

MIGRACIÓN



EL CONFLICTO EN MEDIO ORIENTE: ¿CÓMO LO VEN LOS MEXICANOS?

ENCUESTA NACIONAL
11-15/OCT/23

CARLOS PENNA CHAROLET

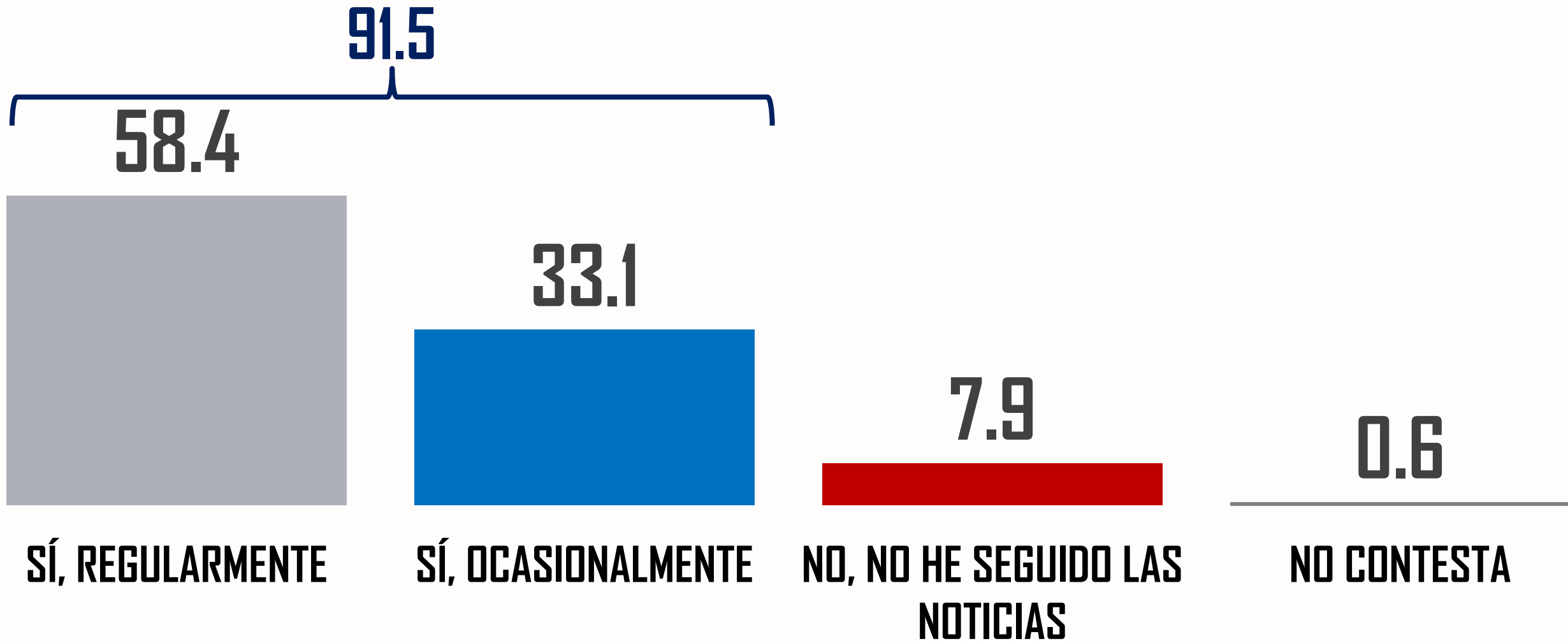
DIRECTOR GENERAL | 

1. **Conocimiento sobre el conflicto:** Un 14% de los encuestados indicó tener un conocimiento profundo del conflicto, mientras que un 35% dijo saber algo, un 29% poco y un 17% nada al respecto.
2. **Razón principal del conflicto:** La mayoría (51%) considera que la disputa territorial es la principal razón del conflicto entre Israel y HAMAS. Mientras que el 22% piensa que son diferencias religiosas y solo un 10% ve la política como el principal motivo.
3. **Solución pacífica:** Casi la mitad (49%) cree que hay una solución pacífica posible para el conflicto, pero un 33% no cree en una solución pacífica y el 18% no tiene una opinión definida.
4. **Rol de organismos internacionales:** Una gran mayoría (77%) cree que organismos como las Naciones Unidas deberían mediar activamente en la resolución del conflicto.
5. **Papel de México en el conflicto:** El 64% opina que México debería tomar una postura neutral en la resolución del conflicto, mientras que el 22% cree que debería mediar activamente.
6. **Seguimiento de las noticias:** El 58% ha seguido regularmente las noticias sobre el conflicto y un 33% ocasionalmente.
7. **Resolución duradera del conflicto:** La mayor proporción (47%) considera que negociaciones directas entre Israel y HAMAS contribuirían más a una resolución duradera.
8. **Posición justa y legítima:** El 32% cree que ambas partes tienen razón en ciertos aspectos, seguido de un 21% que cree que es Israel y un 20% que considera que es HAMAS.
9. **Postura oficial de México:** Un 79% opina que México debería mantenerse neutral en este conflicto.
10. **Postura del presidente AMLO:** El 78% está de acuerdo con la postura neutral del presidente AMLO ante el conflicto.
11. **Crítica de la Embajada de Israel:** El 75% está al tanto de la crítica de la Embajada de Israel a la postura de México.
12. **Reacción al pronunciamiento del presidente:** El 73% no está de acuerdo con la postura de Israel de que no apoyar a su país es como si México apoyara a los terroristas de Hamas.
13. **En cuanto a las razones principales:** detrás de la postura de México en el conflicto de Gaza, el 51% cree que se debe a la no intervención en asuntos extranjeros, mientras que un 27% opina que es por la búsqueda de la paz.
14. **México no debe meterse:** Un 73% de los encuestados cree que México no debería tomar una postura más enérgica en el conflicto de Gaza.
15. **México debe informar:** Respecto a si el gobierno mexicano debería hacer un esfuerzo adicional para informar al público sobre su postura en el conflicto, el 54% opina que no es necesario, mientras que un 35% cree que sí debería hacerlo.
16. **El gobierno actuó rápido:** Al abordar la reacción del gobierno mexicano ante la situación de los mexicanos atrapados en el conflicto, un 78% considera que el gobierno reaccionó rápido, mientras que solo un 16% piensan que el 14% de los encuestados indicó tener un conocimiento de que reaccionó lento.



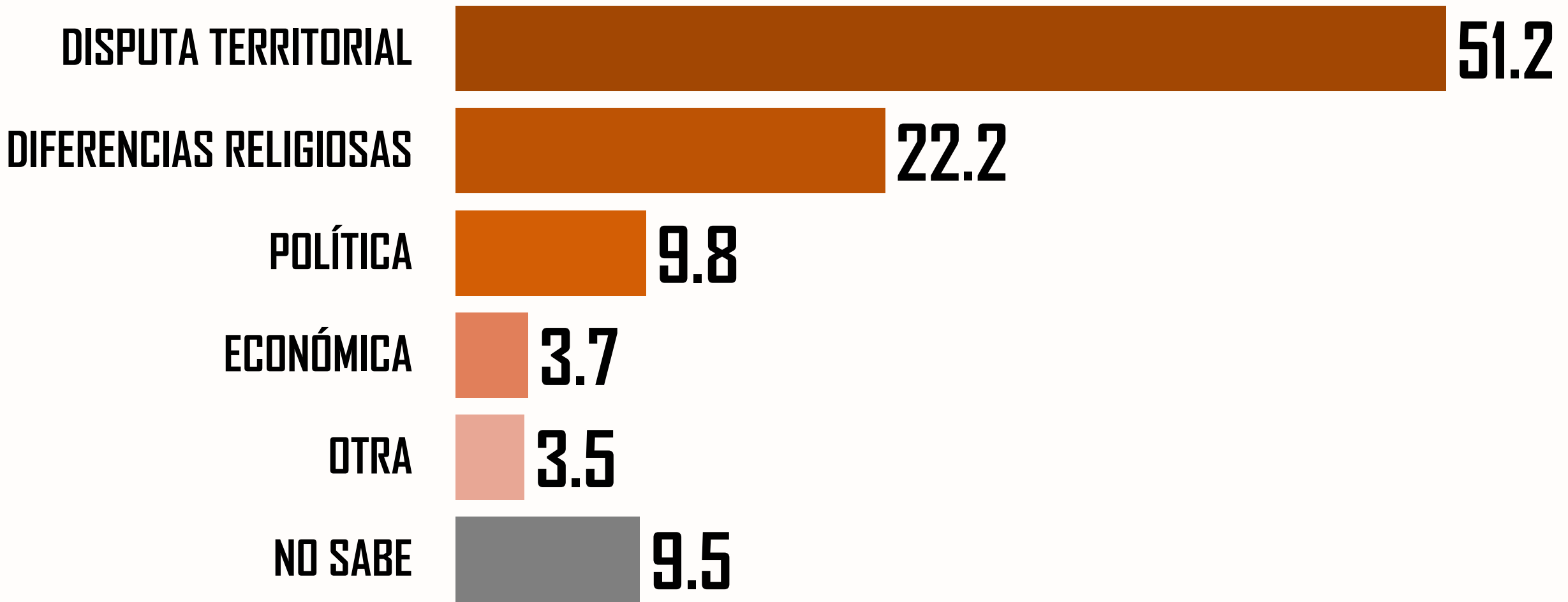
ATENCIÓN DEL MEXICANO AL CONFLITCO

¿HA SEGUIDO USTED LAS NOTICIAS SOBRE LOS RECIENTES ACONTECIMIENTOS EN LA GUERRA ENTRE ISRAEL Y EL GRUPO TERRORISTA HAMAS?



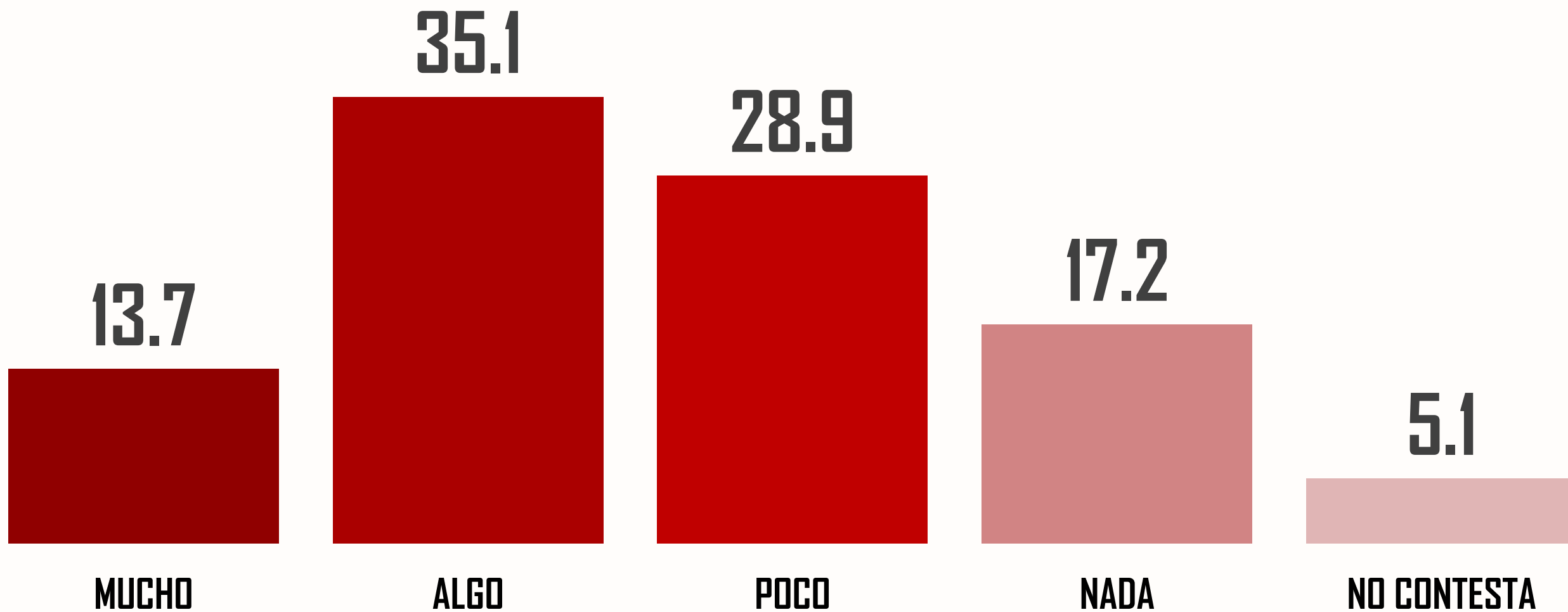
LAS RAZONES DLA GUERRA SEGÚN LOS MEXICANOS

¿CUÁL CREE USTED QUE ES LA RAZÓN PRINCIPAL DE LA GUERRA ENTRE ISRAEL Y EL GRUPO TERRORISTA HAMAS?



LA GUERRA, ¿AFECTA A MÉXICO?

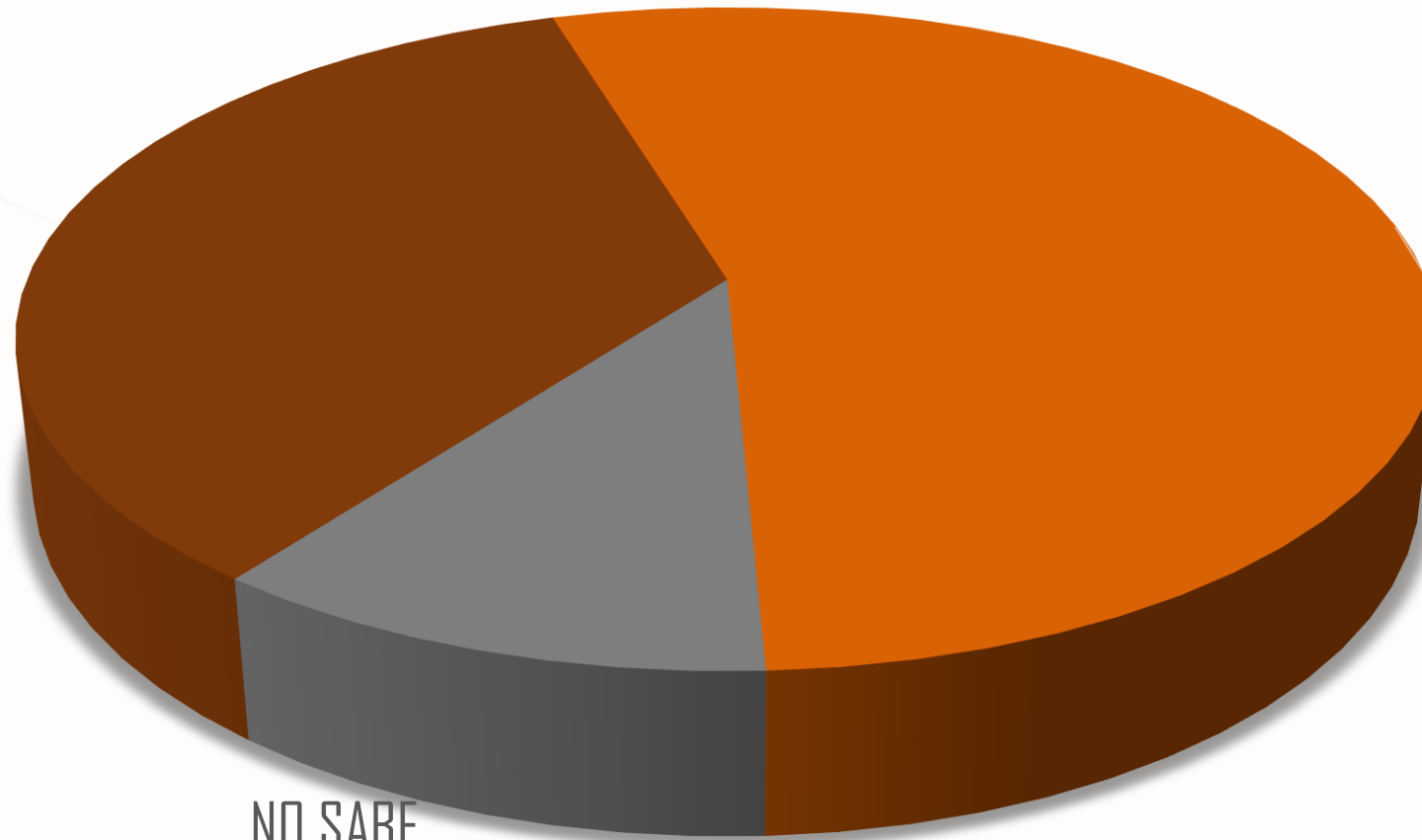
EN GENERAL, ¿QUÉ TANTO CREE USTED QUE ESTA GUERRRA AFECTA A MÉXICO?



¿MÁS INFORMACIÓN?

¿CREE USTED QUE EL GOBIERNO MEXICANO DEBERÍA HACER UN ESFUERZO ADICIONAL PARA INFORMAR AL PÚBLICO SOBRE SU POSTURA?

SÍ DEBERÍA
35.0



NO DEBERÍA
54.0

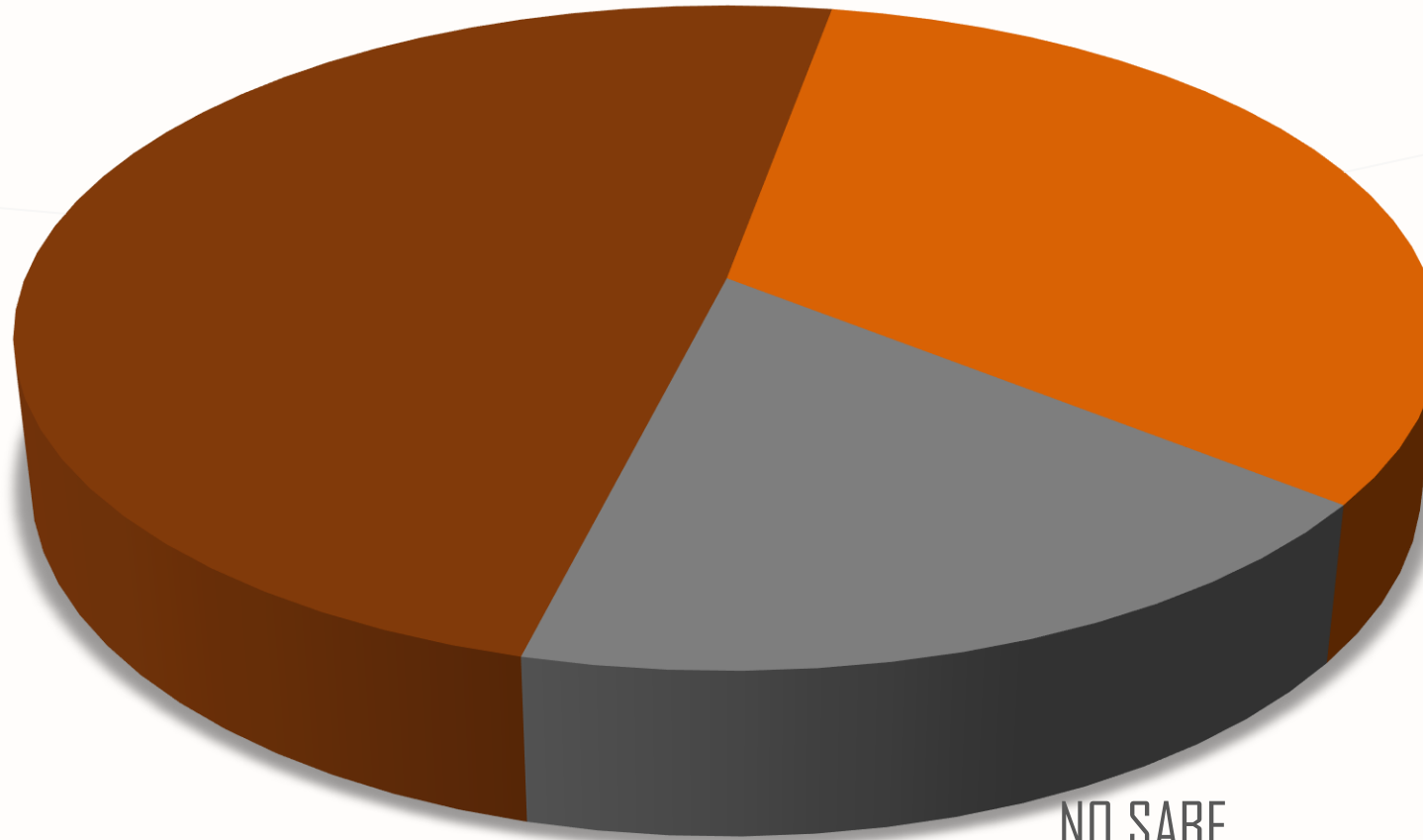
NO SABE
11.0



SOLUCIÓN PACÍFICA

¿CREE USTED QUE HAY SOLUCIÓN PACÍFICA POSIBLE PARA ESTA GUERRA?

SÍ HAY
SOLUCIÓN
PACÍFICA
48.9



NO HAY
SOLUCIÓN
PACÍFICA
32.9

NO SABE
18.1



¿QUÉ SE REQUIERE PARA UNA RESOLUCIÓN?

EN SU OPINIÓN, ¿QUÉ PODRÍA CONTRIBUIR MÁS A UNA RESOLUCIÓN DURADERA?

**NEGOCIACIONES DIRECTAS
ENTRE ISRAEL Y HAMAS**

46.9

**PARTICIPACIÓN DE
MEDIADORES NEUTRALES**

28.6

**MAYOR PRESIÓN
INTERNACIONAL**

12.8

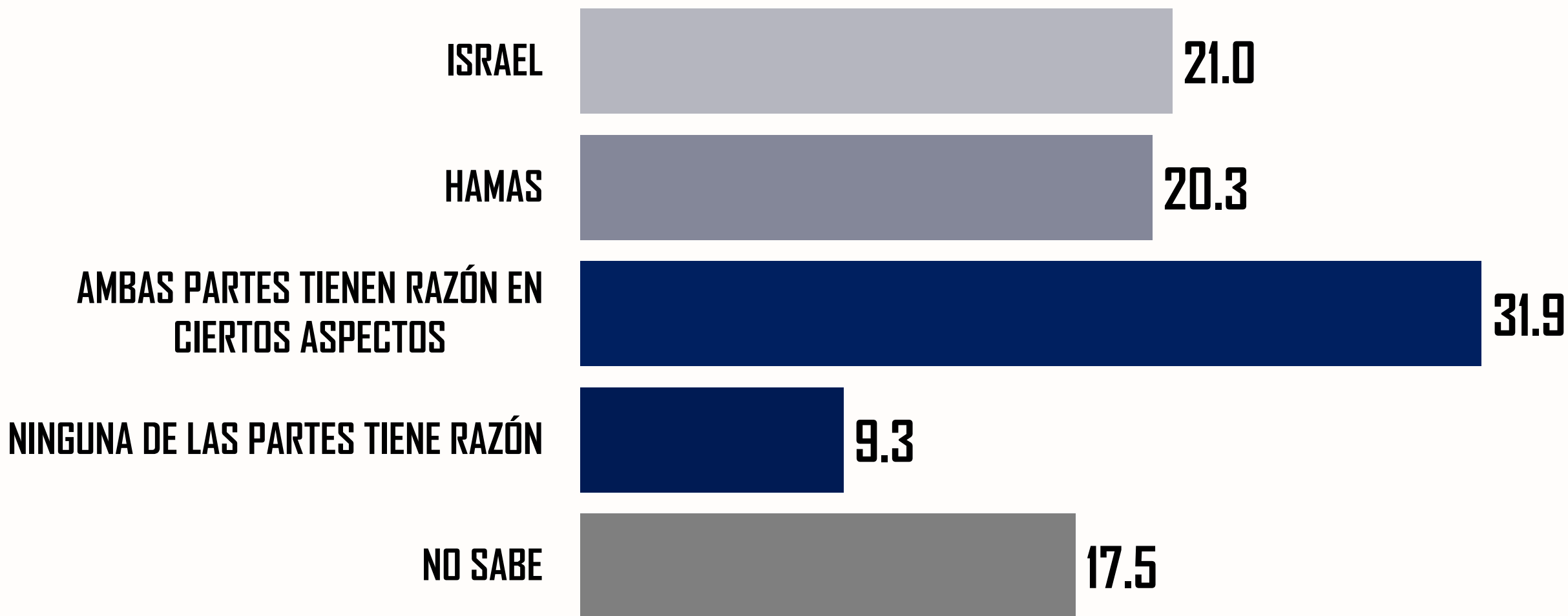
NO SABE

11.8



¿A QUIÉN LE DAN LA RAZÓN LOS MEXICANOS?

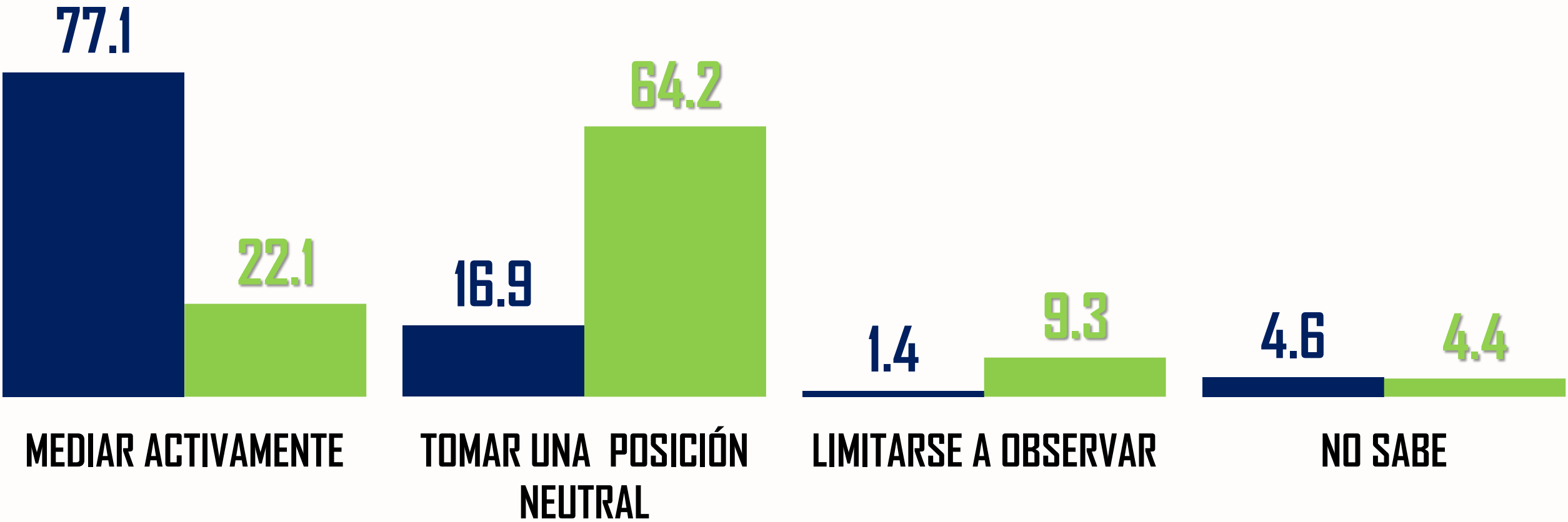
¿CUÁL TIENE UNA POSICIÓN MÁS JUSTA Y LEGÍTIMA?



¿QUÉ PAPEL TOMAR ANTE LA GUERRA?

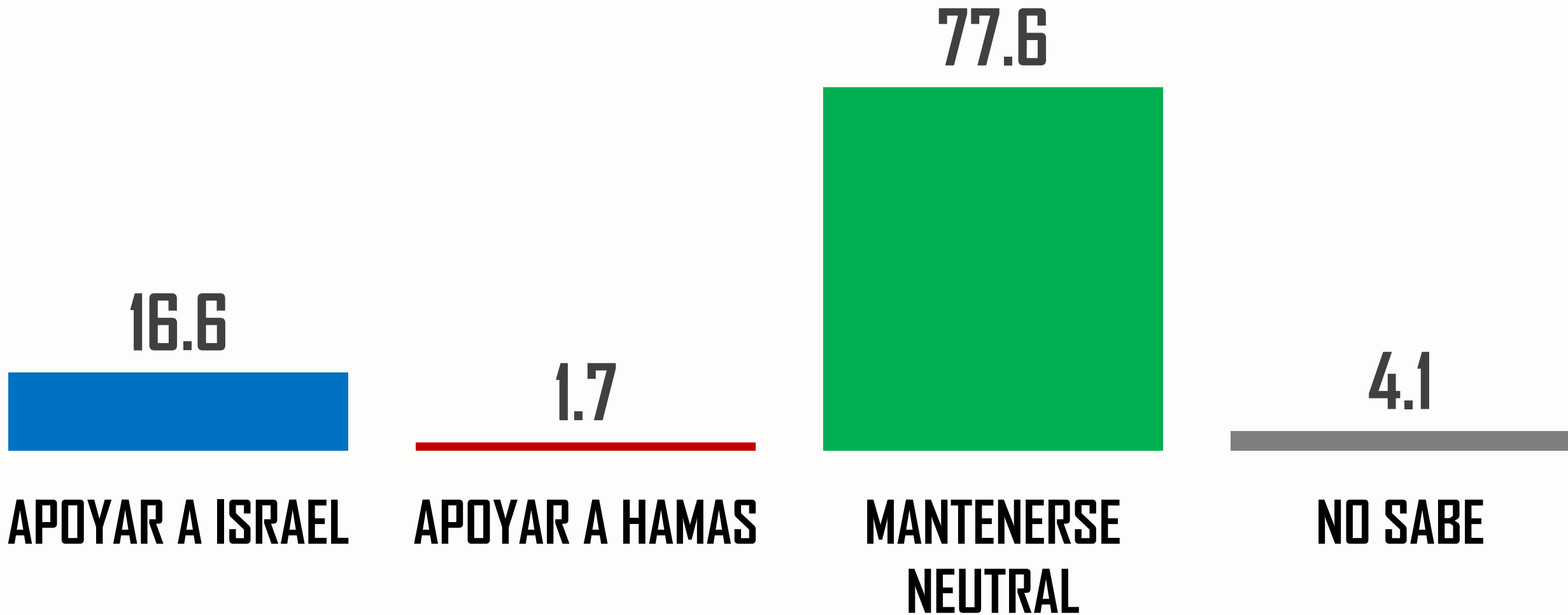
¿QUÉ PAPEL CREE USTED QUE DEBERÍAN DESEMPEÑAR... EN LA RESOLUCIÓN DLA GUERRA?

■ LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES ■ MÉXICO



POSICIÓN OFICIAL DE MÉXICO

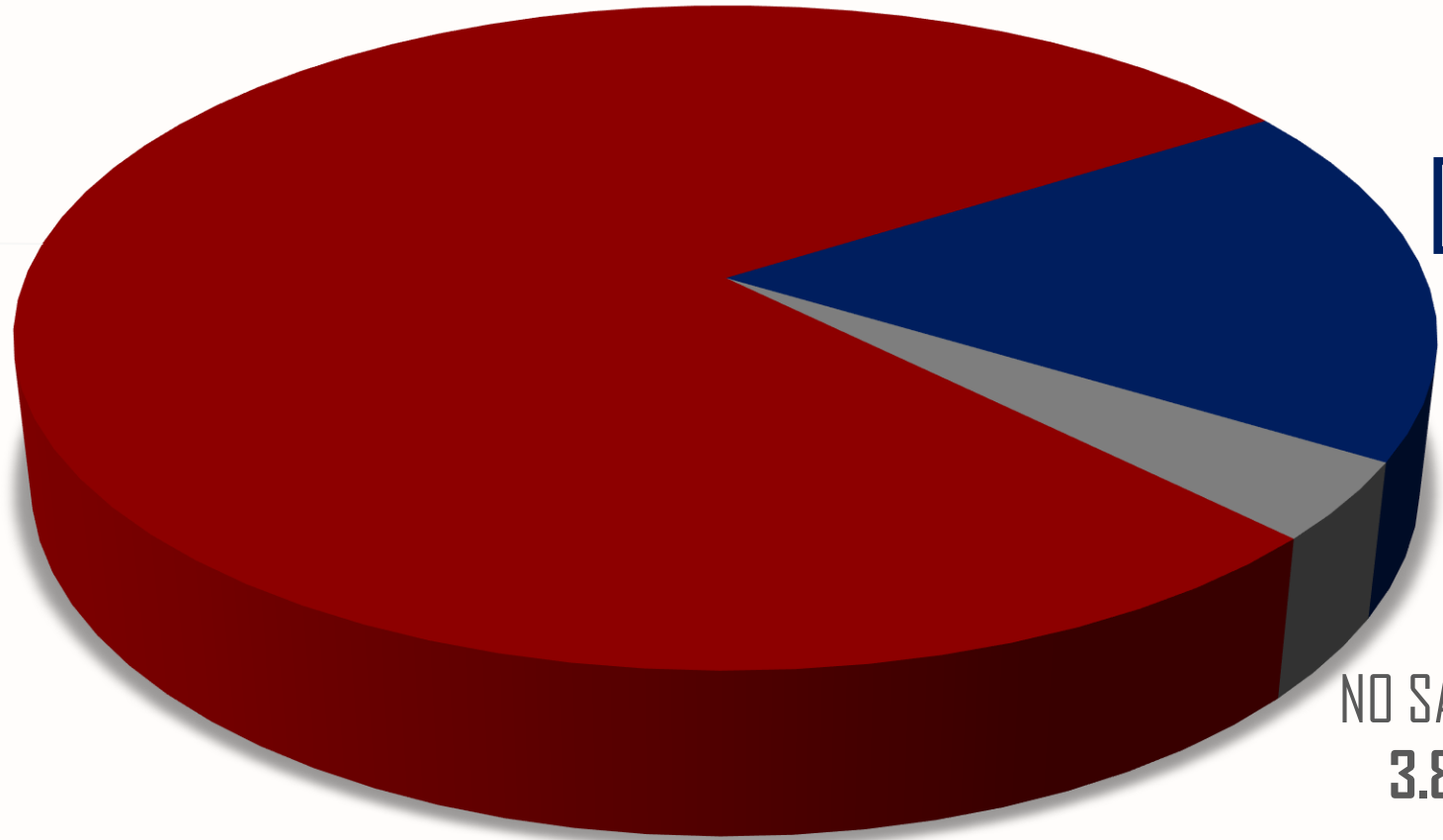
¿CUÁL CONSIDERA USTED QUE DEBE SER LA POSTURA OFICIAL DE MÉXICO ANTE ESTE CONFLICTO?



LA POSICIÓN DEL PRESIDENTE AMLO

EL PRESIDENTE AMLO SE PRONUNCIÓ COMO NEUTRAL ANTE LA GUERRA. ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO O EN DESACUERDO CON ESTA POSTURA?

DE
ACUERDO
78.5



EN
DESACUERDO
17.7

NO SABE
3.8



RAZONES DE LA POSTURA DE MÉXICO ANTE LA GUERRA

¿CUÁL CREE USTED QUE SON LAS RAZONES PRINCIPALES DETRÁS DE LA POSTURA DE MÉXICO EN LA GUERRA?

51.2



**NO INTERVENCIÓN EN
ASUNTOS EXTRANJEROS**

26.6



BÚSQUEDA DE LA PAZ

5.6



PRESIÓN INTERNACIONAL

16.6



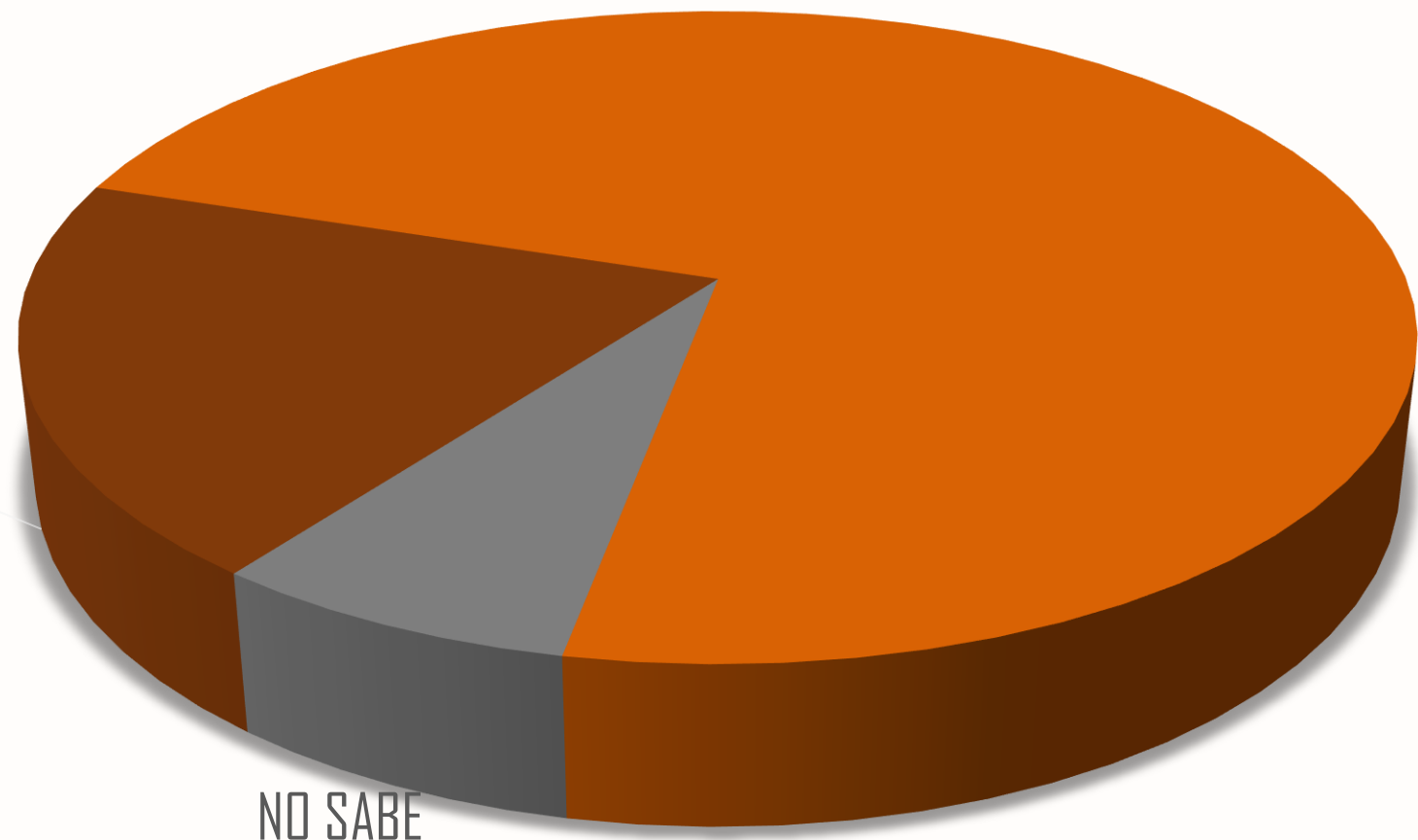
NO SABE



¿MÉXICO DEBE TOMAR UNA POSTURA MÁS ENÉRGICA?

¿CREE USTED QUE MÉXICO DEBERÍA TOMAR UNA POSTURA MÁS ENÉRGICA EN LA GUERRA?

SÍ DEBERÍA
19.7

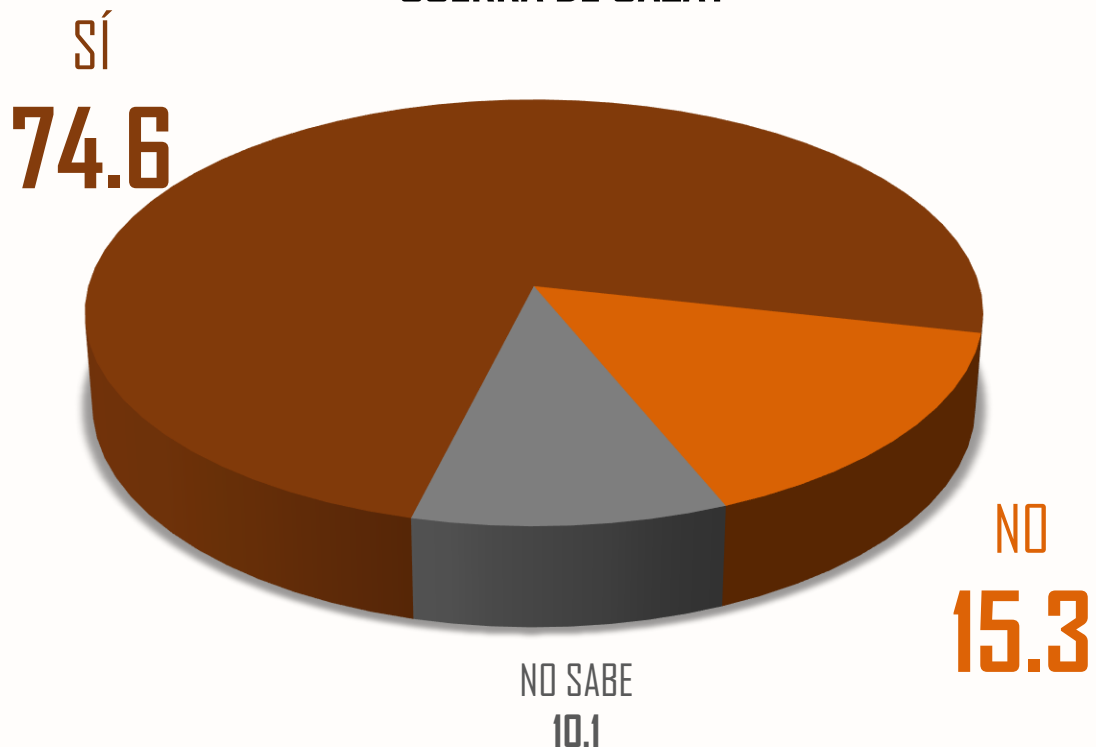


NO DEBERÍA
73.0

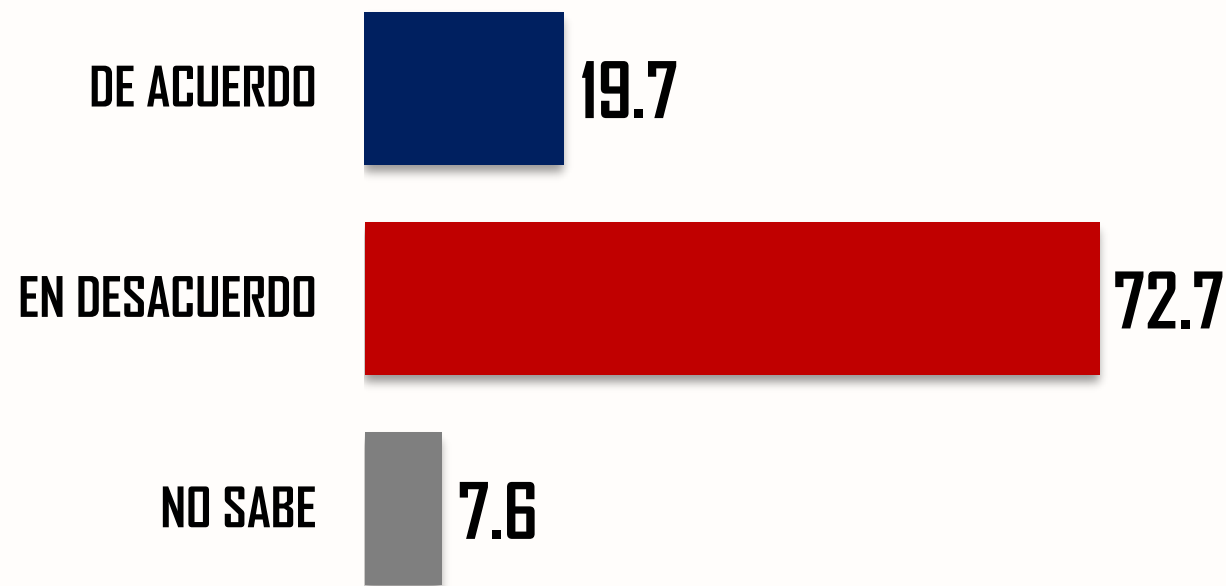
NO SABE
7.3



¿ESTÁ USTED AL TANTO DE LA RECIENTE CRÍTICA DE LA EMBAJADA DE ISRAEL A LA POSTURA DE MÉXICO EN LA GUERRA DE GAZA?



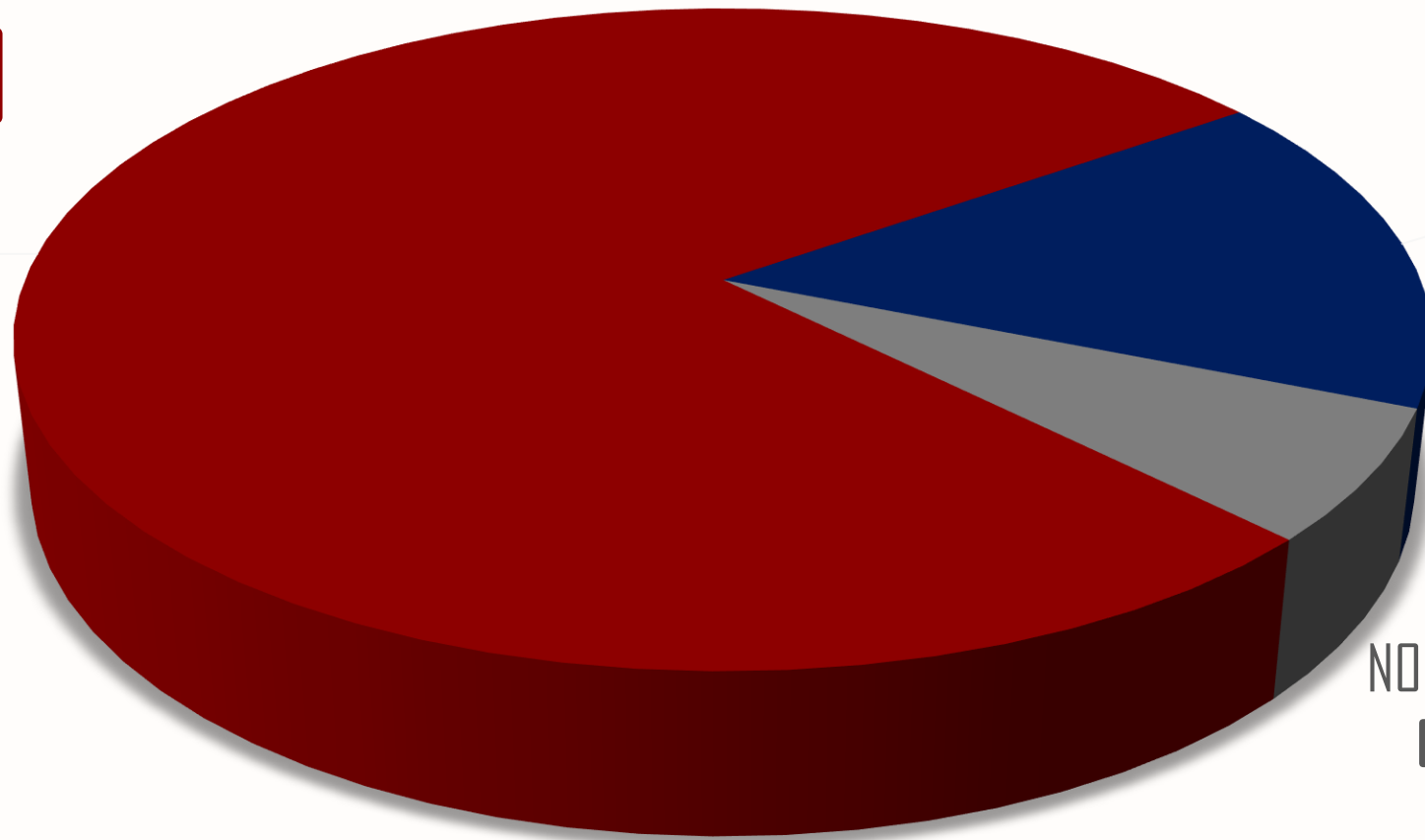
DESPUÉS DEL PRONUNCIAMIENTO DEL PRESIDENTE, ISRAEL CONSIDERÓ QUE NO APOYAR A SU PAÍS ES COMO SI MÉXICO APOYARA A LOS TERRORISTAS DE HAMAS. ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO CON ESA POSTURA POR PARTE DE ISRAEL?



REACCIÓN DEL GOBIERNO PARA AYUDAR A MEXICANOS

¿CÓMO CONSIDERA QUE FUE LA REACCIÓN DEL GOBIERNO DE MÉXICO ANTE LA SITUACIÓN QUE VIVIERON LOS MEXICANOS ATRAPADOS EN LA GUERRA?

REACCIONÓ
RÁPIDO
77.7



REACCIONÓ
LENTO
15.9

NO SABE
6.4



VITRINA METODOLÓGICA

De acuerdo con los requisitos mínimos de divulgación del [Código de Ética y Práctica Profesional de la AAPOR](#), todo investigador de encuestas debe divulgar cada uno de los siguientes elementos (*AAPOR standard disclosure form*) en cualquier informe que sea para divulgación pública, o estar preparado para divulgar esta información con prontitud. Esta METODOLOGÍA además, está APEGADA a los requisitos específicos para publicar sondeos de opinión pública, de la *World Research Codes and Guidelines* (guía [ESOMAR/WAPOR](#) para sondeos de opinión y encuestas publicadas) y al anexo 3 del capítulo VII del Reglamento de Elecciones aprobado en Sesión Extraordinaria del Consejo General, celebrada el 07 de septiembre de 2022, donde el Consejo General del [Instituto Nacional Electoral](#) establece los lineamientos y criterios generales de carácter científico para quienes ordenen, realicen y/o publiquen encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección.

UBICACIÓN DEL ESTUDIO	NACIONAL		POBLACIÓN REPRESENTADA	Mayores de 18 años residentes en la ubicación del estudio con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles			
FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS	11-15/OCT/23	TAMAÑO MUESTRAL	1,200 Casos	TIPO DE MUESTRA	No probabilística	MARGEN DE ERROR MUESTRAL PARA LA MUESTRA TOTAL	N/A
PATROCINADOR Y RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN DEL ESTUDIO	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada Tresearch Número de registro nacional de Proveedor INE: 202202211022934			PROVEEDOR DE ENCUESTAS / RECOPIACIÓN DE DATOS	Grupo RACPEN S.A. de C.V. bajo su marca registrada Tresearch Número de registro nacional de Proveedor INE: 202202211022934		
MODOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS	Estudio multicuotas Self-Selected Sample (SSS) cuantitativo a través de cuestionarios personalizados y estructurados con el sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) para su auto aplicación en línea utilizando el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de los entrevistados estableciendo restricciones para garantizar que sólo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado. Para la recolección de entrevistas los participantes son reclutados utilizando Real Time Bidding (RTB). NO se proporciona incentivos financieros ni de ningún tipo por participar en sus estudios.						
MODELO DE MUESTREO	Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria estratificada de usuarios cuya distribución comporta ciertas desviaciones a la población y donde la probabilidad de autoselección está determinada, entre otras cosas por el tamaño del interés en el estudio y por tanto está calculada de la siguiente manera: $Pr(ies) = Pr(\text{Acceso internet}) * Pr(\text{Exposición a RTB (Real Time Bidding)}) * Pr(\text{selección internet y RTB}) * Pr(\text{Responde estudio selección, internet y RTB}).$						
CALIDAD DEL LEVANTAMIENTO	Se llevan cabo diversos controles de calidad, a cada entrevistado se le asigna una identificación única para rastrear su participación. Usamos "huellas digitales" como correo electrónico, teléfono celular, geolocalización, cookies ID e IP para garantizar que la persona que se busca sea quien responda y que no realice un estudio más de una vez. Además, el conjunto de controles de calidad evita la duplicación fraudulenta de diferentes dispositivos. Entre estos controles se emplean técnicas de "Real Answer" que identifica respuestas sospechosas o duplicadas a preguntas específicas aunado a tener controles de tiempo y tipo de cuota (segmento) por hora y recopilador (link) y controles para evitar la presencia de robots o ataques de grupos organizados, para lo cual se generan accesos distintos a cada cuota, siendo modificados cada hora, desechando las repuestas sin cumplir características de diseño, cuota y hora, generando alarmas en el subconjunto diseñado para parar el segmento específico y renovar automáticamente claves y accesos.						
ESTIMACIÓN DE PROBABILIDAD	Se utilizó el enfoque de la cuasi aleatorización, ya que en los estudios no probabilísticos no se tiene control de las probabilidades por lo que se tienen que estimar calculando las probabilidades de pseudoinclusión para cada individuo en muestra no probabilística y usando ese cálculo para corregir el sesgo de selección. Dadas las estimaciones de las pseudoprobabilidades sus inversas se utilizan como ponderaciones, tal y como se hace en el muestreo probabilístico. Combinando una muestra probabilística de referencia con una no probabilística, las probabilidades de pseudoinclusión para los casos de la muestra no probabilística se estiman por un modelo de regresión logística binaria CART o por bosques aleatorios (Practical Tools for Designing and Weighting Survey Samples Richard Valliant, Springer (2016), pp. 620-620.). Para esto, se usaron las bases de la Encuesta Intercensal del INEGI, 2020. Misma que sería la muestra probabilística de referencia.						
PONDERACIÓN Y CALIBRACIÓN	(Eliminando Sesgos) Los resultados NO SON FRECUENCIAS SIMPLES , sino estimaciones basadas en la post-estratificación de la muestra calculado sobre factores de expansión de acuerdo con cuatro variables demográficas (población, sexo, edad y escolaridad) obtenidas del último censo público; además de las últimas votaciones disponibles proporcionadas por los organismos oficiales en el país, así como, a ciertas variables de actitud y comportamiento como disponibilidad de teléfono fijo o religión que profesa.						
PROCESAMIENTO	La información de las respuestas se almacena en servidores alojados en EUA en formato .SAV para al término del levantamiento ser descargada y pasada por filtros de congruencia interna de cada registro para después ser ponderada, procesada y tabulada por factores de expansión de acuerdo a la ponderación y calibración determinada utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS®) y Tableau Software®, Flourish® y Microsoft Office® para la tabulación y graficado de los datos.						

| www.TRResearch.Mx | MOBILE SURVEY | 1,200 personas mayores de 18 años



VITRINA METODOLÓGICA

¿QUÉ EMPRESA ENCUESTADORA REALIZÓ LA ENCUESTA?

TRESEARCH, fundada en 2017 es una de las primeras compañías en implementar la metodología de muestreo Active Sampling vía Real Time Bidding que sin duda se considerará el estándar online. Con sus raíces en la metodología de captura de datos, TRESEARCH es de los pocos proveedores que ofrece muestras en línea en toda la gama de modos, incluido el basado en direcciones, correos electrónicos, geolocalizaciones, actitudes, gustos, actividades, intereses, etc. Por lo tanto, TRESEARCH está en una posición única para recomendar la mejor metodología para cada proyecto de investigación. TRESEARCH ofrece el alcance más amplio en muestras globales disponibles, así como también servicios globales de recolección de datos en línea. Actualmente TRESEARCH se asocia con agencias de investigación para realizar estudios de diversos tipos diariamente. La experiencia profunda en obtención de muestras y obtención de datos permite que TRESEARCH proporcione asesoría para cada etapa del proceso, incluida la metodología de muestra, el diseño del cuestionario, los métodos de contacto y las posibles recompensas según el tipo de proyecto, asegurando que la muestra **NO SEA AUTOSELECTIVA**, sino que las personas seleccionadas adecuadamente completen el cuestionario cuidadosamente y con atención. TRESEARCH tiene experiencia con medios de comunicación además de contar con clientes como gobiernos, universidades, empresas, consultoras, agencias de publicidad e investigación y marcas globales. TRESEARCH proporciona muestras en diversos países de latinoamerica, tiene cobertura en todo América con personal fluido en idioma inglés y español. TRESEARCH opera en una única plataforma tecnológica integrada que simplifica la entrega de datos, productos y servicios sin importar cuán complejo sea el proyecto o desde qué parte del mundo se nos contrate. TRESEARCH se adhiere a los más altos estándares de ciencia de muestreo en cada aspecto de cada proyecto. TRESEARCH patrocina investigaciones permanentes que revelan conocimientos críticos para mejorar el muestreo y el diseño de los estudios.

¿CUÁL ES LA FUENTE DE SU MUESTRA PARA ESTA ENCUESTA Y CON QUÉ MÉTODO FUERON LOS ENCUESTADOS?

La construcción de las muestras estándar de TRESEARCH son basadas en Active Sampling con base en estudios de acceso, listas de marketing directo, bases de datos, redes sociales e intercepción web con ayuda de RTB (Real Time Bidding). Las muestras TRESEARCH están construidas con las fuentes de mayor grado. Hacemos hincapié en una experiencia positiva de los participantes para generar datos de alta calidad, altas tasas de finalización y una amplia viabilidad, incluso para poblaciones objetivo-desafiantes. Utilizamos el modelo de Muestreo Multicuotas Propensity Weighting que hace énfasis en la calidad de la muestra más que en la cantidad de los entrevistados estableciendo restricciones para garantizar que sólo se permita a las personas requeridas participar en cada conglomerado.

Número de registro nacional de Proveedor INE: 202202211022934



MIEMBRO



Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos . ALA CoP

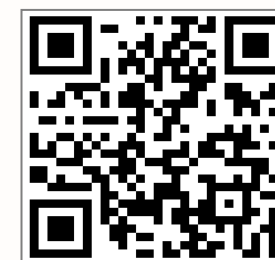
ALaCoP



Colegio de Investigadores de Mercados y Opinión



GreenBook
BLOG



ÚNETE AL CANAL DE WHATSAPP Y RECIBE ESTADÍSTICAS Y ENCUESTAS DIARIAS

(Pulsa el ícono para unirte)

