



A UN AÑO DE LA FIRMA DEL ACUERDO NACIONAL POR LA SEGURIDAD, LA JUSTICIA Y LA LEGALIDAD



## ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS

**ADVERTENCIA:** Como toda encuesta de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de ánimo y las percepciones de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser pronósticos, predicciones o vaticinios, todas las preguntas sin excepción son sólo un indicador de la situación presente en el momento de llevar a cabo el levantamiento de las entrevistas, nada garantiza que los resultados del presente informe sea los que prevalezcan a través del tiempo.

Distrito Federal, México • 52 (55) 5543.5969 •  
Aguascalientes, México • 52 (449) 912.7611 •  
San Salvador, El Salvador • 503 2283.88.18 •  
San Antonio, USA • Tel. +1 (210) 541.89.23 •

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** ©. Todos los derechos reservados.

# AGOSTO 2009

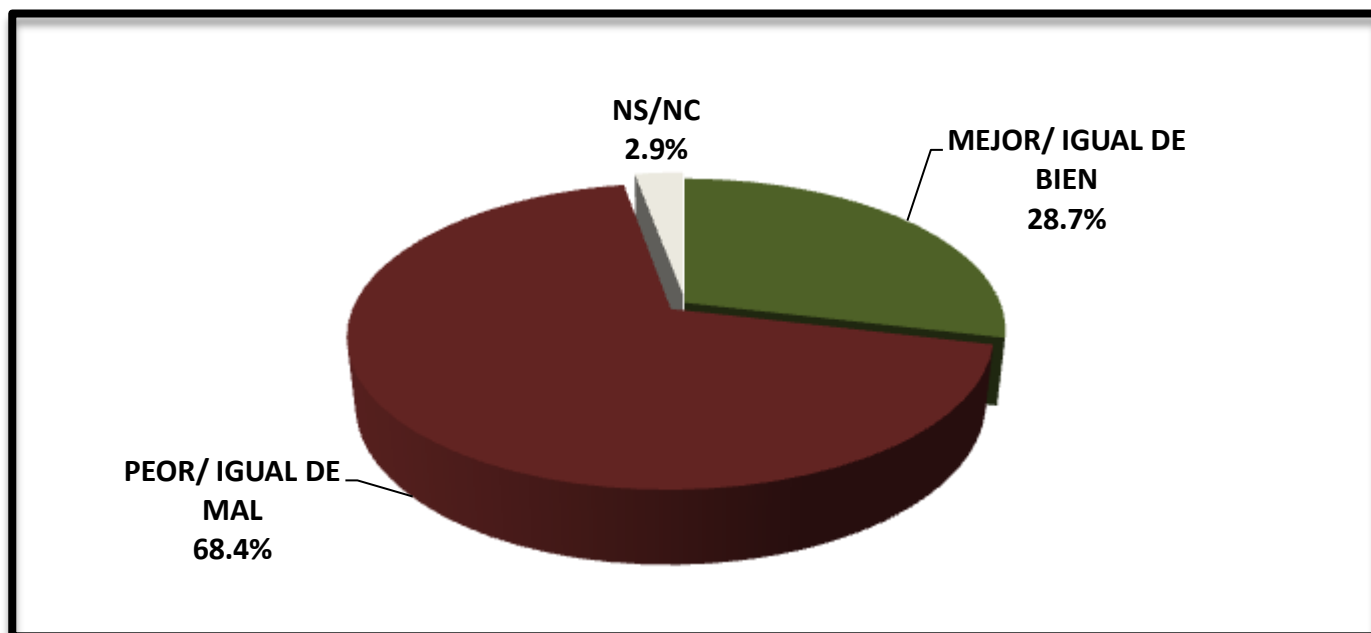
El 21 de agosto de 2008 el Presidente de México, los 31 Gobernadores, el Jefe de Gobierno y otros actores públicos y privados firmaron el Acuerdo Nacional por la Seguridad, la Justicia y la Legalidad (ANSJL) que contempla 74 compromisos con responsable y fechas. De esos compromisos 66 deberán estar cubiertos al cumplirse el primer aniversario.

Por lo pronto, el coraje popular que obligó a las autoridades a firmar el ANSJL es medido como desde hace tiempo lo hacemos por medio de una encuesta en viviendas a 1,000 mexicanos y cuyos resultados se presentan a continuación.

### A. PERCEPCIÓN DE INSEGURIDAD

- ✓ Más de 2 de cada 3 mexicanos consideran que hoy la situación de seguridad pública es peor que la que vivíamos hace un año.

#### ¿CÓMO EVALÚA LA SEGURIDAD PÚBLICA QUE VIVIMOS EN MÉXICO? ¿MEJOR O PEOR A LA QUE TENÍAMOS HACE UN AÑO?



- ✓ Por regiones, el centro y el norte del país son las zonas donde la percepción está más deteriorada, en esas dos regiones 75% y 72% de ciudadanos califican en forma negativa la evolución de la seguridad respectivamente.

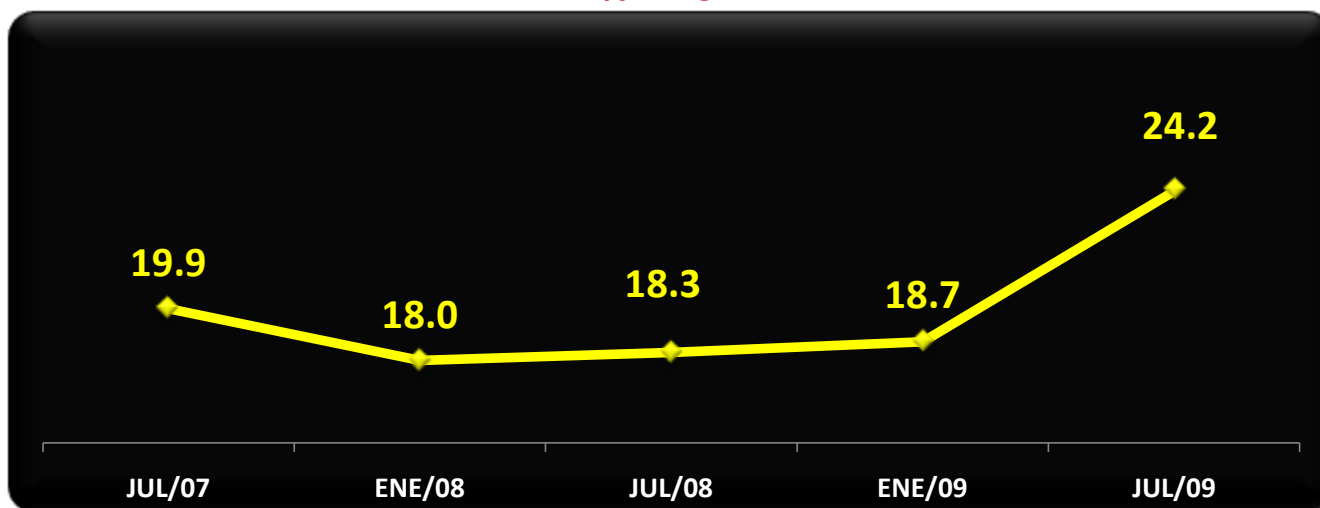
REGIÓN	SEGURIDAD PÚBLICA	
	MEJOR	PEOR
CENTRO	22.0	75.2
NORTE	26.3	71.7
SURESTE	35.2	60.3
BAJÍO	35.4	62.2

\* Al agregar NS/Nc a cada región suma 100%

## B. CERCANÍA CON EL DELITO

- ✓ A un año del momento que motivó la firma del acuerdo y a dos años del inicio de esta serie, el porcentaje nacional de ciudadanos que reportan haber estado cerca de un delito en los últimos 3 meses llega a 24%.

¿USTED O ALGUIEN DE SU FAMILIA HA SIDO VÍCTIMA DE DELITO EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES?  
% DE SÍ



- ✓ En el transcurso del año que estamos reseñando en esta encuesta, los grupos que reportan un mayor incremento en la cercanía con los delitos son los ciudadanos de nivel socioeconómico alto y los del bajío.

¿USTED O ALGUIEN DE SU FAMILIA HA SIDO VÍCTIMA DE DELITO EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES?  
% DE SÍ

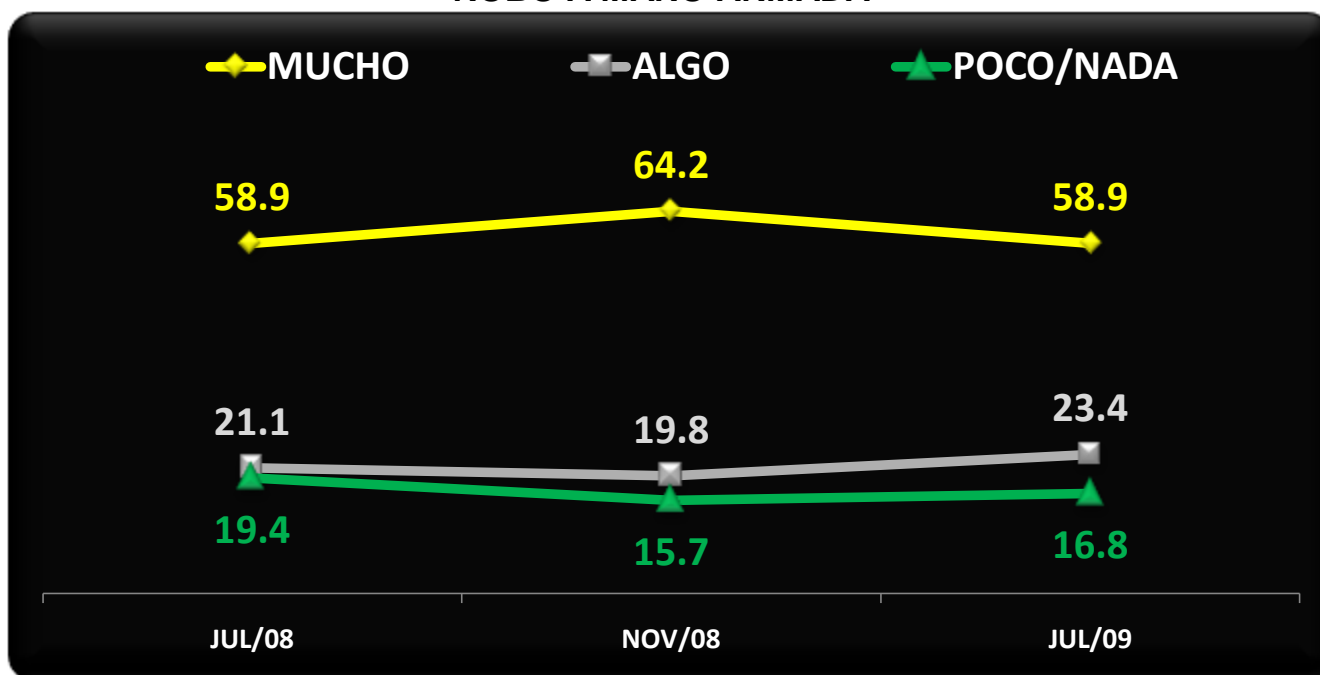
CERCANÍA CON EL DELITO	HACE UN AÑO	HOY	VARIACIÓN PUNTOS PORCENTUALES
	JUL/08	JUL/09	
Alto	24.2	32.4	+8.2
Medio	20.2	23.7	+3.5
Bajo	13.4	18.3	+4.9
Norte	17.8	27.2	+9.4
Bajío	13.7	24.1	+10.4
Centro	27.4	31.0	+3.6
Sureste	10.4	11.8	+1.4
Nacional	18.3	24.2	+5.9

### C. TEMOR AL DELITO

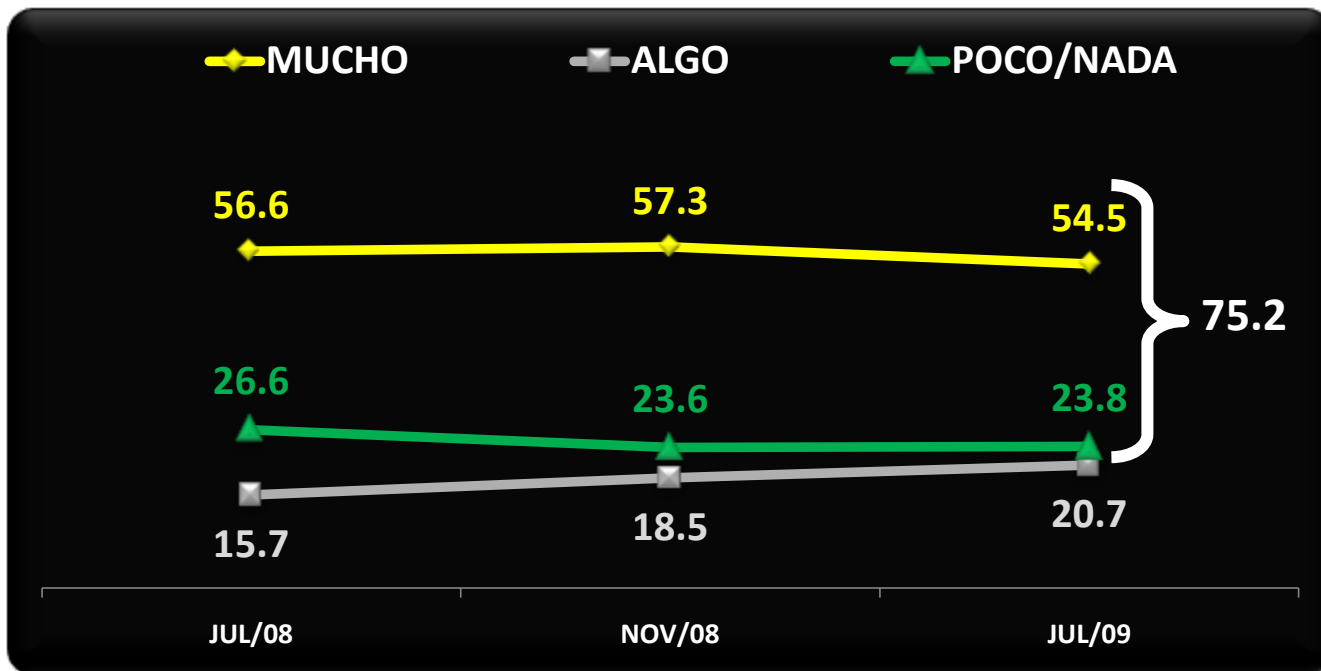
- ✓ Aunque logra una ligera disminución, el porcentaje de mexicanos que viven con “mucho temor” al secuestro sigue siendo muy alto al pasar de 57% a 55% en un año.



### EVOLUCIÓN DEL MIEDO AL ROBO A MANO ARMADA



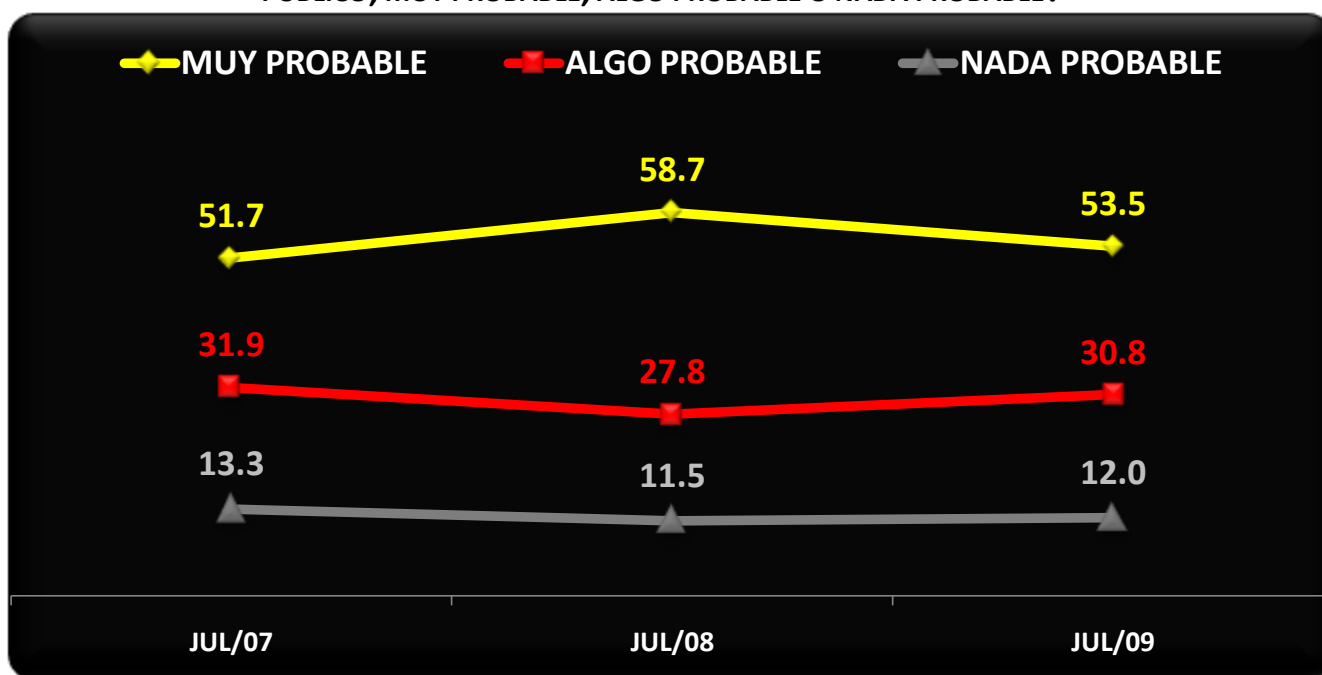
### EVOLUCIÓN DEL MIEDO AL SECUESTRO



## D. PROPENSIÓN A DENUNCIAR

- ✓ Por parte del ciudadano, no se observa una mayor propensión a apoyar o a confiar en la autoridad denunciando un delito como “robo de casa”; el porcentaje que asegura que denunciaría pasó de 59% en julio de 2008 a 54% un año después.

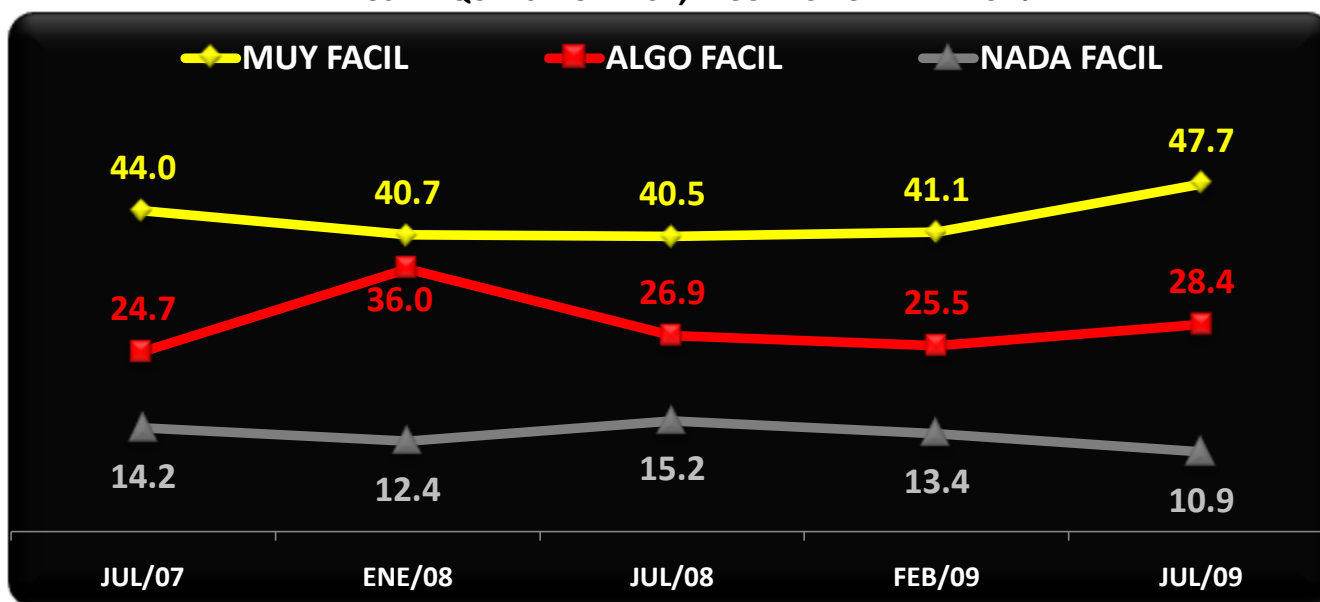
EN CASO DE QUE USTED FUERA VÍCTIMA DE UN DELITO COMO “ROBO DE CASA”  
¿QUÉ TAN PROBABLE ES QUE USTED SE PRESENTE A A REALIZAR UNA DENUNCIA A UN MINISTERIO  
PÚBLICO; MUY PROBABLE, ALGO PROBABLE O NADA PROBABLE?



### E. ACCESO A LA DROGA

- ✓ Donde no encontramos buenas noticias es en la percepción de la facilidad de comprar un cigarro de marihuana en la localidad donde vive cada mexicano, en un año sube de 41% a 48% el porcentaje que dice que es muy fácil.

¿QUÉ TAN FÁCIL ES CONSEGUIR UN CIGARRO DE MARIHUANA;  
DIRÍA USTED QUE ES MUY FÁCIL, ALGO FÁCIL O NADA FÁCIL?



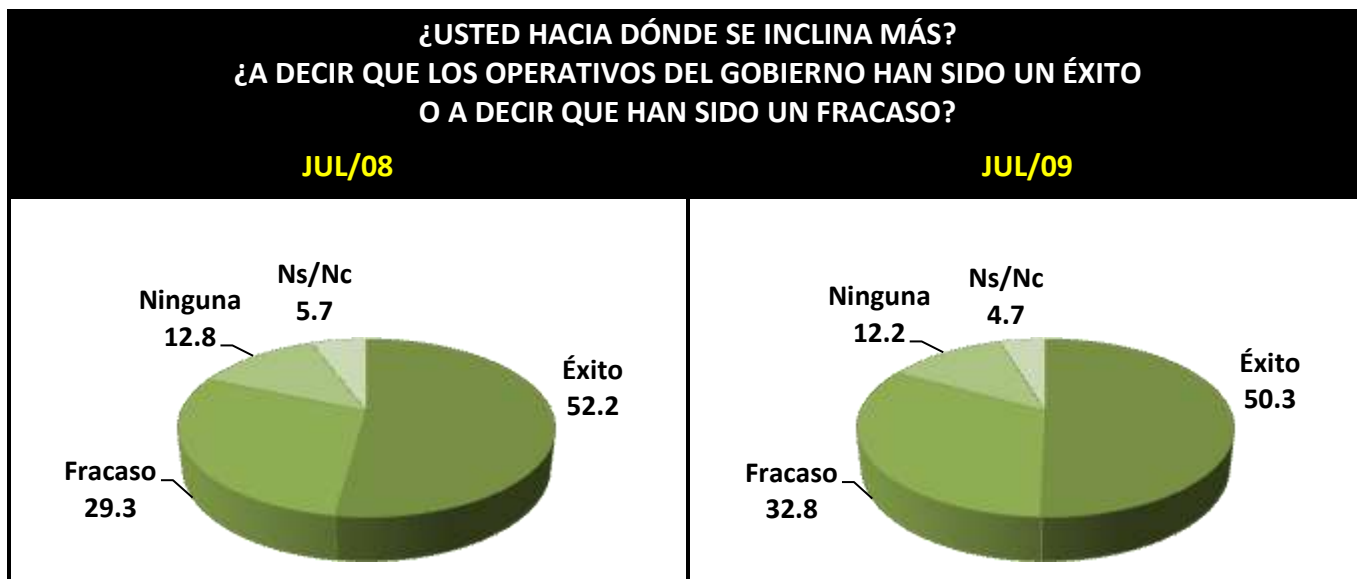
- ✓ La percepción de seguridad y la de acceso a la droga parecen estar muy relacionadas, ya que coincidentemente las zonas donde mayor facilidad de comprar marihuana se percibe son las mismas donde más deterioro de la seguridad sienten sus habitantes: el centro y el norte.

REGIÓN	MUY FÁCIL	ALGO FÁCIL	NADA FÁCIL	Ns/Nc	TOTAL
Norte	50.5	30.1	7.4	12.0	100.0
Bajío	39.8	34.4	10.3	15.4	100.0
Centro de México	54.6	22.8	9.6	13.0	100.0
Sureste	41.4	29.4	16.8	12.4	100.0
<b>NACIONAL</b>	<b>47.7</b>	<b>28.4</b>	<b>10.9</b>	<b>13.0</b>	<b>100.0</b>



## F. OPERATIVOS CONTRA EL NARCOTRÁFICO


- ✓ Aunque con una ligera disminución, los mexicanos seguimos considerando que los operativos del gobierno contra el narcotráfico han sido un éxito; así opina el 50% de los entrevistados y sólo 33% los califican como fracaso.




- ✓ Lo anterior se refleja en la gran mayoría que aún se inclina por solicitar que esos operativos se realicen en la ciudad o localidad donde viven.



## METODOLOGÍA DEL TRACKING POLL ROY CAMPOS

<b>POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO</b>	Mexicanos <b>mayores de 18 años</b> con credencial para votar residentes en el <b>territorio nacional</b> en viviendas particulares.
<b>FECHAS DE LEVANTAMIENTO</b>	22-26 de mayo, 24-28 de junio y 24-28 de julio de 2009
<b>ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA</b>	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) <b>100 secciones electorales</b> en <b>todo el territorio nacional</b> , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
<b>TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<b>3,000 mexicanos</b> mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	El estudio fue llevado a cabo en <b>viviendas particulares</b> a través de entrevistas " <b>cara a cara</b> " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).
<b>DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS</b>	Departamento de diseño y análisis de Información / <b>CONSULTA MITOFSKY</b> .
<b>MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	Los resultados presentados <b>no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión</b> , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
<b>REGIONES EN QUE SE DIVIDIÓ EL PAÍS</b>	<b>Norte-Noreste:</b> Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora. <b>Baño:</b> Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán. <b>Centro de México:</b> Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala. <b>Sureste:</b> Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán.
<b>ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES</b>	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos <b>95</b> de cada <b>100</b> veces, el error no sobrepasa el <b>±3.1 por ciento</b> . En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.
	<b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una de las <b>primeras empresas en México</b> en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que <b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una empresa asociada a la <b>AMAI</b> (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los <b>más altos lineamientos</b> técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido <b>ratificada cada año</b> , garantiza no sólo la <b>máxima calidad</b> sino la evolución en los nuevos estándares generados con los <b>adelantos tecnológicos</b> .

## METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

LEGAL	<p>Se autoriza el distribuir, reenviar, copiar o citar estos documentos siempre y cuando no sean modificados o usados con fines comerciales. Al ser citados solicitamos incluir siempre la fuente y para los documentos propiedad de <b>CONSULTA MITOFSKY</b> recomendamos incluir la presente nota de copyright, así como la marca <b>CONSULTA MITOFSKY</b> y su dirección <a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>.</p>
	<p><b>¿QUÉ ES EL TRACKING POLL ROY CAMPOS?</b></p> <p>Es la herramienta perfecta y <b>económica</b> para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que requiera para la generación de su propio producto. Consiste en <b>encuestas periódicas / cuestionarios multitemáticos / Mide a todos los ciudadanos del país / mantiene fechas fijas de levantamiento / logra una confianza de 95 por ciento</b> y un error muestral de 4 por ciento / <b>cada cliente es dueño de su información</b> y comparte el costo con otros suscriptores. El hecho de que el <b>TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS</b> se lleve a cabo con periodicidad mensual lo hace el vehículo ideal para sus indicadores de seguimiento y coyuntura.</p> <p><b>¿QUÉ RECIBO AL CONTRATAR EL TRACKING POLL CONSULTA-ROY CAMPOS?</b></p> <p>Una vez finalizado el estudio, usted recibirá la base de datos y un reporte con carácter <b>CONFIDENCIAL</b> que incluirá las preguntas contratadas mostrando el resultado para todos los ciudadanos entrevistados así como para algunos segmentos poblacionales básicos; sexo, edad agrupada en tres rangos además de dos grupos de nivel socioeconómico (A/B/C+) y (C/D+/D/E). En caso de haber contratado reactivos por tres o más meses consecutivos, el diseño muestral permitirá entregarle también resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) y cuatro grupos de nivel socioeconómico: (A/B/C+) y (C/D+/D/E).</p> <p><b>¿Y QUE VENTAJAS TENGO?</b></p> <p>Unas de las principales ventajas del <b>TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS</b> son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La generación de importantes ahorros económicos, ya que no requiere contratar una encuesta exclusiva sino sólo los reactivos que desee evaluar y así compartir la inversión del tracking con el resto de los suscriptores.</li> <li>• Reducidos tiempos de ejecución lo que le permite una reacción con celeridad.</li> <li>• Obtención de series de comportamiento a través del tiempo quedando en su elección los meses a medir por ser una herramienta flexible a sus necesidades.</li> <li>• Obtener mediciones muy concretas que aun cuando requieren representatividad especial, no justifican iniciar la inversión en un estudio específico.</li> <li>• Posibilidad de contratar resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) o ciudad específica.</li> <li>• Y sobre todo, la generación de su propio indicador que sólo la calidad y el prestigio de <b>CONSULTA MITOFSKY</b> le puede ofrecer.</li> </ul> <p><b>¿QUIÉNES PUEDEN CONTRATAR EL TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualquier persona, empresa, organización o gobierno que requiera información permanente, veraz, oportuna y económica.</li> <li>• Cualquier interesado en generar indicadores sobre el éxito de una campaña, de un programa, de una promoción, etc.</li> <li>• Todos los que quieran conocer su posición respecto a la</li> </ul>

## METODOLOGÍA DEL TRACKING POLL ROY CAMPOS

competencia.

- Quien busque los momentos adecuados para iniciar medidas correctivas o para modificar estrategias en relación a la comunicación.
- Todas las personas y empresas que deseen identificar la percepción ciudadana sobre su imagen.

### ¿Y DÓNDE LO CONTRATO?

Escribanos a [consulta@consulta.com.mx](mailto:consulta@consulta.com.mx) donde de inmediato nos pondremos en contacto para analizar sus necesidades de información y realizarle una cotización en la cual lo sorprenderemos con **nuestras bajas tarifas** gracias a este nuevo mecanismo de investigación. O si lo prefiere puede establecer contacto directo con nuestra oficina en México; Calle Georgia #38. Colonia Nápoles. México, Distrito Federal. Tel. (55) 55.43.59.69.