



*Roy Campos*  
**RESEARCH**

**TRACKING  POLL**

*Roy Campos*

# **LA ECONOMÍA: PREOCUPACIÓN AÚN PRESENTE**

ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDA

*Mayo de 2007*

# LA ECONOMÍA: PREOCUPACIÓN AÚN PRESENTE

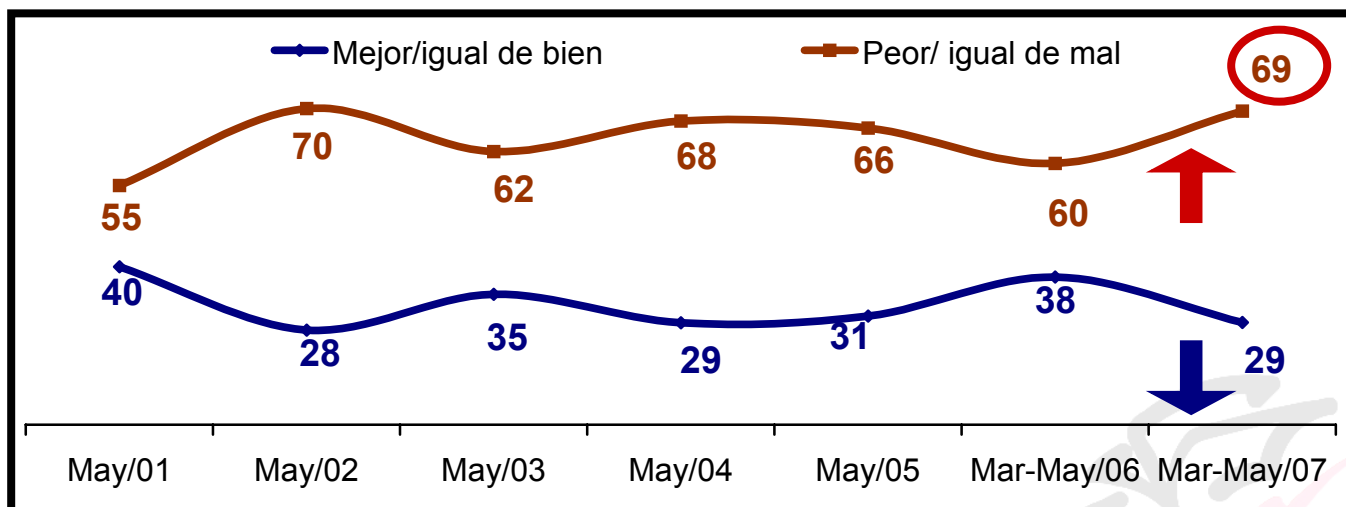
Por: Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

Cuando se han cumplido ya siete meses del nuevo gobierno y en la antesala del aniversario de elección del 2 de julio de 2006, la agenda y las noticias se han centrado en el combate a la inseguridad, paradójicamente tema no central en la definición de las campañas.

Como se recordará, durante los últimos meses de la campaña en 2006, sólo el candidato del PRI, Roberto Madrazo, centró su mensaje en la inseguridad, en cambio los candidatos punteros se concentraron en la economía; López Obrador con el combate a la pobreza y la inseguridad y Calderón Hinojosa con la generación de empleos.

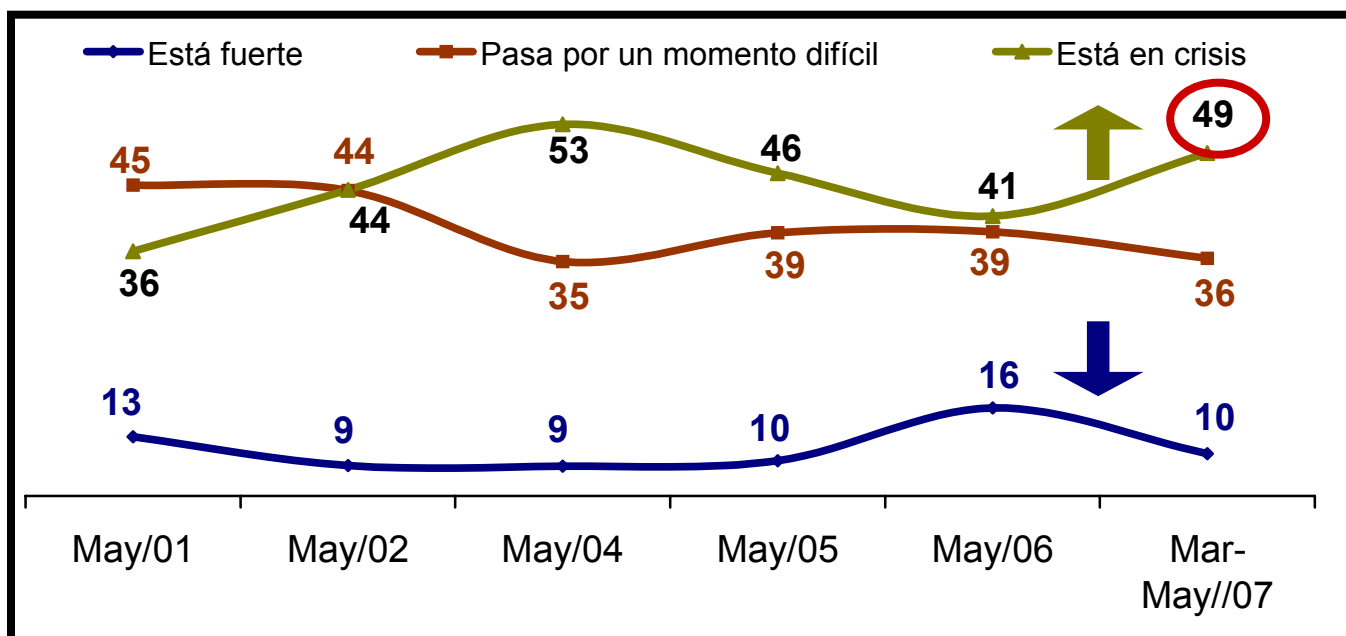
Un año después de esas campañas, aunque las noticias nos muestran un intenso combate a la inseguridad por parte de todos los gobiernos, los ciudadanos aún no ven resueltos los problemas económicos y muestran una gran preocupación sobre la situación del país. Lo anterior se desprende de la encuesta nacional levantada durante el trimestre Marzo-Mayo a través del estudio mensual **TRACKING POLL ROY CAMPOS**.

## PERCEPCIÓN SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS



- Como se observa en el cuadro anterior, la percepción sobre la economía es la más negativa en los últimos cinco años, prácticamente 10 puntos porcentuales abajo de la que vivíamos hace un año.
- El deterioro en la percepción de la economía se corrobora al observar que 49 por ciento considera que hoy vivimos en crisis, valor que no habíamos alcanzado en tres años.

### ¿LA ECONOMÍA DEL PAÍS...?



- Pero para contrastar la preocupación por la economía respecto a otras variables, en el cuadro siguiente observamos que si bien el 27 por ciento menciona a la inseguridad como el principal problema y el ocho por ciento al narcotráfico (su valor más alto en siete años), estos valores son superados al agregar el 23 por ciento de la crisis económica, 15 por ciento del desempleo, 10 por ciento de pobreza y el tres por ciento de bajos salarios.



## PRINCIPAL PROBLEMA DEL PAÍS

	MAY/01	MAY/02	MAY/03	MAY/04	MAY/05	MAR-MAY 06	MAR-MAY 07
Inseguridad/ delincuencia	16.7	18.1	20.1	10.6	<b>28.9</b>	24.4	<b>26.6</b>
La crisis económica	<b>19.9</b>	<b>27.1</b>	<b>21.5</b>	19.2	16.7	18.4	<b>22.6</b>
El desempleo	15.9	15.7	11.7	<b>24.9</b>	17.0	22.1	<b>14.6</b>
La pobreza	12.0	13.4	18.2	12.2	10.4	13.7	<b>10.4</b>
El narcotráfico	2.0	1.1	2.7	1.7	1.4	1.7	<b>7.6</b>
Corrupción	4.7	6.8	7.4	16.5	9.4	6.8	<b>5.9</b>
Salarios bajos	1.3	3.5	3.3	2.0	3.0	2.9	<b>3.1</b>

\*Sumando "Otro" y "Ns/Nc"=100%



- Los resultados anteriores generados a través de la percepción sobre la economía, coinciden con la caída que mes a mes se ha observado este año respecto al anterior en el índice de confianza del consumidor que realiza el INEGI:

## ÍNDICE DE CONFIANZA EN EL CONSUMIDOR

	2006	2007	VARIACIÓN RESP. AÑO ANTERIOR
ENERO	108.7	104.3	▼
FEBRERO	108.1	103.6	▼
MARZO	112.4	106.5	▼
ABRIL	110.2	106.3	▼
MAYO	109.8	107.3	▼

Fuente: INEGI



<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>24 al 28</b> de Marzo Del <b>27 al 30</b> de Abril Del <b>26 al 30</b> de Mayo
<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 2003, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) <b>100 secciones electorales en 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> .
<b>CONSULTA</b>	La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán <b>disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY</b> ; <a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a> donde de forma <b>gratuita</b> podrá ser consultada por los interesados con el fin de facilitar su lectura e interpretación, para así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada.
	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.

