TIEMPO Y RELOJES

28 de septiembre de 2016

GCE
Gabinete de Comunicación Estratégica

kaleydoscopio
[en donde nos vemos como nos pintamos]

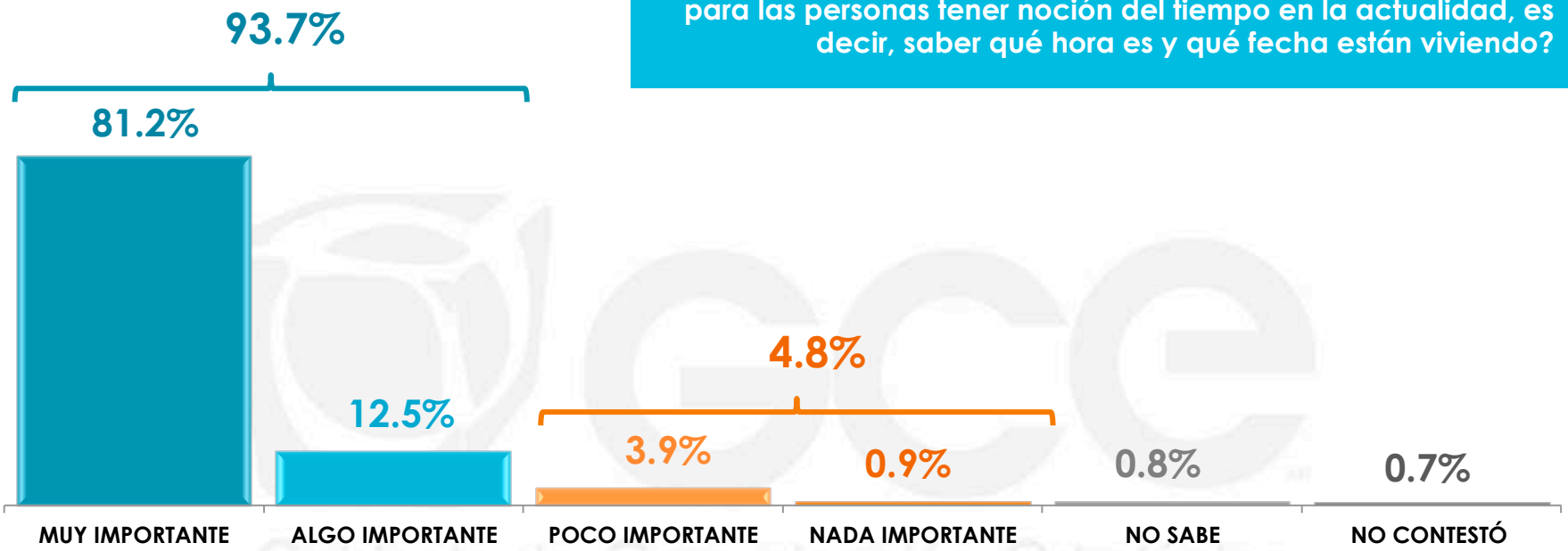
ÍNDICE

IMPORTANCIA SOBRELA NOCIÓN DEL TIEMPO 3
POSESIÓN DE RELOJ 7
USO DEL TELÉFONO CELULARPARA CONSULTAR LA HORA 21

1

IMPORTANCIA SOBRE LA NOCIÓN DEL TIEMPO

De acuerdo con la psicología el sentido subjetivo del tiempo hace que tengamos una noción del pasado, del presente y del futuro; lo utilizamos para entender el curso y la duración de los acontecimientos, situarlos en su momento y generar expectativas sobre ellos. En su opinión, ¿qué tan importante es para las personas tener noción del tiempo en la actualidad, es decir, saber qué hora es y qué fecha están viviendo?



Gabinete de Comunicación Estratégica

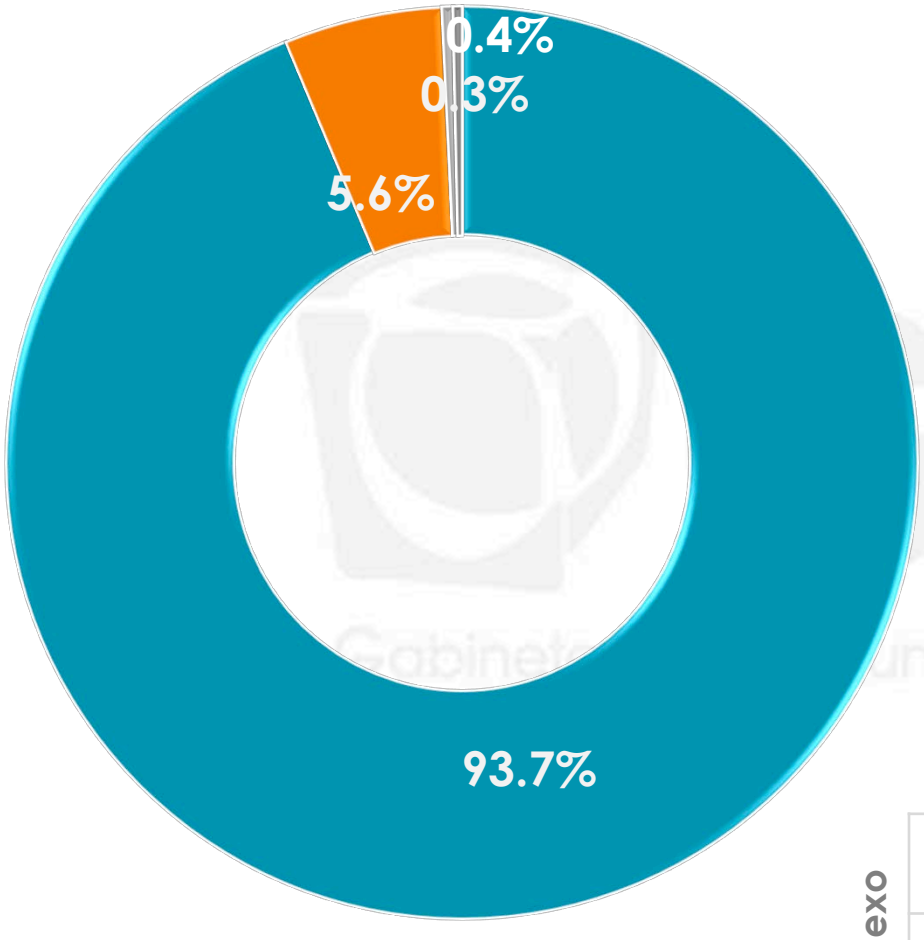
		MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NADA IMPORTANTE	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	80.9%	11.3%	5.3%	0.9%	0.9%	0.7%
	FEMENINO	81.5%	13.6%	2.6%	0.8%	0.7%	0.8%

¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente frase "El tiempo es la cosa más valiosa que una persona puede gastar"?

		DE ACUERDO	NI DE ACUERDO. NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	80.1%	0.3%	18.6%	0.2%	0.8%
	FEMENINO	85.4%	0.7%	13.2%	0.6%	0.1%

Gabinete de Comunicación Estratégica

En su opinión, ¿tener conocimiento del tiempo es indispensable para que una persona pueda desarrollar todas las actividades que planea realizar?

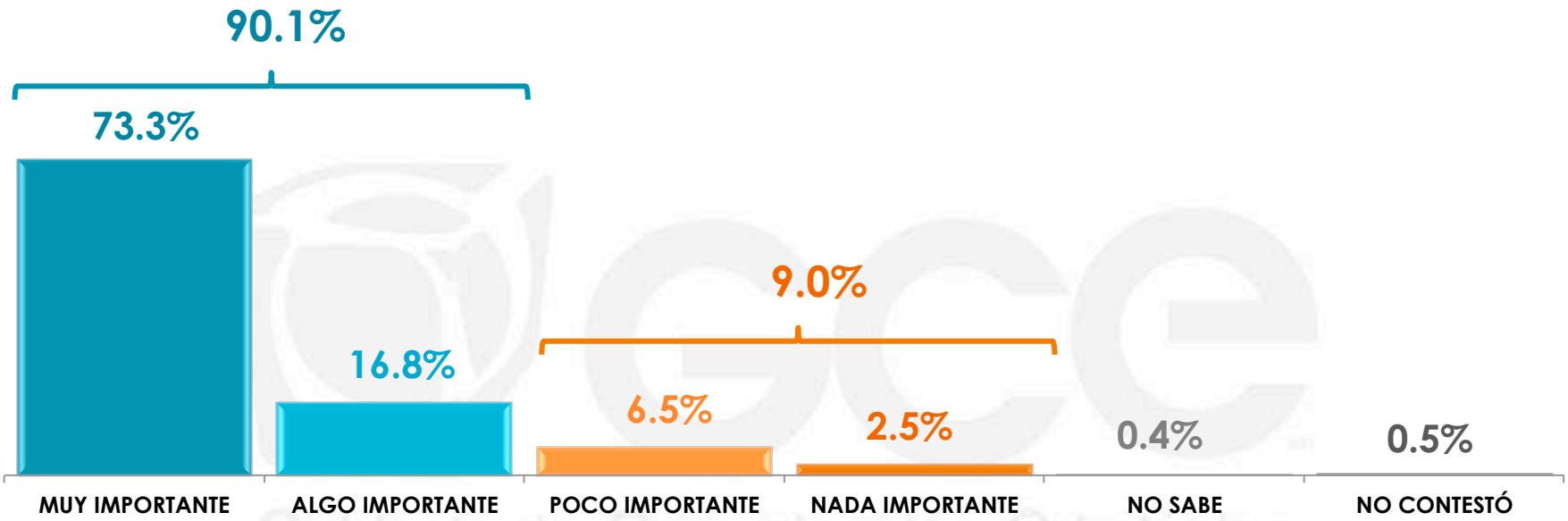


		SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	93.9%	5.8%	0.0%	0.3%
	FEMENINO	93.6%	5.5%	0.7%	0.2%

Gabinete de Comunicación Estratégica

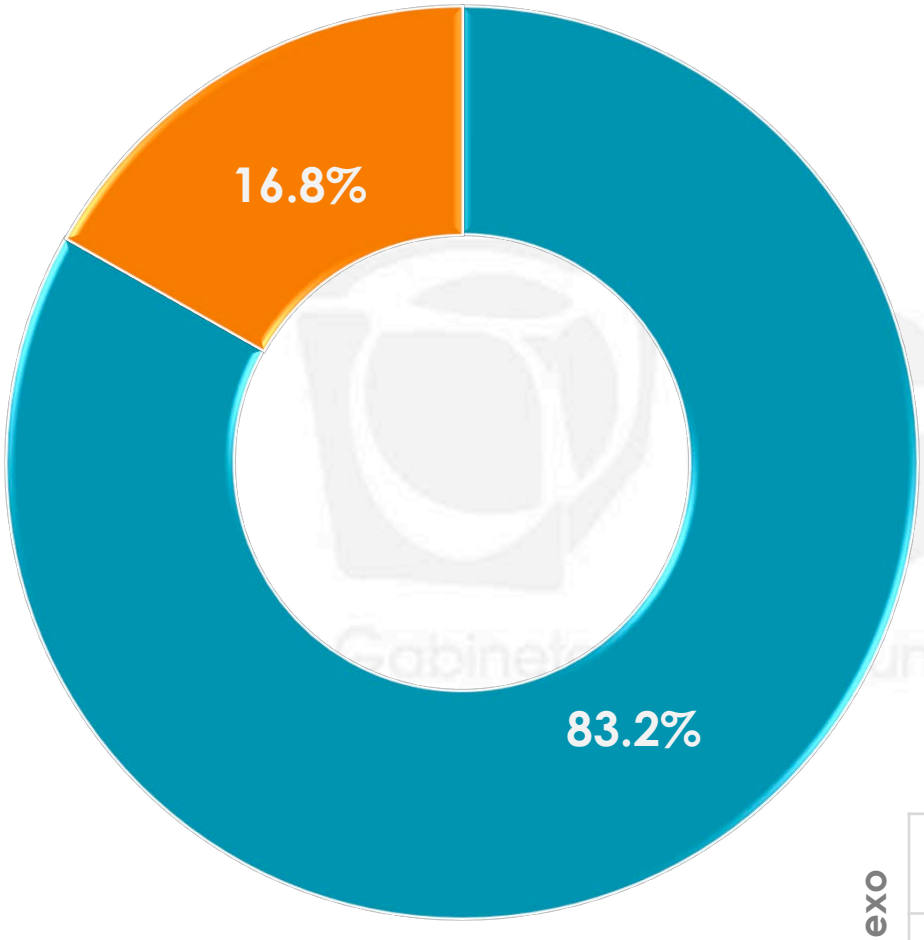
2 POSESIÓN DE RELOJ

Uno de los inventos que ha creado el hombre para tener conciencia del tiempo es el reloj. En su opinión, ¿qué tan importante es para usted contar con un reloj, ya sea en su casa o como accesorio personal: muy importante, algo, poco o nada importante?



		MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	NADA IMPORTANTE	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	69.2%	18.3%	8.8%	2.6%	0.6%	0.5%
	FEMENINO	77.1%	15.4%	4.4%	2.3%	0.1%	0.7%

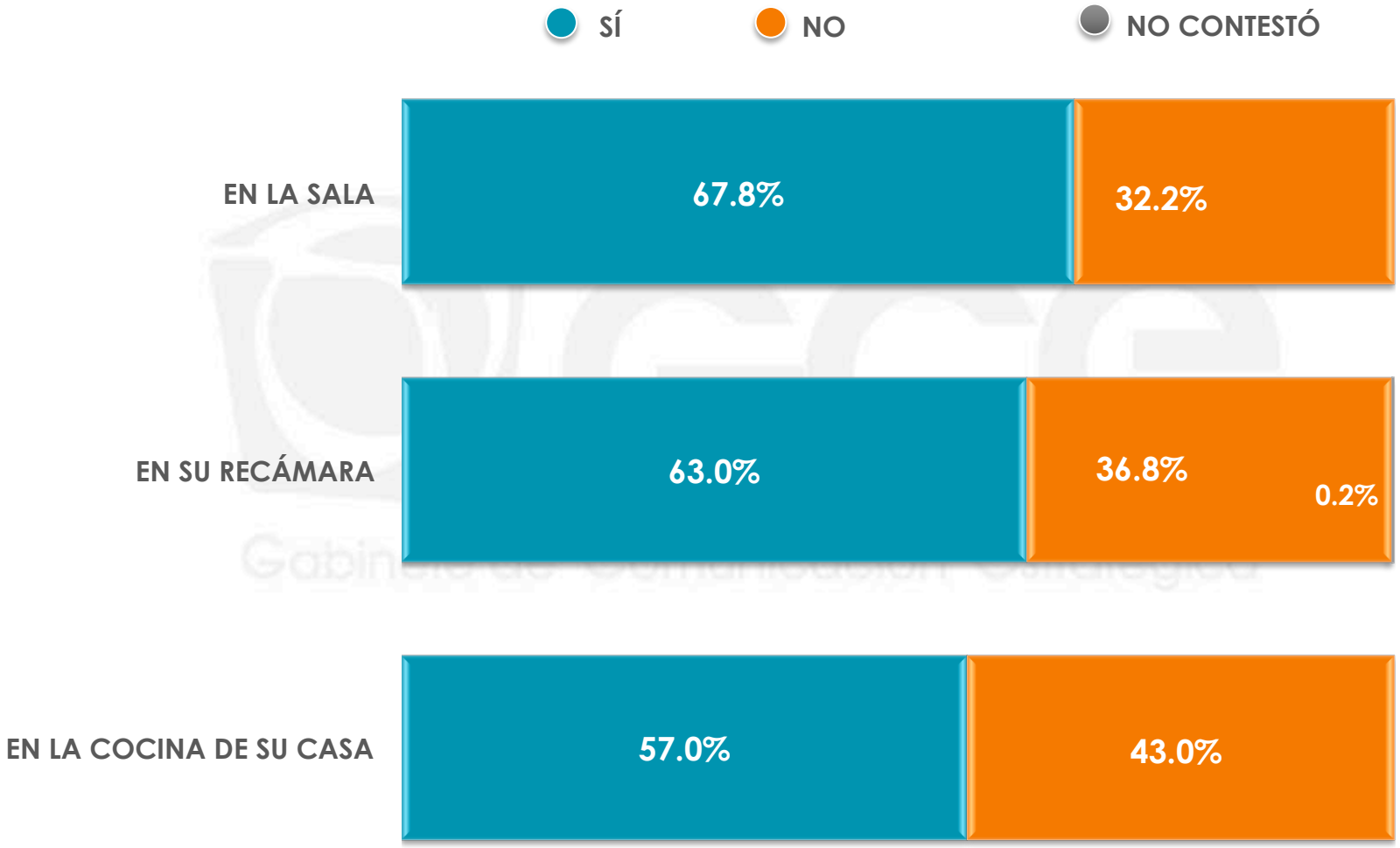
Ahora dígame, ¿en su hogar cuentan con algún reloj como accesorio de alguna parte de la casa?



		SÍ	NO
Sexo	MASCULINO	83.4%	16.6%
	FEMENINO	83.1%	16.9%

n= 600

Para cada una de los lugares que le voy a mencionar, dígame por favor, sí usted cuenta con un reloj o no en ese sitio:



n= 600

Para cada una de los lugares que le voy a mencionar, dígame por favor, sí usted cuenta con un reloj o no en ese sitio:

EN LA SALA

		SÍ	NO	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	68.1%	31.9%	0.0%
	FEMENINO	67.5%	32.5%	0.0%

EN SU RECÁMARA

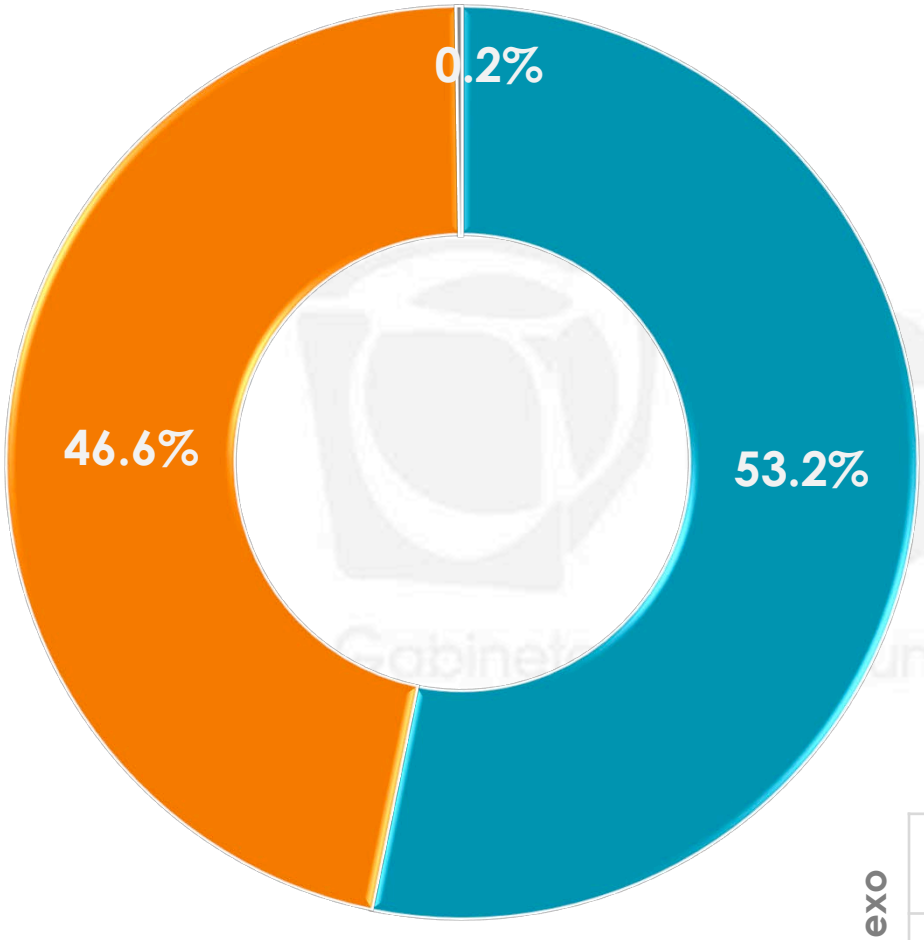
		SÍ	NO	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	61.7%	38.3%	0.0%
	FEMENINO	64.2%	35.5%	0.3%

EN LA COCINA DE SU CASA

		SÍ	NO	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	62.7%	37.3%	0.0%
	FEMENINO	51.7%	48.3%	0.0%

Gabinete de Comunicación Estratégica

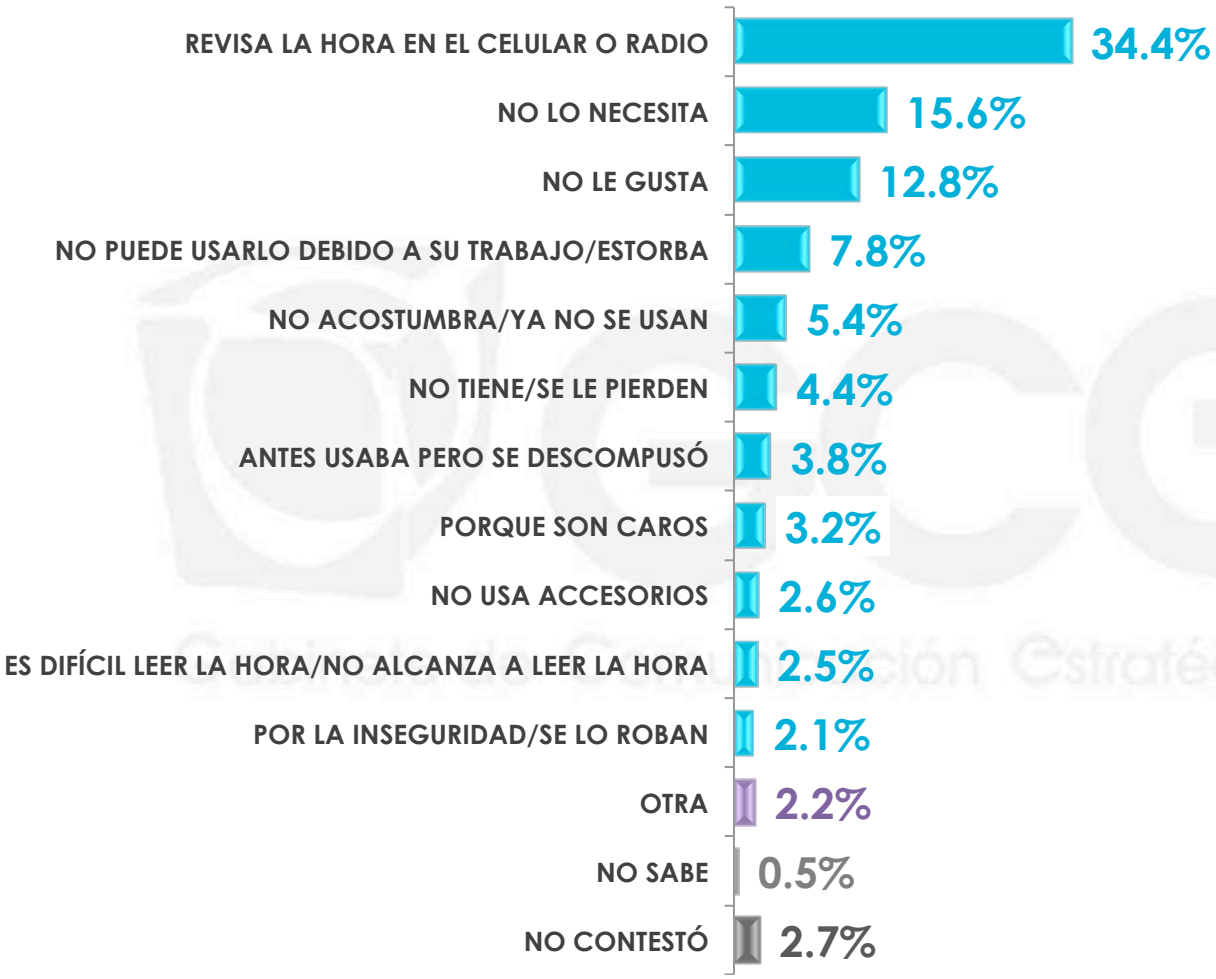
Y, dígame, ¿usted cuenta con algún reloj de pulso o mano?



		SÍ	NO	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	53.9%	46.1%	0.0%
	FEMENINO	52.6%	47.0%	0.4%

n= 600

¿Por qué razón no cuenta usted con algún reloj?*



***Respuestas espontáneas.**

*Sólo se realizó a las personas que no cuentan con un reloj de pulso o de mano.

n= 272

¿Por qué razón no cuenta usted con algún reloj?*

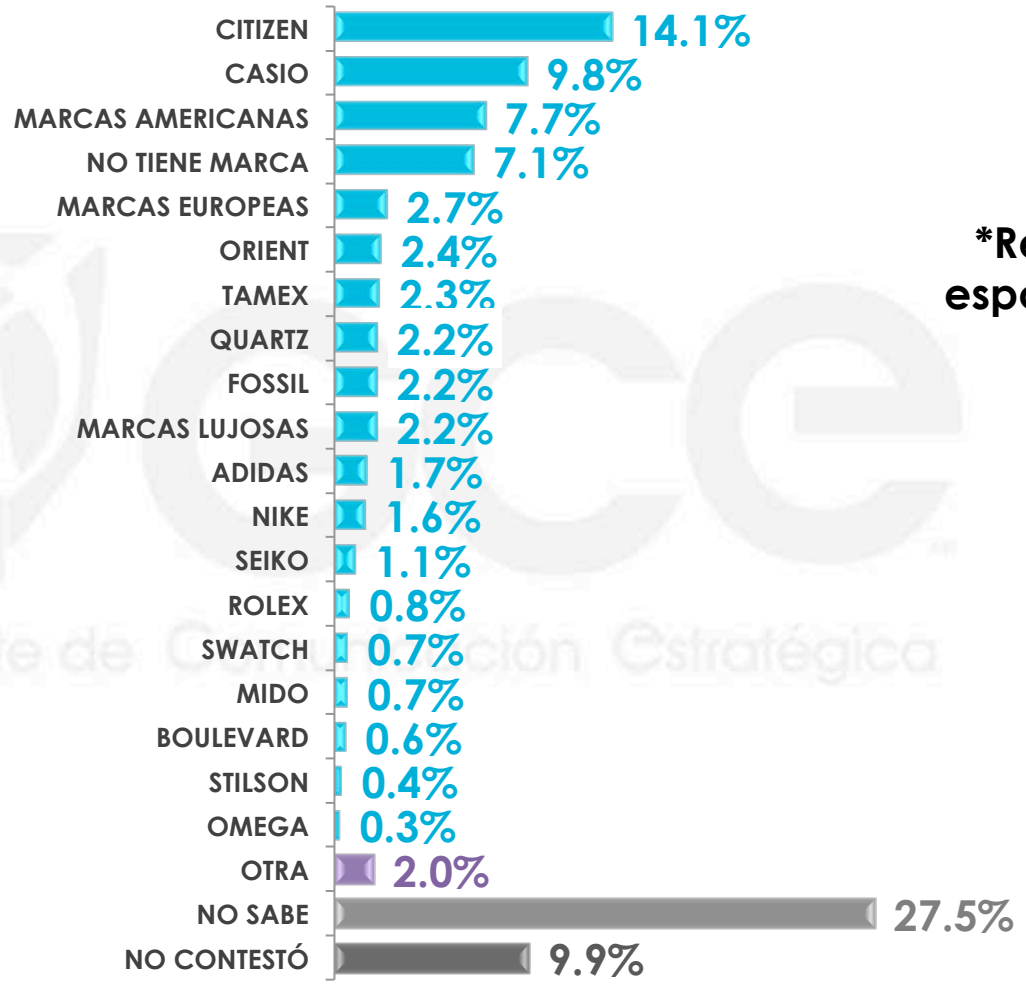
***Respuestas espontáneas.**

		REVISA LA HORA EN EL CELULAR O RADIO	NO LO NECESITA	NO LE GUSTA	NO PUEDE USARLO DEBIDO A SU TRABAJO/ ESTORBA	NO ACOSTUMBRA/ YA NO SE USAN	NO TIENE/SE LE PIERDEN	ANTES USABA PERO SE DESCOMPUSÓ
Sexo	MASCULINO	40.4%	13.7%	13.2%	7.8%	4.6%	3.0%	2.9%
	FEMENINO	28.9%	17.4%	12.4%	7.7%	6.1%	5.7%	4.7%

		PORQUE SON CAROS	NO USA ACCESORIOS	ES DIFÍCIL LEER LA HORA/NO ALCANZA A LEER LA HORA	POR LA INSEGURIDAD/ SE LO ROBAN	OTRA	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	1.9%	2.0%	1.0%	3.1%	2.0%	0.0%	4.4%
	FEMENINO	4.5%	3.1%	4.0%	1.1%	2.4%	0.9%	1.1%

*Sólo se realizó a las personas que no cuentan con un reloj de pulso o de mano.

¿Cuál es la marca de su reloj?



***Respuestas espontáneas.**

*Sólo se realizó a las personas que sí cuentan con un reloj de pulso o de mano.

n= 327

***Respuestas espontáneas.**

¿Cuál es la marca de su reloj?

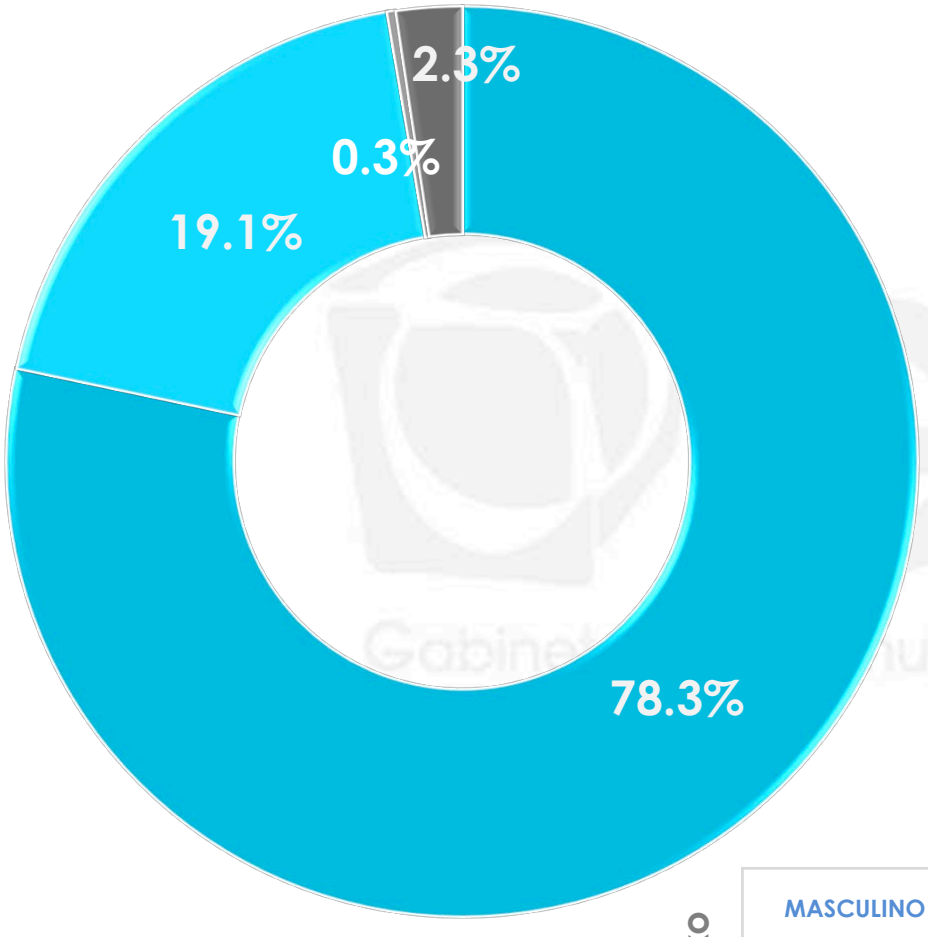
Sexo	CITIZEN	CASIO	MARCAS AMERICANAS	NO TIENE MARCA	MARCAS EUROPEAS	ORIENT	TAMEX
MASCULINO	16.7%	15.3%	9.2%	6.5%	3.3%	2.1%	2.7%
FEMENINO	11.5%	4.5%	6.3%	7.8%	2.1%	2.7%	1.8%

Sexo	QUARTZ	FOSSIL	MARCAS LUJOSAS	ADIDAS	NIKE	SEIKO	ROLEX
MASCULINO	0.8%	2.2%	2.8%	2.7%	2.5%	1.6%	1.7%
FEMENINO	3.4%	2.3%	1.7%	0.7%	0.8%	0.6%	0.0%

Sexo	SWATCH	MIDO	BOULEVARD	STILSON	OMEGA	OTRA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	0.0%	0.4%	1.2%	0.0%	0.0%	1.7%	18.8%	7.8%
FEMENINO	1.3%	0.9%	0.0%	0.8%	0.5%	2.2%	35.8%	12.3%

*Sólo se realizó a las personas que sí cuentan con un reloj de pulso o de mano.

¿Usted utiliza el reloj de pulso más como una herramienta en la que puede consultar el tiempo o sólo cómo un accesorio?*



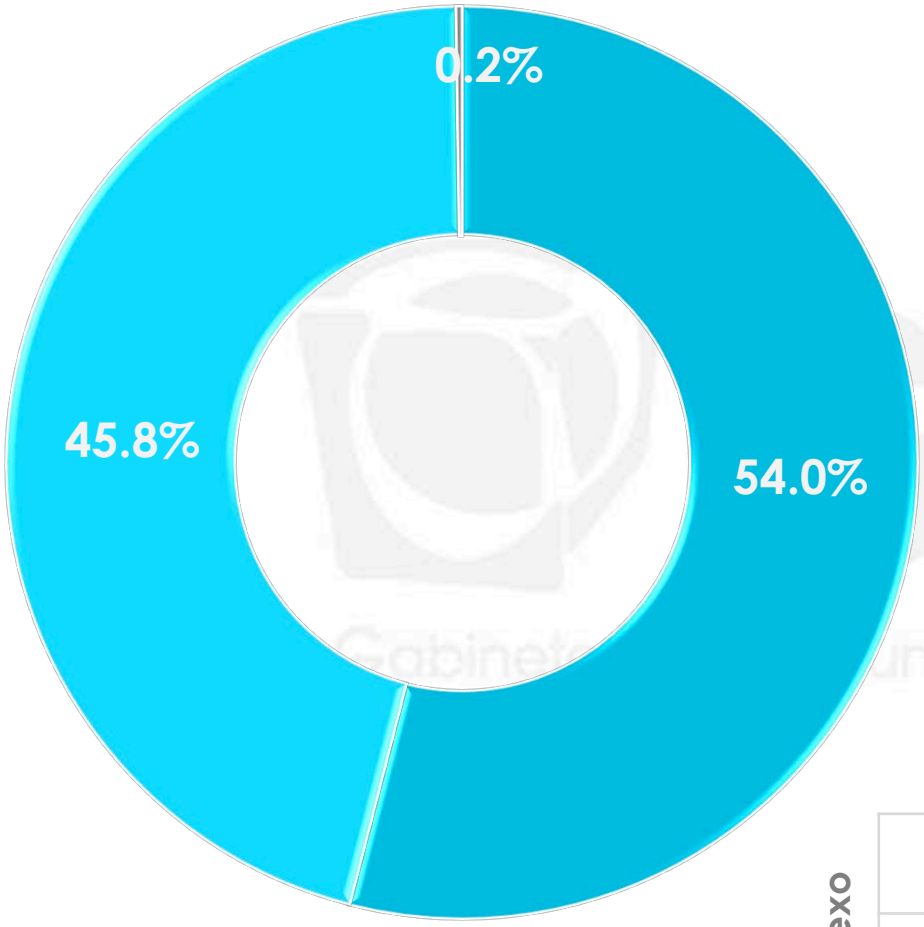
- COMO UNA HERRAMIENTA EN LA QUE PUEDE CONSULTAR EL TIEMPO
- SÓLO COMO UN ACCESORIO
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

		COMO UNA HERRAMIENTA EN LA QUE PUEDE CONSULTAR EL TIEMPO	SÓLO COMO UN ACCESORIO	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	74.4%	22.9%	0.4%	2.3%
	FEMENINO	81.9%	15.4%	0.3%	2.4%

*Sólo se realizó a las personas que sí cuentan con un reloj de pulso o de mano.

n= 327

Y, ¿dígame usted cuenta sólo con un reloj de pulso o tiene más de uno?

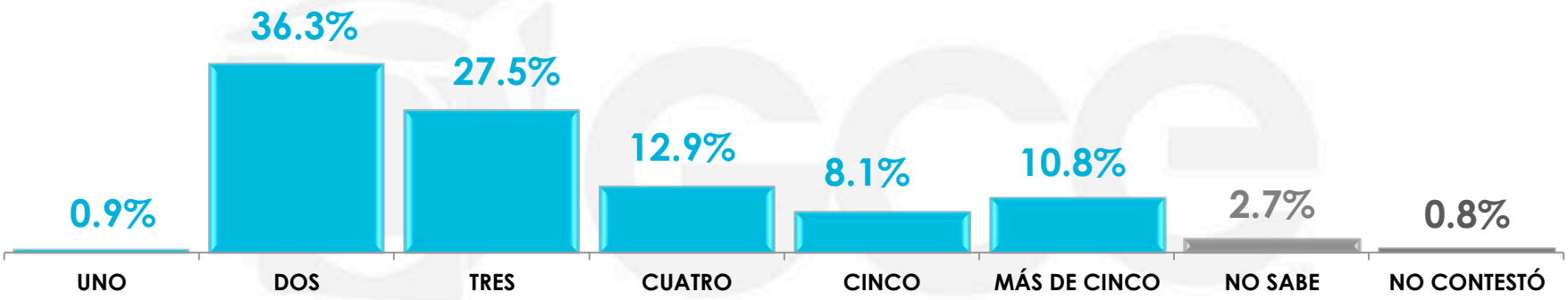


Sexo	SÓLO TIENE UNO	TIENE MÁS DE UNO	NO CONTESTÓ
MASCULINO	49.4%	50.6%	0.0%
FEMENINO	58.3%	41.2%	0.5%

*Sólo se realizó a las personas que sí cuentan con un reloj de pulso o de mano.

n= 327

¿Cuántos relojes tiene usted?

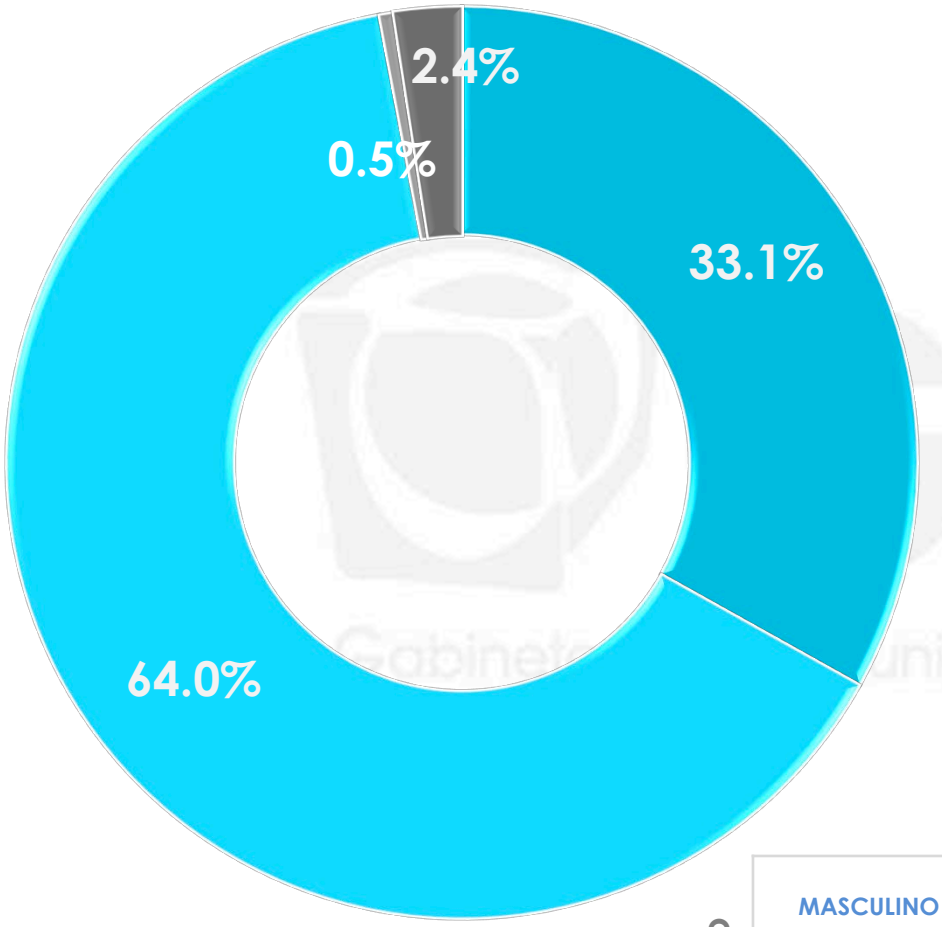


Gabinete de Comunicación Estratégica

Sexo	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	MÁS DE CINCO	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	1.0%	39.0%	30.6%	10.5%	7.6%	11.3%	0.0%	0.0%
FEMENINO	0.9%	33.3%	23.9%	15.7%	8.6%	10.1%	5.9%	1.6%

*Sólo se realizó a las personas que sí cuentan con un reloj de pulso o de mano y además tienen más de uno.

En su opinión ¿los relojes se utilizan más como un accesorio o para consultar la hora?



- SE UTILIZAN MÁS COMO ACCESORIO
- SE UTILIZAN PARA CONSULTAR LA HORA
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

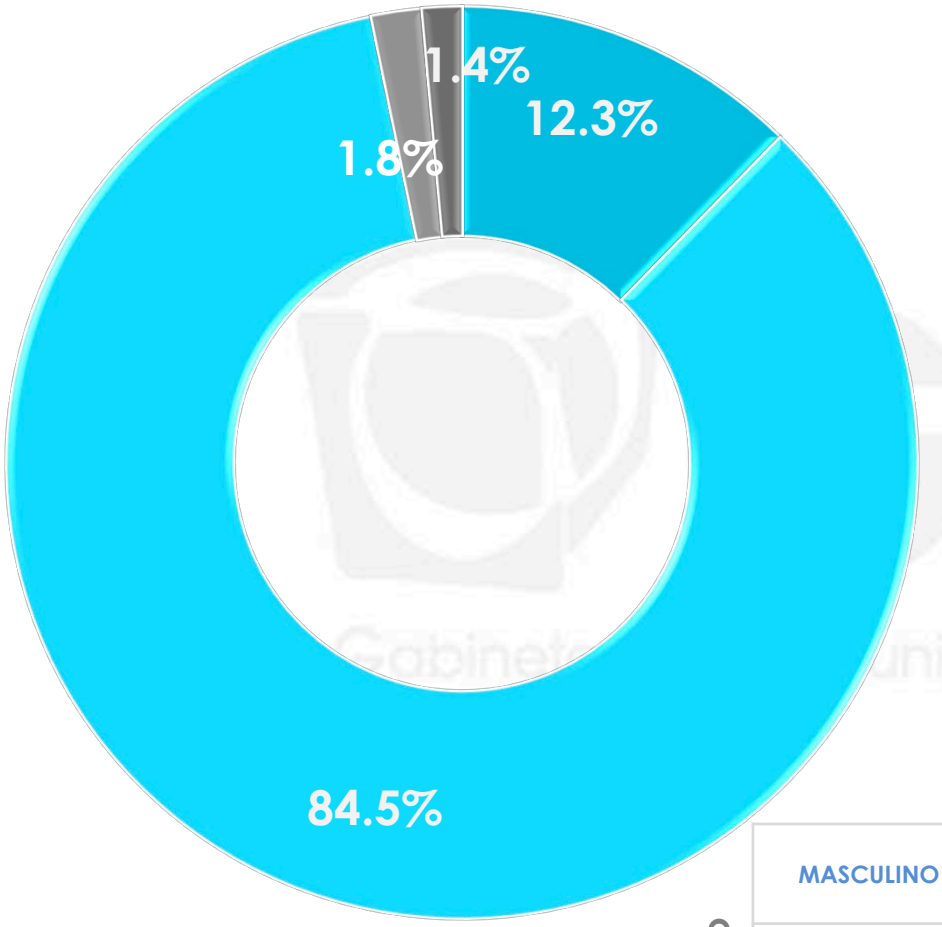
Sexo	SE UTILIZAN MÁS COMO ACCESORIO	SE UTILIZAN PARA CONSULTAR LA HORA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	36.2%	60.6%	0.7%	2.5%
FEMENINO	30.3%	67.1%	0.3%	2.3%

n= 600

3

USO DEL TELÉFONO CELULAR PARA CONSULTAR LA HORA

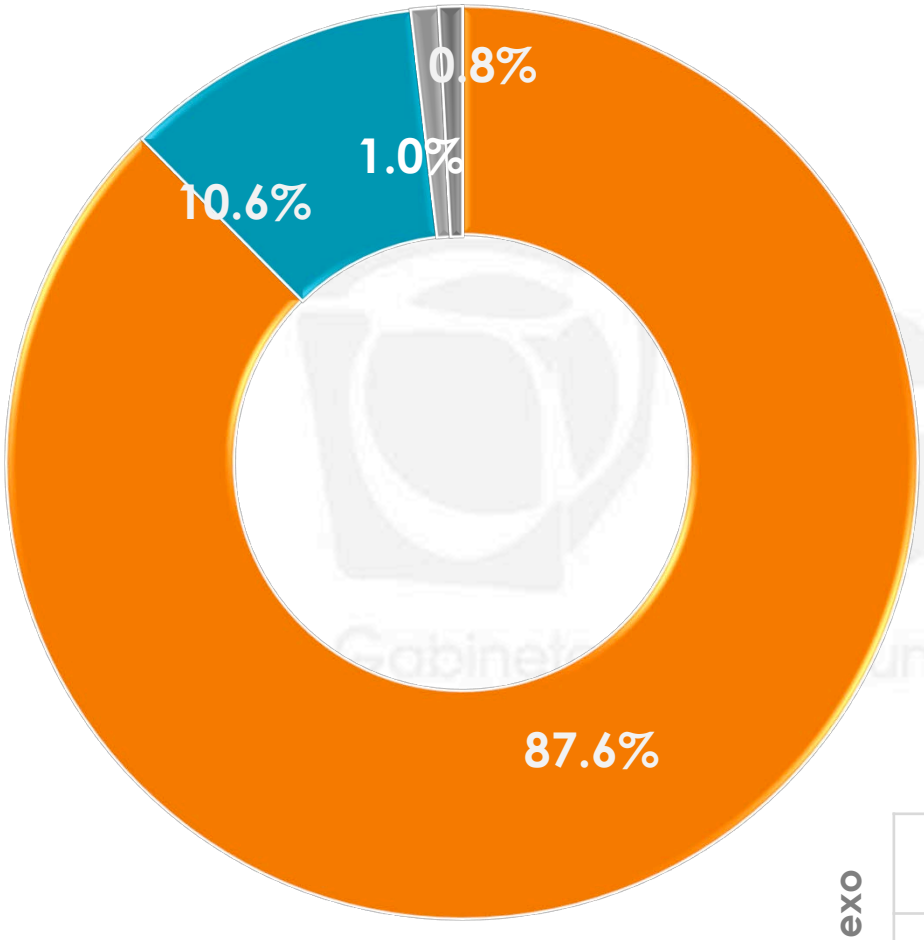
Por lo que usted sabe o ha visto, ¿las personas acostumbran consultar más la hora en reloj o en sus teléfonos celulares?



Sexo	EN RELOJ	EN SUS TELÉFONOS CELULARES	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	16.1%	80.6%	2.0%	1.3%
FEMENINO	8.8%	88.1%	1.6%	1.5%

n= 600

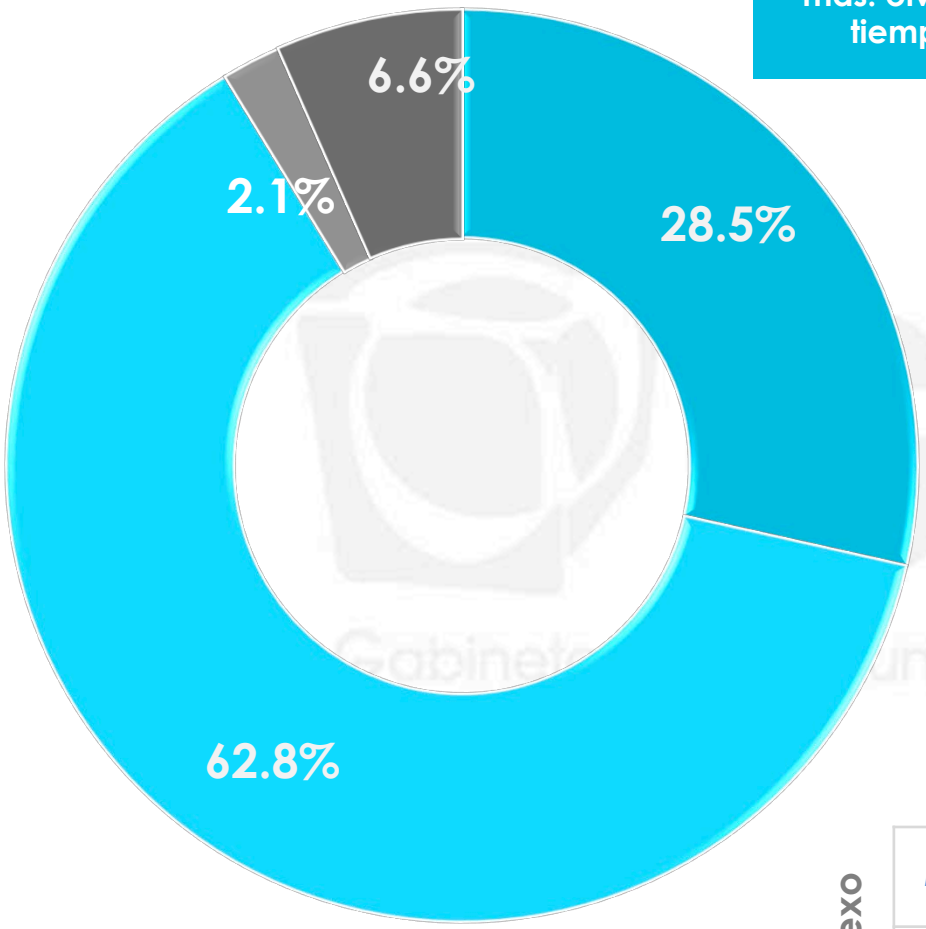
En su opinión, ¿el uso de teléfono celular ha desplazado a los relojes de mano como una forma de consultar la hora?



		SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	84.9%	13.4%	0.7%	1.0%
	FEMENINO	90.2%	8.0%	1.4%	0.4%

n= 600

Independientemente que usted no tenga reloj de mano, imagine que usted es una persona que constantemente se preocupa por ser puntual y en este momento se dirige a un compromiso importante al que tiene que llegar a tiempo, ¿qué le angustiaría más: olvidar en casa su reloj de mano para estar pendiente del tiempo y darse prisa; o le angustiaría más olvidar su celular?



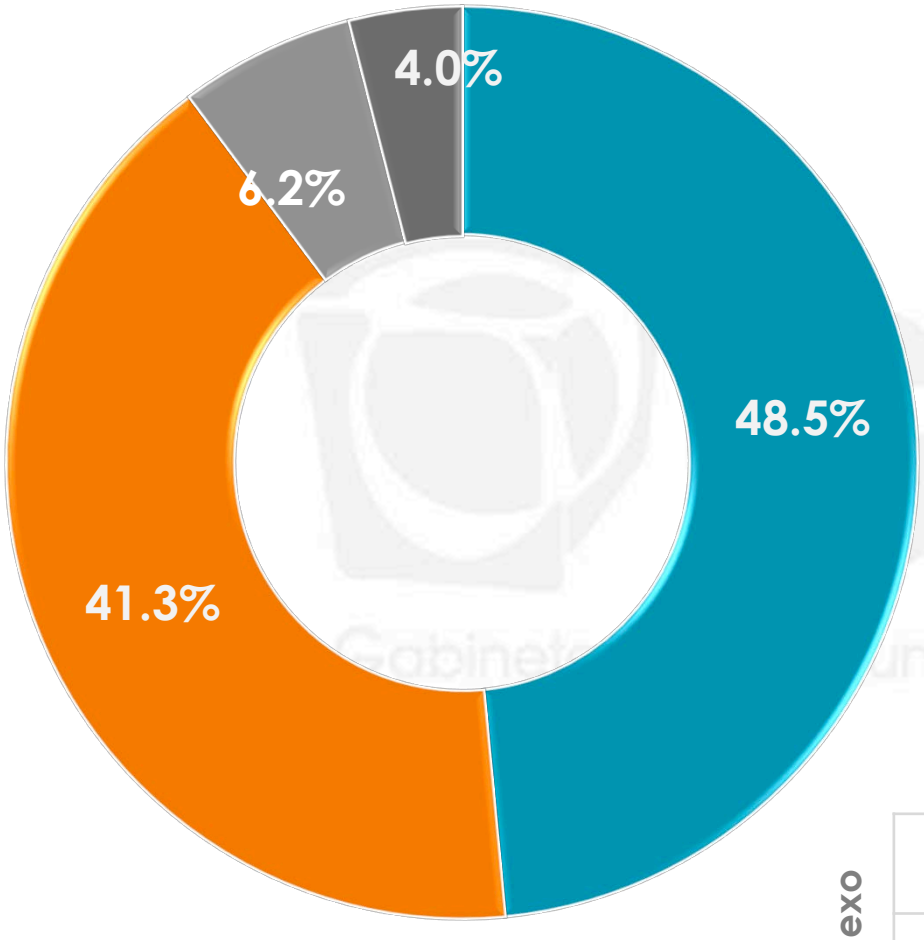
- OLVIDAR SU RELOJ DE MANO
- OLVIDAR SU CELULAR
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

Sexo	OLVIDAR SU RELOJ DE MANO	OLVIDAR SU CELULAR	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	29.8%	61.9%	1.8%	6.5%
FEMENINO	27.3%	63.5%	2.5%	6.7%

Gabinete de Comunicación Estratégica

n= 600

En su opinión, ¿las personas que acostumbran tener reloj son más puntuales que las personas que no los tienen?



		SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	51.1%	39.1%	5.5%	4.3%
	FEMENINO	46.2%	43.4%	6.8%	3.6%

NOTA METODOLÓGICA

Universo

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

Técnica de levantamiento

- Encuesta telefónica realizada el 27 y 28 de septiembre de 2016.

Tamaño de la muestra y su precisión estadística

- Se diseñó una muestra de 600 encuestas, distribuidas en las 32 entidades del país para mantener tanto proporcionalidad como dispersión óptimas. Con un nivel de confianza de 95%, el error teórico es de ±4.0% 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 actualizada del INE.
- Muestreo estratificado de alocación proporcional al tamaño.

Gabinete de Comunicación Estratégica