



Instituto de Mercadotecnia y Opinión
Institute of Marketing and Opinion

Comparativo Mundial

33 países opinan sobre el tema de

“IDENTIDAD NACIONAL”



ISSP

En el marco del Programa Internacional
de Encuestas Sociales, ISSP

Julio-Agosto de 2015

www.imocorp.com.mx

Comparativo multinacional de 33 países del ISSP sobre “Identidad Nacional”

Universo de estudio	Población de 18 años o más de cada uno de los 33 países que realizaron la encuesta y que pertenecen al Programa Internacional de Encuestas Sociales (ISSP)
Fecha de aplicación de la encuesta	Enero a Diciembre de 2014

Tamaño de la muestra:

País	Casos	País	Casos	País	Casos
Bélgica	2,202	India	1,530	Eslovaquia	1,156
Taiwán	1,952	Irlanda	1,215	Eslovenia	1,010
Croacia	1,000	Israel	1,204	Sudáfrica	2,739
República Checa	1,909	Japón	1,234	España	1,225
Dinamarca	1,325	Corea del Sur	1,294	Suecia	1,090
Estonia	1,009	Letonia	1,000	Suiza	1,237
Finlandia	1,243	Lituania	1,194	Turquía	1,666
Francia	2,017	México	1,062	Gran Bretaña	904
Alemania	1,717	Noruega	1,585	Estados Unidos	1,274
Georgia	1,498	Filipinas	1,200	Conjunto Global	45,297
Hungría	1,007	Portugal	1,001		
Islandia	1,082	Rusia	1,516		

RESPALDO INTERNACIONAL: IMO, ÚNICO Representante de México en el Programa Internacional de Encuestas Sociales (ISSP) que agrupa a 49 países (www.issp.org), *Asamblea Anual ISSP 2015, Ciudad del Cabo, Sudáfrica*

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DEL IMO: César Morones

DATOS IMO: Teléfono GDL 01 (33) 3673 7140

 www.imocorp.com.mx
 www.facebook.com/imo.encuestas
 @IMO_MEXICO



International Social Survey Programme

¿Cuánto está usted de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Las grandes empresas internacionales están haciendo más y más daño a las empresas locales en mi propio país



Comparativo multinacional de 33 países del ISSP sobre “Identidad Nacional”

N	País	Totalmente de acuerdo / De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo / Totalmente en desacuerdo	Total
1	Francia	78%	14%	8%	100%
2	India	78%	14%	9%	100%
3	Portugal	75%	12%	13%	100%
4	Turquía	74%	17%	8%	100%
5	República Checa	74%	18%	8%	100%
6	México	73%	18%	9%	100%
7	Bélgica	68%	21%	10%	100%
8	Croacia	68%	22%	11%	100%
9	España	67%	17%	17%	100%
10	Estados Unidos	65%	22%	12%	100%
11	Eslovaquia	65%	24%	12%	100%
12	Sudáfrica	64%	18%	18%	100%
13	Letonia	64%	21%	15%	100%
14	Rusia	62%	25%	12%	100%
15	Finlandia	60%	22%	18%	100%
16	Hungría	59%	28%	13%	100%
17	Georgia	59%	20%	22%	100%
18	Gran Bretaña	59%	30%	12%	100%
19	Eslovenia	56%	23%	21%	100%
20	Taiwán	52%	19%	29%	100%
21	Lituania	51%	27%	22%	100%
22	Suiza	50%	25%	25%	100%
23	Filipinas	49%	24%	27%	100%
24	Alemania	49%	29%	23%	100%
25	Estonia	46%	32%	23%	100%
26	Corea del Sur	43%	35%	22%	100%
27	Japón	43%	38%	19%	100%
28	Dinamarca	41%	29%	30%	100%
29	Israel	40%	33%	27%	100%
30	Noruega	38%	38%	23%	100%
31	Suecia	38%	39%	24%	100%
32	Irlanda	35%	27%	38%	100%
33	Islandia	20%	48%	32%	100%
	Resultado Global	58%	24%	18%	100%



www.imocorp.com.mx



www.facebook.com/imo.encuestas



@IMO_MEXICO



International Social Survey Programme



Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO)

IMO: Único Representante de México en el ISSP desde el año 2000
y miembro de la Asociación Mundial de Investigación de la
Opinión Pública (WAPOR) a partir de 2009

Lugares sede de las 7 más recientes asambleas del ISSP

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Viena, Austria	Lisboa, Portugal	Pto. Vallarta, Jalisco, México	Cavtat, Croacia	Santiago de Chile, Chile	Tampere, Finlandia	Ciudad del Cabo, Sudáfrica



<http://www.unl.edu/wapor>

<http://www.issp.org>

49 Países miembros del Programa Internacional de Encuestas Sociales (ISSP), Ciudad del Cabo, Sudáfrica Abril 2015

Alemania: GESIS - Leibniz Institute for the Social Sciences; **Argentina:** Centro de Estudios de Opinión Pública de la Universidad de Buenos Aires; **Australia:** Australian Demographic and Social Research Institute, The Australian National University (ANU); **Austria:** Institute of Sociology, University of Graz; **Bélgica:** Research Centre of the Flemish Government, Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique; **Bulgaria:** The Agency for Social Analyses (ASA); **Canadá:** School of Journalism and Communication, Carleton University; **Chile:** Centro de Estudios Públicos; **China:** Institute for Empirical Social Science Research, Xi'an Jiaotong University, Department of Sociology, Renmin University of China; **Corea del Sur:** Survey Research Center, Sungkyunkwan University; **Croacia:** Institute for social research; **Dinamarca:** Department of Economics, Politics, and Public Administration, Aalborg University; **Eslovaquia:** The Institute for Sociology of the Slovak Academy of Sciences; **Eslovenia:** Public Opinion and Mass Communications Research Centre, Faculty for Social Sciences of the University of Ljubljana; **España:** Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Análisis Sociológicos, Económicos y Políticos (ASEP); **Estados Unidos de Norte America:** National Opinion Research Center, University of Chicago; **Estonia:** Tallinn University; **Filipinas:** Social Weather Stations (SWS); **Finlandia:** Department of Social Research, University of Tampere, Statistics Finland, Survey Organisation, Finnish Social Science Data Archive; **Francia:** FRANCE-ISSP Association (French National Center for Scientific Research (CNRS), National Foundation for Political Science (FNPS), Research Center for Economics and Statistics (CREST), Centre for the Informationisation of Socio-Political Data (CIDSP), Maurice Halbwachs Center, Quantitative Sociology Laboratory); **Georgia:** Center for Social Sciences; **Gran Bretaña:** National Centre for Social Research; **Hungría:** TÁRKI RT - Social Research Institute; **India:** Center for Voting Opinion & Trends in Election Research (CVoter); **Irlanda:** Social Science Research Centre (SSRC), University College; **Islandia:** The Social Science Research Institute: University of Iceland; **Israel:** University of Tel Aviv, the B.I. and Lucille Cohen Institute for Public Opinion Research; **Italia:** Department of Social Research, the University of Eastern Piedmont "Amedeo Avogadro"; **Japón:** NHK, Broadcasting Culture Research Institute; **Letonia:** Institute of Philosophy and Sociology, Riga Baltic Data House; **Lituania:** Policy and Public Administration Institute of Kaunas University of Technology; **México:** Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO); **Nueva Zelanda:** The Department of Communication, Journalism & Marketing, Massey University, Faculty of Business Studies; **Noruega:** Norwegian Social Science Data Services (NSD); **Países Bajos:** Faculty of Social Sciences, Vrije Universiteit; **Palestina:** Jerusalem Media and Communication Centre (JMCC); **Polonia:** Institute for Social Studies (ISS), University of Warsaw; **Portugal:** Instituto de Ciências Sociais, University of Lisbon; **República Checa:** Institute of Sociology, Academy of Sciences of the Czech Republic; **Rusia:** The Levada Center; **Sudáfrica:** Human Science Research Council (HSRC); **Suecia:** Department of Sociology, Umeå University; **Suiza:** Swiss Centre of Expertise in Social Sciences (FORS); **Taiwán:** Institute of Sociology and Center for Survey Research, Academia Sinica; **Turquía:** Istanbul Policy Center; **Ucrania:** Kyiv International Institute of sociology (KIVS), Institute of Sociology of National Academy of Sciences of Ukraine (ISNAS); **Uruguay:** Department of Economics, Faculty of Social Sciences, Institute of Statistics, Faculty of Economics and Administration, University of Uruguay; **Venezuela:** Laboratorio de Ciencias Sociales (LACSO).

Priv. Tepatitlán 690 • Col. Nuevo México • CP 45138 • Zapopan, Jalisco
Teléfono: GDL 01 (33) 3673 7140 • www.imocorp.com.mx

