

Con el Censo en Curso, la Percepción de Importancia y la Intención de Participar Han Crecido - Especialmente Entre los Hispanos

Tres Cuartos Confían que Su Información Personal no Será Compartida con Otras Organizaciones del Gobierno



Ipsos Public Affairs

Fecha de Divulgación al Público: Abril 21, 2010 12:00 pm EST

Ipsos Public Affairs es una organización de prácticas de investigación basadas en encuestas, sin afiliación política, objetiva, y formada por profesionales con experiencia.

Llevamos a cabo iniciativas de investigación estratégica para una variedad de organizaciones estadounidenses e internacionales basadas no solamente en la investigación de la opinión pública, sino también en la investigación de la opinión de interesados de elite, de empresas y de medios de comunicación.

Ipsos Public Affairs realiza sondeos de opinión entre los Hispanos que habitan en los Estados Unidos para Telemundo. Ipsos Public Affairs es miembro de Ipsos Group, una compañía de investigación de mercados basada en encuestas líder a nivel mundial.

Brindamos servicios personalizados a clientes y trabajamos conjuntamente con ellos, mientras realizamos estudios a escala global.

Para obtener más información, visite: www.ipsos-pa.com

Para obtener copias de otras publicaciones de noticias, visite: www.ipsos-na.com/news/.



Con el Censo en Curso, la Percepción de Importancia y la Intención de Participar Han Crecido - Especialmente Entre los Hispanos

Tres Cuartos Confían que Su Información Personal no Será Compartida con Otras Organizaciones del Gobierno

New York, NY – En un nuevo sondeo telefónico Ipsos-Telemundo, realizado a través del mes de marzo, de los 500 Hispanos que residen en los Estados Unidos entrevistados, 95% de ellos dijo que es importante que todas las personas viviendo en los Estados Unidos de America sean contadas en el Censo 2010. Esto representa un aumento de siete puntos porcentuales en comparación con los resultados del sondeo publicados en Enero (88%). En comparación, los resultados de un sondeo telefónico realizado entre el 1 y el 17 de marzo a 1,000 miembros de la población general, muestran que una proporción ligeramente inferior (90%) de ellos está de acuerdo

Los resultados también sugieren que la percepción acerca de la importancia del Censo puede representar también intención de actuar; el 96% de los Hispanos encuestados está de acuerdo con que ellos y sus familias planean ser contados en el Censo (incluyendo 86% que está completamente de acuerdo). Curiosamente, los Hispanos que se sienten más cómodos comunicándose en español parecen estar más dispuestos a participar en el Censo que aquellos que prefieren comunicarse en inglés. Mientras que el 90% de quienes prefieren el español están totalmente de acuerdo con que planean ser contados, solo el 82% de los que prefieren comunicarse en inglés lo está, una diferencia de ocho puntos.

Al comparar la opinión de los Hispanos con la población general de los Estados Unidos, los resultados sugieren que los Hispanos tienen mayor interés en ser contados, ya que algo más de uno de cada diez (92%) miembros de la población general esta de acuerdo con que ellos y sus familias planean ser contados. Esto representa una diferencia de cuatro puntos porcentuales en comparación con los Hispanos, y esta diferencia aumenta entre aquellos que dice estar totalmente de acuerdo (80% entre los miembros de la población general vs. 86% entre los Hispanos).

La Mayoría de los Hispanos Está de Acuerdo con que es su Deber Participar.

La encuesta indica que la mayoría de los Hispanos está de acuerdo con que es su deber participar en el Censo del 2010, el 91% de ellos están de acuerdo (incluyendo 79% que completamente de acuerdo). Esta proporción refleja la opinión de la población en general, donde el 91% de los encuestados también están de acuerdo. Sin embargo, una proporción menor de los miembros de la población en general que los Hispanos están completamente de acuerdo (72% vs 79%).

Tres Cuartos Confía que la Información no Será Compartida con Otras Organizaciones del Gobierno

Tres de cada cuatro Hispanos (74%) confía que la información de carácter personal recolectada durante el Censo no será compartida con otras organizaciones del gobierno. Esto representa un aumento de 11 puntos porcentuales desde el mes de febrero, donde 63% de los Hispanos encuestados reportó confiar que la información no sería compartida. La mayor parte de este aumento puede ser atribuida a los Hispanos que prefieren comunicarse en Español, dado que mientras que la proporción de quienes prefieren comunicarse en inglés aumentó en seis puntos



porcentuales (59% en febrero vs. 65% en marzo), entre aquellos que prefieren el español el aumento representa 15 puntos (66% en febrero vs. 81% en marzo).

Como se ha observado en sondeos anteriores, los Hispanos tienden a confiar más que los miembros de la población general que la información recolectada en el Censo no será compartida con otras organizaciones gubernamentales. Entre los Hispanos, el 74% de ellos confía y solo el 16% no confía, mientras que entre los miembros de la población general, solo 61% de ellos confía que su información no será compartida, y el 29% no lo hace.

El Conocimiento Acerca del Censo Aumenta

Mientras que una pequeña proporción de Hispanos todavía mantiene que no ha escuchado nada acerca del Censo, la proporción de aquellos que dice saber por lo menos un poco al respecto ha aumentado en 13 puntos porcentuales desde el mes de Febrero (61% en Febrero vs. 74% en Marzo). Esto incluye un aumento de 11 puntos entre aquellos que dicen saber mucho al respecto, proporción que ha aumentado de 19% en Febrero a 30% en Marzo.

Mientras que los resultados del sondeo Ipsos Telemundo publicados en Enero mostraban diferencias considerables entre el conocimiento que tenían los Hispanos y los miembros de la población general acerca del Censo, estas diferencias parecen estar disminuyendo. Mientras los resultados de Enero mostraban una diferencia de 13 puntos entre Hispanos y miembros de la población general que reportó saber “un poco” acerca del Censo (52% vs. 65%), en Marzo, la diferencia es tan solo de siete puntos (74% entre los Hispanos vs. 81% entre los miembros de la población general).

Estos son algunos de los resultados de dos encuestas paralelas realizadas por Ipsos.

Los resultados entre los Hispanos están basados en una encuesta realizada entre el 1 y el 31 de Marzo de 2010 a una muestra representativa nacional de 500 Hispanos de 18 años en adelante, entrevistados telefónicamente a través de una encuesta del U.S. Hispanic Ómnibus de Ipsos. Con una muestra de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de $\pm 4,4$ puntos porcentuales, 19 de cada 20 veces, de lo que hubiese sido si se hubieran encuestado todos los Hispanos adultos en los Estados Unidos.

Los resultados entre la población general de los Estados Unidos, están basados en una encuesta realizada por Ipsos entre el 1 y el 17 de Marzo de 2010 a una muestra representativa a nivel nacional de exactamente 1,000 adultos de 18 años de edad en adelante, seleccionados de manera aleatoria en los Estados Unidos y entrevistados a través del Ómnibus U.S. Express Telefónico de Ipsos. Con una muestra de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de $\pm 3,1$ puntos porcentuales, 19 de cada 20 veces, de lo que hubiese sido si se hubieran encuestado todos los adultos en los Estados Unidos.

Todas las encuestas y sondeos de opinión pueden estar sujetos a fuentes de error adicionales, incluyendo, pero no limitándose, a errores en cubrimiento y medición. Estos datos fueron ponderados para asegurar que la composición de las muestras refleje la composición de la población de los Estados Unidos de acuerdo con información del U.S. Census Bureau. En ambos sondeos, los encuestados tuvieron la opción de ser entrevistados en inglés o en español.



###

Para obtener más información acerca de esta publicación, contáctese con:

***Julio Franco
Senior Research Manager
Ipsos Public Affairs
646-313-6117
Julio.Franco@ipsos.com***

Publicaciones disponibles en: <http://www.ipsos-na.com/news/>

Acerca de Ipsos

Ipsos es una compañía líder a nivel mundial en el sector de investigación de mercados basada en encuestas, de propiedad y dirigida por profesionales de la investigación que ayuda a interpretar, simular y anticipar las necesidades y respuestas de los consumidores, clientes y ciudadanos de todo el mundo. Las compañías miembro evalúan el potencial e interpretan las tendencias del mercado para desarrollar y probar productos o servicios, existentes o emergentes, y para desarrollar marcas. También prueban distintas formas de publicidad y estudian las respuestas de la audiencia en diferentes medios de comunicación, y miden la opinión pública en todo el mundo.

Ayudan a los clientes a construir relaciones a largo plazo con sus clientes, interesados u otras comunidades de usuarios. Las compañías miembro de Ipsos ofrecen experiencia en publicidad, fidelización de clientes, marketing, medios de comunicación e investigación en relaciones públicas, así como también en pronósticos, planificaciones y asesoramiento, y ofrecen una línea completa de productos y servicios personalizados, distribuidos, omnibus, de panel y en línea liderados por expertos en la industria y avalados por análisis y metodologías de avanzada. La compañía se fundó en 1975 y cotiza en bolsa desde 1999. En el año 2008, Ipsos tuvo un ingreso global de € 943.7 millones (USD \$ 1.33 mil millones). Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.

Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.