

Los Hispanos Son Más Optimistas Sobre la Economía de Estados Unidos que la Población General

Casi Cuatro de Cada Cinco Hispanos Dicen Que la Economía Se Ha Estabilizado o ha Comenzado a Mejorar



Ipsos Public Affairs

Fecha de Divulgación al Publico: Marzo 22, 2010 6:00 am 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/.



Los Hispanos Son Más Optimistas Sobre la Economía de Estados Unidos que la Población General

Casi Cuatro de Cada Cinco Hispanos Dicen Que la Economía Se Ha Estabilizado o Ya Ha Comenzado a Mejorar

New York, NY – Según el más reciente sondeo telefónico Ipsos-Telemundo, casi cuatro de cada cinco Hispanos que vive en los Estados Unidos creen que la economía se ha estabilizado o que ya ha empezado a mejorar. Entre 500 Hispanos entrevistados, 14% dice que la crisis económica de EE.UU. ya pasó por la peor parte y las cosas están por mejorar y el 63% dice que aunque la economía aún no ha comenzado a mejorar, ya se ha estabilizado. Sin embargo, un 20% dice que lo peor todavía está por venir.

Los resultados de la encuesta sugieren que los Hispanos son más optimistas que la población general de los Estados Unidos sobre el estado actual de la economía ya que una proporción mayor dice que la economía se ha estabilizado o ha comenzado a mejorar. En una encuesta telefónica Ipsos/McClatchy realizada entre 1.076 adultos de varios orígenes étnicos viviendo en los EE.UU., realizada aproximadamente en el mismo período de tiempo, sólo el 11% de ellos dijo que la economía estaba mejorando (frente al 14% entre los Hispanos) y sólo el 55% que se había estabilizado (vs. 63% de los Hispanos), mientras que un 31% dijo que lo peor está por venir (vs. 20% de los Hispanos). En ambas encuestas, el 3% dijo no estar seguro.

Entre los Hispanos, el optimismo es más frecuente entre aquellos que viven en el Oeste de los Estados Unidos y aquellos que prefieren ver televisión en Español:

- Un 17% de los que viven en el Oeste dice que la economía ya ha empezado a mejorar (frente a 12% de las de otras regiones) y sólo 16% que lo peor aún está por venir (vs 23% en otras regiones).
- Un 17% de los que prefieren ver televisión en español dice que la economía ha comenzado a mejorar (en comparación con 10% de aquellos que prefieran ver televisión en Inglés), mientras que sólo el 15% espera que empeore (vs. 26% de los que prefieren televisión en inglés).

Es también importante mencionar que las mujeres Hispanas (68%), más que los hombres Hispanos (58%) o las mujeres de otros grupos étnicos (56%), tienden a decir que la economía de EE.UU. aunque todavía no está mejorando, ya se ha estabilizado.

Estos son algunos de los resultados de un sondeo Ipsos-Telemundo realizado entre Febrero 11 y Marzo 7 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 Omnibus 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. Para esta encuesta, los encuestados tuvieron la opción de ser entrevistados en inglés o en español.



Los resultados entre la población general de los Estados Unidos, están basados en una encuesta realizada por Ipsos en nombre de McClatchy Company entre el 26 y el 28 de Febrero de 2010 a una muestra representativa a nivel nacional de exactamente 1,076 adultos de 18 años de edad en adelante, seleccionados de manera aleatoria en los Estados Unidos. Con una muestra de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de $\pm 2,99$ 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, ómnibus, 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.