



CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

EVALUACIÓN NACIONAL



Octubre 2008

TRACKING POLL ROY CAMPOS Es la herramienta perfecta y más económica 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. Para conocer más acerca del **TRACKING POLL ROY CAMPOS** y la forma de contratar consulte la metodología al final de este documento.

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 • Tel. +52 (55) 55.43.59.69 • | San Salvador, El Salvador • Tel. +503 22.83.88.18 • |
| Aguascalientes, México • Tel. +52 (449) 912.76.11 • | San Antonio, USA • Tel. +1 (210) 541.89.23 • |

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



INFORME MITOFSKY

ECONOMÍA, GOBIERNO Y POLÍTICA

Monitor mensual de **CONSULTA MITOFSKY**
sobre la economía, el gobierno y la política en México.

Consúltelo en

www.consulta.com.mx



CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

RANKING NACIONAL

Por: Roy Campos / Carlos Penna / **CONSULTA MITOFSKY**

En este reporte presentamos el resultado actualizado de la calificación que los ciudadanos asignan a la confianza que les inspiran algunas de las “*instituciones*” en México; este índice lo hemos medido y presentado por más de cuatro años, lo que permite conocer la evolución y la posición relativa que ocupa cada institución.

Algunos de los principales resultados de la confianza hacia las instituciones en el mes de octubre son:

- Las universidades y la Iglesia se ubican como las instituciones que generan más confianza, desplazando al ejército que hace un año se ubicaba en esa posición.
- Los medios de comunicación incrementan su índice ligeramente pero eso los coloca a un paso de alcanzar al ejército en el tercer lugar.
- El IFE baja una décima su promedio y cinco puntos porcentuales el grupo de ciudadanos con alta confianza hacia ese instituto.
- Las instituciones que más suben su promedio de confianza son la Suprema Corte de Justicia, los senadores y los partidos políticos, los que por cierto no abandonan la última posición en la clasificación pero se acercan a los diputados que permanecen en penúltimo lugar.



Los tres grupos de confianza quedan ahora conformados así:

A. CONFIANZA ALTA

1. **IGLESIA:** Obtiene un promedio de 7.9 al igual que el año pasado, lo que permite ubicarse en la primera posición. 43 por ciento de los mexicanos tienen una alta confianza en esta institución y sólo el 12 por ciento le asigna baja confianza.
2. **UNIVERSIDADES:** Con 7.9 en promedio, comparte el primer puesto con la Iglesia, aunque es menor el porcentaje de ciudadanos con alta confianza hacia ellas (33%).
3. **EJÉRCITO:** Baja del 1er al 3er lugar en el transcurso de 11 meses al pasar su confianza promedio de 8.0 a 7.8, baja que se genera al perder seis puntos porcentuales entre los ciudadanos que le asignan alta confianza.
4. **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Al subir una décima, conservan la cuarta posición casi empatados con el ejército. Su mayor fortaleza la obtienen en el bajío y en contraparte el centro del país es donde más críticas hacia ellos se tienen.

B. CONFIANZA MEDIA

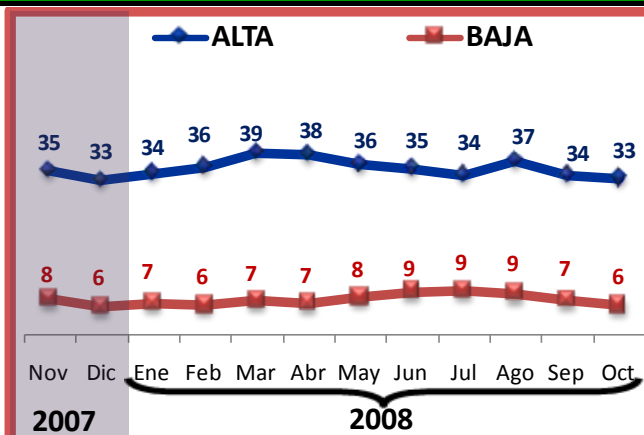
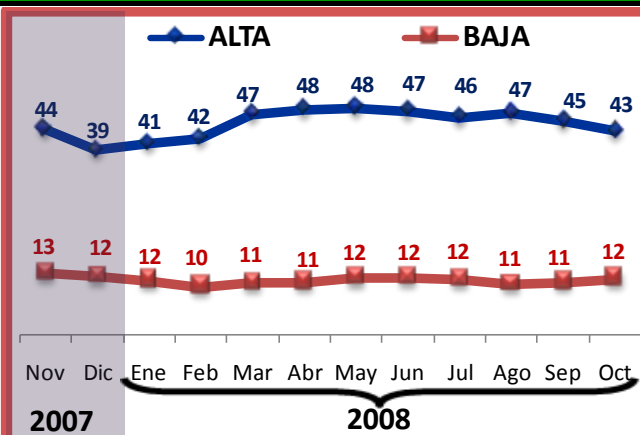
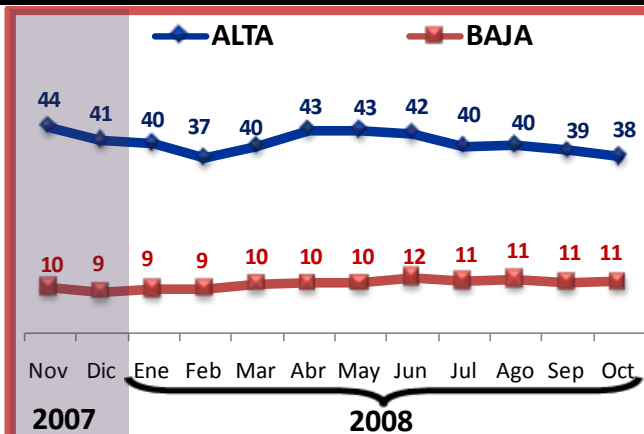
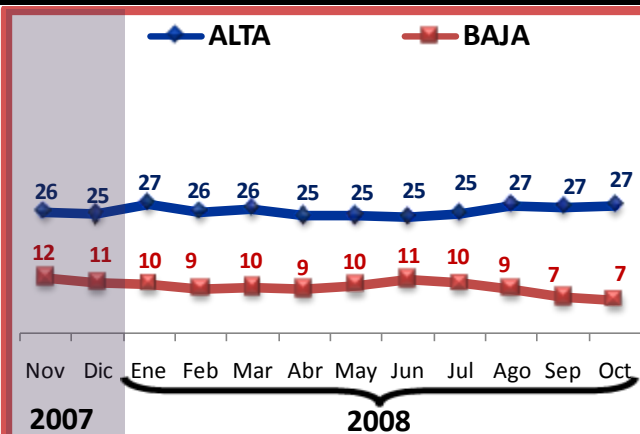
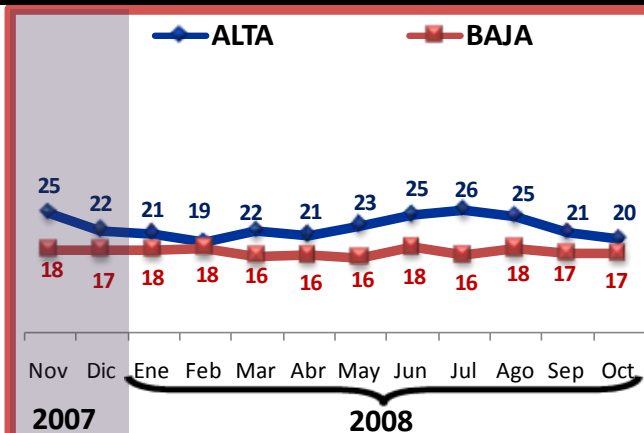
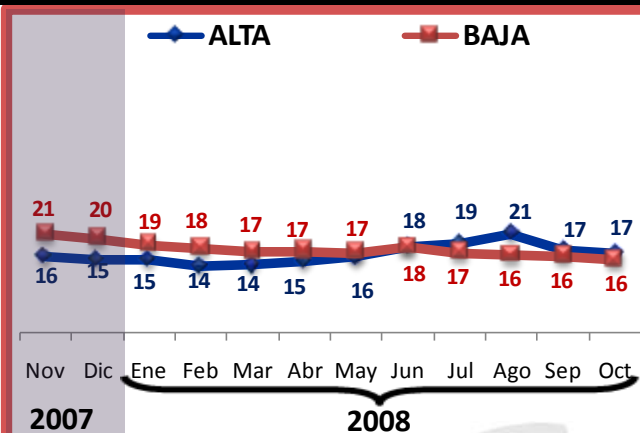
5. **IFE:** Aunque baja una décima, conserva el 5to lugar que ya tenía hace un año obteniendo un promedio de 7.0.
6. **SCJN:** La Suprema Corte es de las instituciones que suben su nivel de confianza y con ello escala posiciones.
7. **PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA:** Aunque sube una décima, es rebasada por la SCJN, su peor evaluación la obtiene en el centro del país.
8. **EMPRESARIOS:** Este grupo considerado aquí como “institución” también obtiene un incremento en la confianza igualando a la presidencia en el promedio. De manera natural, a mayor escolaridad es mayor la confianza que se tiene en este grupo.
9. **BANCOS:** Por el momento, los bancos siguen contando con un nivel de confianza media con un promedio de 6.8 sobre 10.

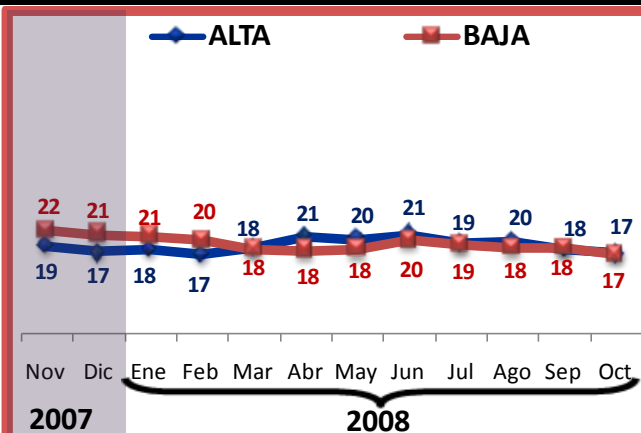
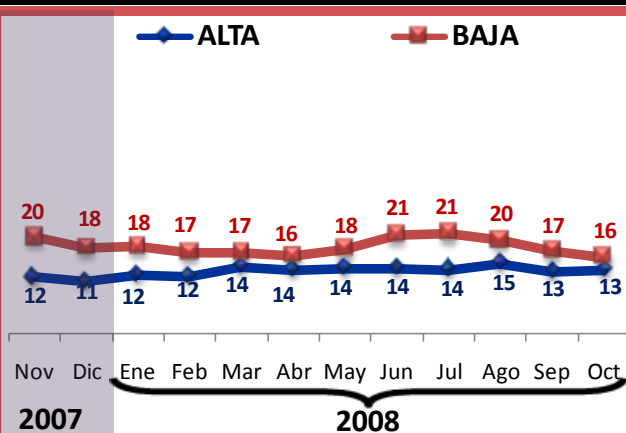
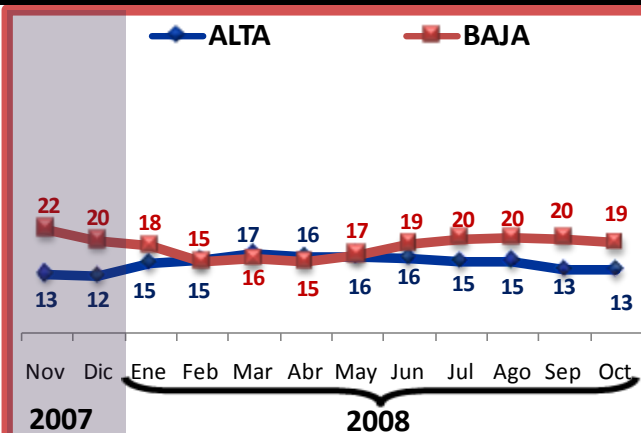
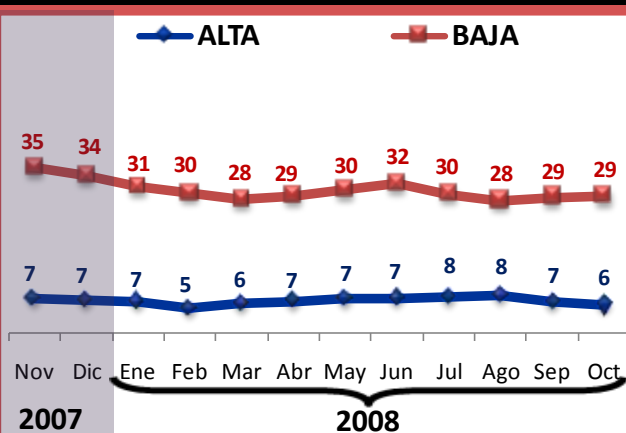
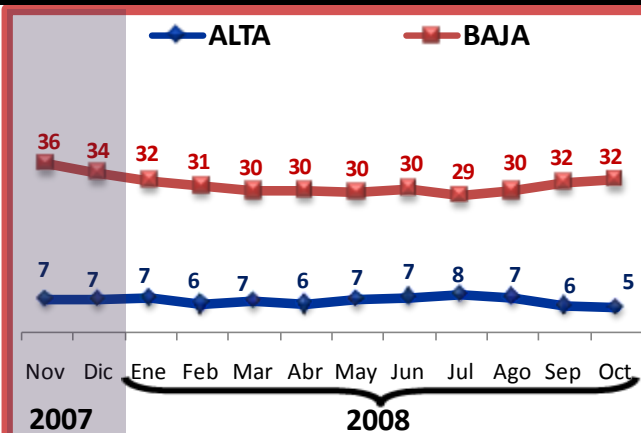
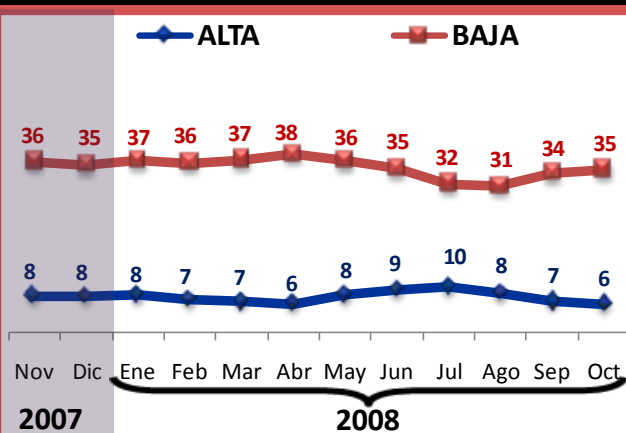
C. CONFIANZA BAJA

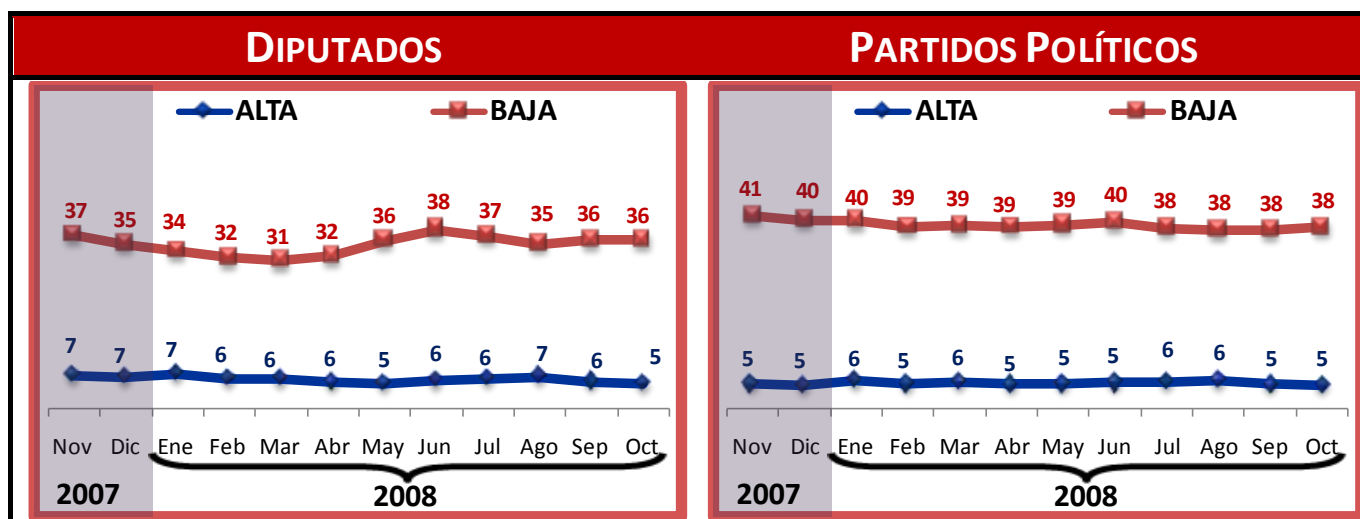
10. **SENADORES:** Conserva una tendencia creciente aunque sea ligera, lo que le alcanza solamente para encabezar el grupo de las instituciones de baja confianza.
11. **POLICÍA:** Institución a la que en el pasado se consideraba la menos confiable, hoy ya hace tiempo aparece arriba de sindicatos, partidos y diputados. En esta ocasión sube dos décimas respecto al año pasado.
12. **SINDICATOS:** Este grupo está ubicado desde hace años en los de menor confianza. Sólo seis por ciento de los mexicanos dicen tenerle “*mucha confianza*”, alcanzando por ello un promedio de 5.9.
13. **DIPUTADOS:** En el penúltimo lugar de la lista aparecen los diputados que generan muy baja confianza concretamente en el centro del país.
14. **PARTIDOS POLÍTICOS:** Y la posición más baja la obtienen de nuevo los partidos políticos con un promedio de 5.6.

CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES PROMEDIO DE CALIFICACIÓN A LA CONFIANZA

| RANKING | | INSTITUCIÓN | Nov/07 | Oct/08 |
|---------|----|-----------------------------|--------|--------|
| ALTA | 1 | UNIVERSIDADES | 7.9 | 7.9 |
| | 2 | IGLESIA | 7.8 | 7.9 |
| | 3 | EJÉRCITO | 8.0 | 7.8 |
| | 4 | MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 7.5 | 7.7 |
| MEDIA | 5 | INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL | 7.1 | 7.0 |
| | 6 | SUPREMA CORTE DE JUSTICIA | 6.7 | 7.0 |
| | 7 | PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA | 6.8 | 6.9 |
| | 8 | EMPRESARIOS | 6.7 | 6.9 |
| | 9 | BANCOS | 6.6 | 6.8 |
| BAJA | 10 | SENADORES | 5.8 | 6.1 |
| | 11 | SINDICATOS | 5.8 | 5.9 |
| | 12 | POLICÍA | 5.7 | 5.9 |
| | 13 | DIPUTADOS | 5.6 | 5.7 |
| | 14 | PARTIDOS POLÍTICOS | 5.3 | 5.6 |

% DE CONFIANZA “ALTA” Y “BAJA”**UNIVERSIDADES****IGLESIA****EJÉRCITO****MEDIOS DE COMUNICACIÓN****IFE****SCJN**

PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**EMPRESARIOS****BANCOS****SENADORES****SINDICATOS****POLICÍA**



PROMEDIO DE CONFIANZA POR GRUPOS POBLACIONALES (OCT/08)

| # | INSTITUCIÓN | SEXO | | EDAD | | | IDENTIDAD | | | | REGIÓN | | | |
|----|--------------------|------|-----|-------|-------|-----|-----------|-----|-----|----------|--------|-----|-----|-----|
| | | H | M | 18-29 | 30-49 | 50+ | PAN | PRD | PRD | NIN-GUNO | N | B | C | S |
| 1 | UNIVERSIDADES | 7.9 | 7.9 | 7.9 | 7.8 | 8.0 | 8.3 | 7.7 | 7.7 | 7.8 | 8.1 | 8.2 | 7.7 | 7.6 |
| 2 | IGLESIA | 7.7 | 8.0 | 7.7 | 7.9 | 8.0 | 8.2 | 8.0 | 7.5 | 7.7 | 8.3 | 8.2 | 7.0 | 8.3 |
| 3 | EJÉRCITO | 7.8 | 7.8 | 7.7 | 7.8 | 7.9 | 8.2 | 7.9 | 7.6 | 7.6 | 7.9 | 8.1 | 7.4 | 7.9 |
| 4 | MEDIOS | 7.6 | 7.8 | 7.7 | 7.8 | 7.7 | 8.0 | 7.8 | 7.4 | 7.7 | 7.9 | 8.2 | 7.4 | 7.8 |
| 5 | IFE | 7.0 | 7.0 | 7.0 | 7.0 | 7.0 | 7.4 | 7.1 | 6.4 | 6.8 | 7.4 | 7.5 | 6.5 | 6.9 |
| 6 | SCJN | 7.0 | 7.0 | 7.1 | 7.0 | 6.9 | 7.4 | 7.1 | 6.6 | 6.9 | 7.4 | 7.5 | 6.6 | 6.7 |
| 7 | PRESIDENTE | 6.9 | 7.0 | 7.0 | 6.9 | 7.0 | 7.8 | 6.9 | 6.0 | 6.8 | 7.5 | 7.4 | 6.4 | 6.7 |
| 8 | EMPRESARIOS | 6.9 | 6.9 | 6.9 | 6.9 | 7.0 | 7.4 | 6.9 | 6.4 | 6.8 | 7.2 | 7.4 | 6.5 | 6.7 |
| 9 | BANCOS | 6.8 | 6.8 | 6.9 | 6.7 | 6.6 | 7.1 | 6.8 | 6.4 | 6.6 | 7.1 | 7.2 | 6.4 | 6.6 |
| 10 | SENADORES | 6.0 | 6.1 | 6.1 | 6.1 | 6.1 | 6.5 | 6.3 | 5.5 | 5.8 | 6.6 | 6.7 | 5.4 | 6.0 |
| 11 | SINDICATOS | 5.9 | 5.9 | 6.0 | 5.8 | 5.8 | 6.1 | 6.1 | 5.7 | 5.6 | 6.2 | 6.4 | 5.3 | 5.9 |
| 12 | POLICÍA | 5.8 | 5.9 | 5.9 | 5.8 | 5.9 | 6.2 | 6.1 | 5.6 | 5.5 | 6.1 | 6.6 | 5.1 | 6.0 |
| 13 | DIPUTADOS | 5.7 | 5.8 | 5.8 | 5.7 | 5.7 | 6.1 | 6.0 | 5.2 | 5.5 | 6.1 | 6.4 | 4.9 | 5.8 |
| 14 | PARTIDOS POLÍTICOS | 5.6 | 5.7 | 5.7 | 5.6 | 5.6 | 6.1 | 5.9 | 5.2 | 5.2 | 6.2 | 6.2 | 4.9 | 5.7 |

*N: Norte; B: Bajío; C: Centro Mx; S: Sur

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

| | |
|---|--|
| POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO | Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares. |
| FECHAS DE LEVANTAMIENTO 2008 | Del 23 al 26 de Octubre 2008 |
| ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA | 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) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional , 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. |
| TAMAÑO DE MUESTRA | 1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes. |
| TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS | El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas “cara a cara” 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). |
| DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS | Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY . |
| MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS | Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión , 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. |
| REGIONES EN QUE SE DIVIDIÓ EL PAÍS | Norte-Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora. Bajo: Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán. Centro de México: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala. Sureste: Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán. |
| ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES | Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±3.1 por ciento . 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. |
|  | CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido ratificada cada año , garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos . |
| LEGAL | 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 CONSULTA MITOFSKY recomendamos incluir la presente nota de copyright, así como la marca CONSULTA MITOFSKY y su dirección www.consulta.com.mx . |

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

¿QUÉ ES EL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**?

Es la herramienta perfecta y **económica** 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 **encuestas periódicas** / **cuestionarios multitemáticos** / **Mide a todos los ciudadanos del país** / **mantiene fechas fijas de levantamiento** / **logra una confianza de 95 por ciento** y un error muestral de 4 por ciento / **cada cliente es dueño de su información** y comparte el costo con otros suscriptores. El hecho de que el **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS** se lleve a cabo con periodicidad mensual lo hace el vehículo ideal para sus indicadores de seguimiento y coyuntura.

¿QUÉ RECIBO AL CONTRATAR EL **TRACKING POLL CONSULTA-ROY CAMPOS**?

Una vez finalizado el estudio, usted recibirá la base de datos y un reporte con carácter **CONFIDENCIAL** 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).

¿Y QUE VENTAJAS TENGO?

Unas de las principales ventajas del **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS** son:

- 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.
- Reducidos tiempos de ejecución lo que le permite una reacción con celeridad.
- 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.
- Obtener mediciones muy concretas que aun cuando requieren representatividad especial, no justifican iniciar la inversión en un estudio específico.
- Posibilidad de contratar resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) o ciudad específica.
- Y sobre todo, la generación de su propio indicador que sólo la calidad y el prestigio de **CONSULTA MITOFSKY** le puede ofrecer.



¿QUIÉNES PUEDEN CONTRATAR EL **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS**?

- Cualquier persona, empresa, organización o gobierno que requiera información permanente, veraz, oportuna y económica.
- Cualquier interesado en generar indicadores sobre el éxito de una campaña, de un programa, de una promoción, etc.
- Todos los que quieran conocer su posición respecto a la 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** 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.