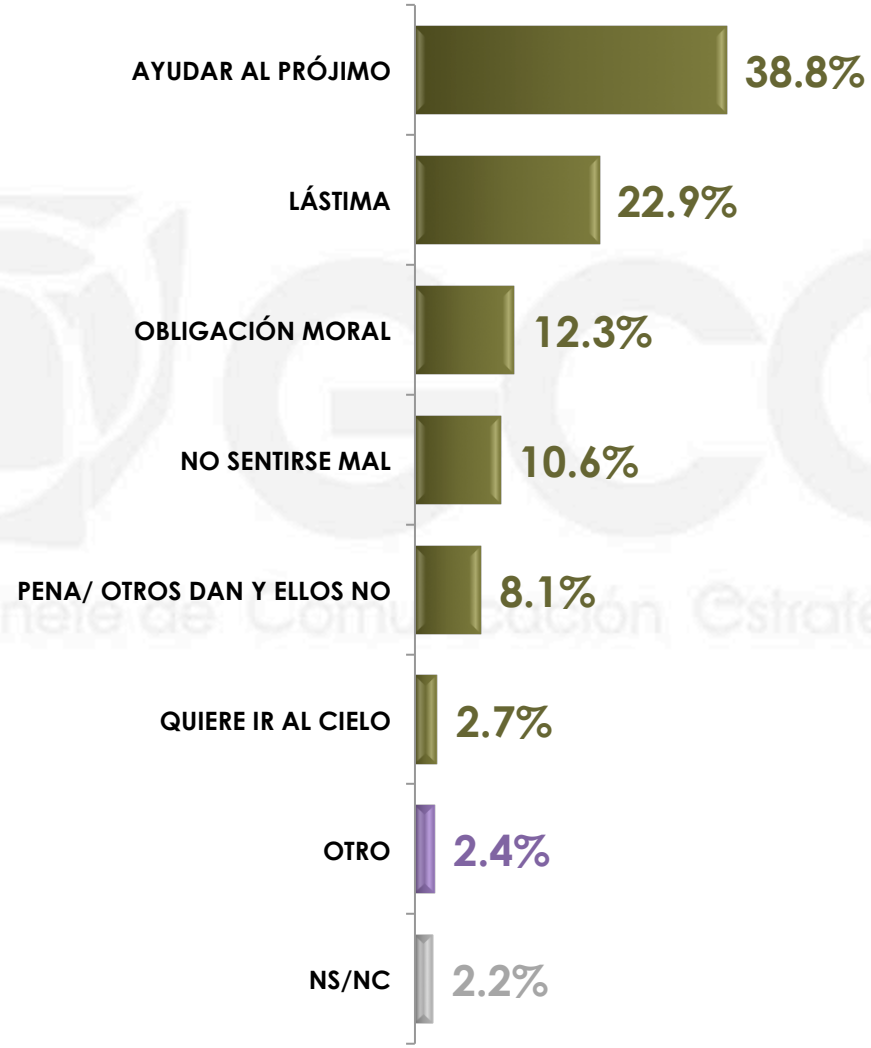


Gabinete de Comunicación Estratégica

Sexo	MENOS DE UN PESO	UN PESO	DOS PESOS	TRES PESOS	CUATRO PESOS	CINCO PESOS	MÁS DE 5 PESOS	NS/NC
MASCULINO	2.5%	11.5%	18.8%	16.7%	2.1%	19.9%	22.9%	5.6%
FEMENINO	1.7%	16.0%	12.1%	11.4%	4.2%	20.6%	30.6%	3.4%

n=600

En su opinión, ¿cuál es la principal razón por el que la gente da limosna?



n=600

En su opinión, ¿cuál es la principal razón por el que la gente da limosna?

		AYUDAR AL PRÓJIMO	LÁSTIMA	OBLIGACIÓN MORAL	NO SENTIRSE MAL
Sexo	MASCULINO	36.6%	22.1%	15.1%	10.8%
	FEMENINO	40.8%	23.7%	9.8%	10.4%

		PENA/ OTROS DAN Y ELLOS NO	QUIERE IR AL CIELO	OTRO	NS/NC
Sexo	MASCULINO	7.3%	2.5%	3.6%	2.0%
	FEMENINO	8.9%	2.9%	1.3%	2.2%

n=600

3

POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE PEDIR LIMOSNAS EN MÉXICO

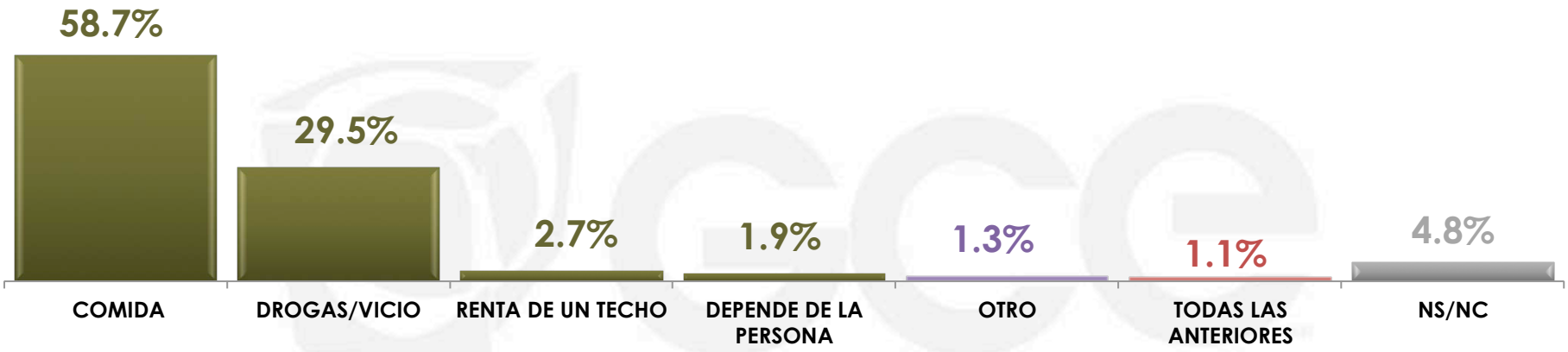
¿Cuál de los siguientes grupos de personas es el que más se halla pidiendo limosna en México?

Gabinete de Comunicación Estratégica

		ANCIANOS	NIÑOS	HOMBRES ADULTOS	INDÍGENAS	MUJERES ADULTAS	ADOLESCENTES	NS/NC
Sexo	MASCULINO	28.7%	15.1%	17.7%	17.5%	7.8%	6.7%	6.5%
	FEMENINO	26.9%	19.7%	15.7%	14.7%	11.0%	7.4%	4.6%

n=600

Por lo que ha visto o escuchado, ¿en qué cree que utilicen las personas la limosna que se les da?



Gabinete de Comunicación Estratégica

		COMIDA	DROGAS/VICIO	RENTA DE UN TECHO	DEPENDE DE LA PERSONA	OTRO	TODAS LAS ANTERIORES	NS/NC
Sexo	MASCULINO	60.3%	27.7%	3.8%	1.2%	2.2%	0.9%	3.9%
	FEMENINO	57.2%	31.2%	1.7%	2.5%	0.4%	1.2%	5.8%

n=600

¿Cuál de las siguientes afirmaciones es más cercana a su punto de vista: las personas que piden limosna lo hacen porque son flojas y quieren dinero fácil sin trabajar o las personas quieren superarse pero no han encontrado la oportunidad y es la única forma que encontraron de sobrevivir?

	LAS PERSONAS QUE PIDEN LIMOSNA LO HACEN PORQUE SON FLOJAS Y QUIEREN DINERO FÁCIL SIN TRABAJAR	LAS PERSONAS QUIEREN SUPERARSE PERO NO HAN ENCONTRADO LA OPORTUNIDAD Y ES LA ÚNICA FORMA QUE ENCONTRARON PARA SOBREVIVIR	NS/NC
Sexo			
MASCULINO	48.2%	47.8%	4.0%
FEMENINO	49.0%	47.2%	3.8%

n=600

NOTA METODOLÓGICA

Universo

- Ciudadanos mayores de 18 años que residen la República Mexicana y cuentan con línea telefónica en su hogar.

Técnica de levantamiento

- Encuesta telefónica realizada el 30 de septiembre de 2014.

Tamaño de la Muestra y su Precisión Estadística

- Se diseñó una muestra de 600 encuestas, distribuidas en los 31 estados y un Distrito Federal del país para mantener tanto proporcionalidad como dispersión óptimas. Con un nivel de confianza de 95%, el error teórico es de ±3.46% a nivel nacional.

- Los resultados reportados están basados en los estimadores de Horvitz-Thompson, calibrados y redondeados a un decimal.

Marco muestral y selección de la muestra

- Se utilizó como marco de muestreo la lista nominal del INE, actualizada al 05 de Mayo de 2014.
- Muestreo estratificado de alocación proporcional al tamaño.

Gabinete de Comunicación Estratégica