



Ipsos Public Affairs

Crisis Económica Hace que la Mayoría de los Hispanos Estén Aun Más Inclinados en Proveer Protección Financiera a su Familia

*Necesidad de Tener Mas Información al Respecto es la Razón
Principal para no Hacerlo*



Ipsos Public Affairs

Public Release Date: Mayo 13, 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 es la agencia encuestadora de registro de Thomson Reuters, la principal fuente mundial de información inteligente para empresas y profesionales. Ipsos

Public Affairs es también la encuestadora asociada del Grupo de Comunicaciones Telemundo en la realización de sondeos de opinión entre los Hispanos que habitan en los Estados Unidos.

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/.



Crisis Económica Hace que la Mayoría de los Hispanos Estén Aun Más Inclinados en Proveer Protección Financiera a su Familia

Necesidad de Tener Mas Información al Respecto es la Razón Principal para no Hacerlo

New York, NY – Según una nueva encuesta telefónica de Ipsos Public Affairs realizada para New York Life entre 500 Hispanos mayores de 18 años viviendo en los Estados Unidos, la crisis económica ha hecho que los hispanos estén aun mas deseosos de proveer protección financiera para su familia. Tres cuartos (77%) de los 500 Hispanos entrevistados está de acuerdo con que la crisis económica ha aumentado su deseo de proveer protección financiera a su familia. Más específicamente, cuatro de cada diez (42%) está *totalmente* de acuerdo y 35% *relativamente* de acuerdo, mientras que solo 21% está en algún nivel de desacuerdo.

- Aquellos con ingresos mayores a US\$50,000 (87%) y quienes tienen por lo menos algo de educación universitaria (87%) tienen mayor probabilidad a estar de acuerdo.

Al indagar a cerca de las razones por las cuales no brindan protección financiera adicional para su familia, cerca de uno de cada dos Hispanos reportó que necesita mas información acerca de las formas para hacerlo (47%), seguido de “no tener suficiente dinero para hacerlo” (39%), “no haber pensado sobre eso” (30%), “no confía en los demás en este tipo de asuntos financieros” (20%) y “todavía no se ha decidido a hacerlo” (20%). Por otro lado, uno de cada cinco adultos Hispanos cree que no necesita brindar protección financiera adicional para su familia (21%).

- La encuesta muestra que es más probable que aquellos Hispanos que se sienten mas cómodos comunicándose en español mencionen la necesidad de tener mas información al respecto como la razón principal para no brindar protección financiera adicional para su familia (54% vs. 37% entre quienes se sienten mas cómodos en ingles).
- Quienes que se sienten mas cómodos en español también tienen mayor probabilidad de mencionar no haberlo hecho por no haber pensado acerca de eso (34% vs. 23%).

Si algo llegara a pasarle a la persona que brinda el sustento para la familia, un tercio de los Hispanos reporta que las metas económicas de su familia en el futuro serían financiadas a través de un empleo adicional (36%). Un cuarto (25%) reporta que estas metas económicas del futuro estarían financiadas por medio de un seguro de vida, y uno de cada cinco dice que estarían financiadas a través de los ahorros para jubilación.



- Lógicamente, es más probable que aquellos que se encuentran por debajo de los 55 años de edad mencionen que su familia dependería de que alguien tomará un trabajo adicional (39%) comparado con los mayores de 55 (20%). Mientras que es más probable que los mayores de 55 mencionen que su familia dependería de ahorros para la jubilación (31% vs. 18% entre los menores de 55).
- Por otra parte, la proporción de Hispanos que dice que su familia dependería de seguros de vida es similar entre ambos grupos de edad (26% de los menores de 55 años y 25% de los que tienen 55 años o más).

Al comparar esta encuesta con una encuesta realizada por internet por Ipsos Public Affairs para New York Life en Agosto de 2009 entre 1,105 adultos mayores de 18 años de la *población general* (de todos los orígenes étnicos), se observa que las opiniones de los Hispanos reflejan la opinión de todos los adultos de los Estados Unidos con respecto al impacto de la crisis económica en su deseo de proveer protección financiera para sus familias. Entre la población general de adultos (mayores de 18 años) de los Estados Unidos, 85% está de acuerdo en que la crisis económica a aumentado su deseo de proveer protección financiera para su familia, mientras que en la nueva encuesta, 77% de los hispanos esta de acuerdo.

Estos son algunos de los resultados de un sondeo de Ipsos 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 de la encuesta entre la población general están basados en un sondeo de Ipsos realizado entre Agosto 24 y Agosto 27 de 2009. Para la encuesta, una muestra nacional de 1,105 adultos de 18 años en adelante del panel online de Ipsos fueron entrevistados por internet.

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.

###

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 2009, Ipsos tuvo un ingreso global de € 943.7 millones (USD \$ 1.32 mil millones). Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.