



*Roy Campos*  
**RESEARCH**

**TRACKING  POLL**  
*Roy Campos*

**CONFIANZA EN INSTITUCIONES**

**ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS**

*Septiembre de 2007*

San Salvador, El Salvador  
Distrito Federal, México Calle Georgia #38 Colonia Nápoles Tel. +52 (55) 55.43.59.69  
Aguascalientes, México Monte Coronado #232-4 Villas Montenegro Tel. +52 (449) 912.76.11

# CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

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

Por segunda ocasión en el año damos a conocer nuestro reporte sobre la evaluación de la confianza en las instituciones que los ciudadanos hacen, la cual sirve para analizar la evolución de la confianza a lo largo del sexenio. Esta encuesta logra registrar el comportamiento hacia los legisladores al enfrentar algunas reformas, los Partidos Políticos al competir en los procesos electorales de este año, el ejército en su guerra contra el narcotráfico, entre otros. Algunos de los resultados relevantes que podemos destacar en la evaluación de septiembre 2007 son los siguientes:

- Las universidades se mantienen como las instituciones más confiables, seguidas ahora por el ejército que desplaza a la iglesia a la tercera posición.
- La confianza en todos los Medios de Comunicación se mantiene arriba del siete (7.4).
- El IFE, cuando está a punto de reestructurarse baja su calificación y llega a 7.0.
- El deterioro de la política ha ocasionado que actores como “Diputados”, “Senadores” y “Partidos Políticos” ya aparezcan claramente bajo instituciones como la “Policía”, la cual a pesar de bajar su promedio (a causa quizá de los problemas y escándalos sobre corrupción) supera en esta ocasión a los “Sindicatos”.



Podemos construir en general cuatro grupos en lo que se refiere a la confianza:

A. **CONFIANZA ALTA:** En esta categoría podemos mencionar a:

- **UNIVERSIDADES:** Se mantienen como las instituciones que inspiran más confianza, sobre todo son vistas positivamente en las zonas rurales y el sureste del país.
- **EJÉRCITO:** Mantiene su índice de confianza coincidiendo con su relevancia en los operativos nacionales contra el narcotráfico. En este caso, las opiniones de los habitantes de la zona del bajío le son más favorables.
- **IGLESIA:** Disminuye su índice y pasa al tercer lugar por debajo de las universidades y el ejército, sus mayores apoyos los basa en las calificaciones que le otorgan las mujeres, los ciudadanos de áreas rurales y los ciudadanos del bajío.

B. **CONFIANZA MEDIA-ALTA**

- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Las zonas rurales, al incrementar la confianza en ellos, hacen que se recupere ligeramente.
- **IFE:** Desciende dos décimas y se coloca en los niveles de agosto de 2006, sin alcanzar el nivel previo a los comicios del dos de julio.
- **EMPRESARIOS:** Son sin duda los que más ganan en esta evaluación recuperando siete décimas de punto.
- **PERIODISTAS:** Se midieron por segunda ocasión y alcanzan los mismos niveles que en agosto pasado, ligeramente por arriba de los Periódicos.
- **BANCOS:** Los bancos bajan su índice de confianza, destacándose por el hecho de que son los ciudadanos de mayor edad quienes más los castigan.
- **EL PRESIDENTE:** En esta segunda medición a la confianza del primer mandatario en el nuevo sexenio, encontramos el contraste natural de la confianza que le asignan los panistas (7.7) con la que le dan los perredistas (5.5).

- **SUPREMA CORTE DE JUSTICIA:** Termina 2007 con un índice menor al que inició en febrero de este año.

### C. CONFIANZA BAJA

- **POLICÍA:** Esta institución baja su promedio de confianza de 6.3 a 5.7, sin embargo se encuentra aún por arriba de los Diputados, Senadores e incluso Sindicatos en el país.
- **SENADORES:** Este grupo de legisladores que hasta 2005 se diferenciaron claramente de los diputados, hoy están calificados de manera muy similar, muy expuestos por las reformas que se acaban de autorizar se ubican en los últimos lugares.
- **SINDICATOS:** A pesar de que el valor de su índice es el mismo con el que cerró en 2005, pierde confianza y se ubica en el grupo junto con el resto de la clase política.
- **DIPUTADOS:** Este organismo lleva ya más de año y medio ubicado en los últimos lugares, alcanzando en esta ocasión un valor ligeramente superior al de febrero del presente año.
- **PARTIDOS POLÍTICOS:** Se desploma la confianza que generan y este comportamiento se da en todos los grupos poblacionales y se ubican en el último lugar.



*Si tuviera que calificar a las instituciones de 0 a 10 como en la escuela, donde 10 es mucha confianza y 0 es nada de confianza, ¿Qué calificación le daría usted a...?*

	LAS UNIVERSIDADES	EL EJÉRCITO	LA IGLESIA	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL	LOS EMPRESARIOS	LOS BANCOS	EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA	LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA	LA POLICÍA	LOS SENADORES	LOS SINDICATOS	LOS DIPUTADOS	LOS PARTIDOS POLÍTICOS
ABR/04	---	7.5	7.7	7.0	6.7	5.3	---	6.1	5.7	5.0	4.7	4.8	4.2	4.7
AGO/04	---	7.0	7.6	6.8	6.6	5.7	---	5.8	6.0	4.8	5.2	5.2	4.6	4.9
SEP/04	---	7.7	7.7	7.1	7.0	5.7	---	6.3	6.3	5.0	5.3	5.1	4.7	5.1
JUL/05	8.1	7.7	7.7	6.9	7.1	5.3	---	6.2	6.1	4.9	5.0	4.7	4.5	5.1
OCT/05	8.1	7.7	7.8	7.3	7.1	6.0	---	6.5	6.3	5.6	5.2	5.3	4.8	5.2
DIC/05	8.2	7.8	8.0	7.4	7.3	6.3	---	6.8	6.8	5.8	5.9	5.5	5.5	5.9
FEB/06	7.9	7.7	7.6	7.4	7.1	6.3	6.6	6.9	6.2	5.5	5.7	5.8	5.6	5.9
MAR/06	---	7.9	8.0	7.6	7.8	6.3	---	7.3	6.4	5.8	5.9	6.0	5.9	6.2
MAY/06	8.2	7.8	8.0	7.8	7.8	6.5	7.0	6.9	6.6	6.0	6.1	5.9	5.8	6.2
JUN/06	----	8.1	7.8	-	7.9	6.3	---	6.9	---	---	---	---	---	6.0
JUL/06	---	7.7	7.5	---	6.9	6.6	---	6.6	---	---	---	---	---	6.3
AGO/06	8.0	7.9	7.8	7.2	6.9	6.5	7.1	6.9	6.8	6.3	6.3	6.2	6.1	6.2
NOV/06	8.4	8.3	8.0	7.6	7.4	6.2	6.9	7.0	6.8	6.1	6.2	6.1	5.8	8.4
FEB/07	8.2	8.1	8.2	7.3	7.2	6.0	6.9	6.8	6.7	6.3	5.6	5.8	5.4	5.6
SEP/07	<b>8.0</b>	<b>8.0</b>	<b>7.8</b>	<b>7.4</b>	<b>7.0</b>	<b>6.7</b>	<b>6.7</b>	<b>6.7</b>	<b>6.6</b>	<b>5.7</b>	<b>5.6</b>	<b>5.5</b>	<b>5.5</b>	<b>5.2</b>



## CALIFICACIÓN PROMEDIO

		LAS UNIVERSIDADES	EL EJÉRCITO	LA IGLESIA	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL	LOS EMPRESARIOS	LOS BANCOS
<b>SEXO</b>	Hombre	8.2	8.0	7.6	7.4	6.9	6.8	6.6
	Mujer	7.9	7.9	8.1	7.5	7.0	6.6	6.7
<b>EDAD</b>	De 18 a 29 años	8.1	8.0	7.7	7.6	7.1	6.7	6.8
	De 30 a 49 años	8.0	8.1	7.8	7.5	7.0	6.8	6.7
	De 50 y más años	8.0	7.7	8.2	7.2	6.7	6.4	6.3
<b>LOCALIDAD</b>	Urbano	8.1	8.0	7.8	7.4	6.9	6.7	6.6
	Rural	7.9	8.1	8.3	8.0	7.2	6.5	7.3
<b>REGIÓN</b>	Norte	8.1	8.2	8.1	7.7	7.9	6.8	6.8
	Bajío	8.0	8.4	8.6	7.9	7.7	7.0	6.9
	Centro de México	7.9	7.6	7.1	7.0	6.2	6.5	6.4
	Sureste	8.3	8.3	8.5	7.8	6.9	6.7	6.9
<b>IDENTIDAD PARTIDISTA</b>	Panista	8.1	8.3	8.3	7.8	7.8	6.9	7.0
	Priista	8.1	8.1	8.2	7.6	7.3	6.6	7.0
	Perredista	7.7	7.4	7.4	7.1	6.0	6.5	6.4
	Ninguno	8.0	7.9	7.6	7.2	6.7	6.7	6.4
<b>NACIONAL</b>	<b>SEPTIEMBRE 07</b>	<b>8.0</b>	<b>8.0</b>	<b>7.8</b>	<b>7.4</b>	<b>7.0</b>	<b>6.7</b>	<b>6.7</b>





## CALIFICACIÓN PROMEDIO

		LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA	LA POLICÍA	LOS SENADORES	LOS SINDICATOS	LOS DIPUTADOS	LOS PARTIDOS POLÍTICOS
<b>SEXO</b>	Hombre	6.6	6.7	5.8	5.6	5.5	5.5	5.2
	Mujer	6.7	6.6	5.6	5.5	5.6	5.5	5.2
<b>EDAD</b>	De 18 a 29 años	6.7	6.8	5.9	5.9	5.6	5.6	5.5
	De 30 a 49 años	6.7	6.6	5.7	5.4	5.5	5.5	5.1
	De 50 y más años	6.5	6.3	5.4	5.1	5.5	5.4	4.9
<b>LOCALIDAD</b>	Urbano	6.6	6.6	5.6	5.3	5.5	5.4	5.1
	Rural	7.2	6.9	6.1	6.7	5.9	6.1	5.5
<b>REGIÓN</b>	Norte	7.3	7.0	6.0	6.1	6.4	6.1	5.9
	Bajío	7.1	6.9	6.4	6.3	6.2	5.9	6.1
	Centro de México	6.0	6.2	5.1	4.7	4.9	5.0	4.5
	Sureste	7.0	6.8	5.9	6.1	5.6	5.7	5.2
<b>IDENTIDAD PARTIDISTA</b>	Panista	7.7	7.1	6.2	5.6	6.2	6.0	6.0
	Priista	6.7	7.0	5.8	5.7	5.8	5.7	5.5
	Perredista	5.5	5.9	5.3	5.9	5.1	5.5	5.2
	Ninguno	6.4	6.2	5.4	5.2	5.3	5.2	4.6
<b>NACIONAL</b>	<b>SEPTIEMBRE 07</b>	<b>6.7</b>	<b>6.6</b>	<b>5.7</b>	<b>5.5</b>	<b>5.6</b>	<b>5.5</b>	<b>5.2</b>



## 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 2007</b>	Del <b>26</b> al 30 de Septiembre
<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>1,000 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>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%</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>CALIDAD ESIMM</b> 	<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> .
	Es la herramienta perfecta 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.

