

Memoria Documental

La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública



PGR

Procuraduría General de la República



**GOBIERNO
FEDERAL**



CONTENIDO

I.	Presentación.	2
II.	Fundamento legal y objetivo de la Memoria Documental: La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública.	4
III.	Antecedentes.	5
IV.	Marco normativo aplicable a las acciones realizadas durante la ejecución de La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública.	7
V.	Vinculación de La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública, con el Plan Nacional de Desarrollo 2007 - 2012 y programas sectoriales, institucionales, regionales y/o especiales.	11
VI.	Síntesis ejecutiva de La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública.	15
VII.	Acciones realizadas.	16
VIII.	Seguimiento y control.	38
IX.	Resultados y beneficios alcanzados.	40
X.	Informe final del C. Federico Gómez Pombo, Director General de Comunicación Social.	43
XI.	Anexos	45

I. PRESENTACIÓN

La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública.

El objetivo del programa **La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública**, es generar mediciones de la opinión pública con indicadores cuantitativos creados a partir de las directrices y necesidades de las unidades administrativas de la PGR, con la finalidad de obtener información confiable sobre nuestro desempeño institucional. Específicamente:

- Conocer las tendencias de opinión en materia de seguridad con base en coyunturas de cualquier índole (nuevas políticas públicas, acciones ministeriales, policiales e incluso eventos de impacto público propiciados por la criminalidad).
- Conocer las tendencias de opinión en materia de seguridad conforme avanza el ejercicio de la presente administración.
- Detectar variaciones de opinión en la esfera social de acuerdo a investigaciones de fuentes externas (comparar las encuestas institucionales con las encuestas emitidas por otros organismos públicos y privados, esto con el objeto de contrastar los indicadores y verificar la fiabilidad de los resultados).
- Proponer alternativas para modificar tendencias negativas (a partir de los indicadores, implementar acciones de comunicación social).
- Anteponerse a tendencias negativas y evitarlas (realizar ejercicios de prospectiva social y anticipar posibles acciones de comunicación).
- Proponer alternativas para reforzar tendencias positivas (realizar ejercicios de prospectiva social y anticipar posibles acciones de comunicación).
- Servir como instrumento en la toma de decisiones para propiciar nuevas tendencias positivas y mantenerlas en el tiempo.
- Realizar informes periódicos (coyunturales) de las tendencias de acuerdo a un concepto o variable predeterminado, sea la fecha de levantamiento de las encuestas, su publicación, casa encuestadora, número de entrevistas, entre otros (aprovechar los filtros que se pueden realizar a partir de las bases de datos de las encuestas para implementar acciones de comunicación especializadas según los estratos requeridos).
- Elaborar un balance general de todos los sondeos a la mano de acuerdo a coincidencias temáticas.

Lo anterior, mediante el análisis de **indicadores levantados a partir del 1ro de agosto de 2008 y hasta el 31 de diciembre de 2011**, en ciudades representativas de todo el territorio nacional, mediante encuestas en vivienda y encuestas telefónicas.

Al respecto, cabe subrayar que **La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública**, en el transcurso de la presente administración no sólo fue el sustento de decisiones en materia de comunicación a cargo de la Dirección General de Comunicación Social, sino que, al concatenarse con otros programas de diagnóstico sobre la operatividad institucional y los niveles de confianza ciudadana resultantes, a partir de 2011 se convirtieron en instrumentos de utilidad general en la PGR, ya que fueron concebidos mediante decisiones colegiadas.

Por lo anterior, el carácter coyuntural de las encuestas realizadas antes del 2011 y limitado a las atribuciones y objetivos de la Dirección General de Comunicación Social, trascendió hasta develar insumos de análisis en materia sustantiva, es decir, indicadores sobre el impacto de la función ministerial, policial, pericial, concernientes a los derechos humanos, a la atención a víctimas del delito, entre muchos otros de utilidad para la toma de decisiones de las diferentes unidades administrativas.

Más aun, en el ámbito estratégico, **La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública**, resultó un componente funcional para el cumplimiento de ordenamientos programáticos concebidos al inicio de la presente administración, como son, principalmente, el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Programa Sectorial de Procuración de Justicia 2007-2012.

Asimismo, las encuestas se alinearon a los ejes estratégicos enunciados por la C. Procuradora General de la República, Mtra. Marisela Morales Ibáñez, siendo la *vinculación ciudadana* y la *recuperación de la confianza social*, objetivos prioritarios del proceso de depuración y reestructuración institucional a su cargo: "*fortalecimiento institucional, consolidación del intercambio y colaboración interinstitucional e internacional. Y fortalecimiento de la participación social y ciudadana*" (Mensaje emitido durante su comparecencia ante las Comisiones Unidas de la Cámara de Diputados, 16 de noviembre de 2011).

El impacto específico y las características del proyecto será materia de los apartados subsecuentes.

C. Federico Gómez Pombo

Director General de Comunicación Social

II. FUNDAMENTO LEGAL Y OBJETIVO DE LA MEMORIA DOCUMENTAL: LA MEDICIÓN DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA, ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA.

La elaboración de la presente Memoria Documental y su conformación, encuentra su fundamento en la política pública de rendición de cuentas, transparencia y acceso a la información pública del gobierno federal pudiendo ser la siguiente:

- Ley de Transparencia y Acceso a la información Pública Gubernamental, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2002.
- Lineamientos para la elaboración de Libros Blancos y de Memorias Documentales, Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de octubre de 2011.
- Acuerdo Presidencial para la rendición de cuentas de la Administración Pública Federal 2006-2012, Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de diciembre del 2011.
- Lineamientos para la Formulación del Informe de Rendición de Cuentas de la Administración Pública Federal, Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 2012.

En este caso, el objetivo de la Memoria Documental **La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública**, es dejar constancia ordenada cronológicamente y completa de las acciones legales, técnicas, financieras, presupuestales, operativas, administrativas, de control y seguimiento, así como los resultados y beneficios obtenidos, a partir de su implementación.

III. ANTECEDENTES.

Como se hizo notar en la Presentación de esta Memoria Documental, la implementación de encuestas durante la administración **2000-2006** (según el registro de documentales recibidas) se realizó de forma eventual y únicamente con fines de utilidad para la Dirección General de Comunicación Social.

Ejercicios similares realizados durante la administración 2000-2006		
Levantamiento	Agencia encuestadora	Tipo de encuesta
2004 27 de octubre al 7 de noviembre	IPSOS-BIMSA	Encuesta Nacional en Vivienda
2005 3 y 4 de septiembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional Telefónica

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

En ese sentido, es posible afirmar que el alcance de los estudios (véase la periodicidad) se confrontaba a una realidad social dinámica y sujeta a constantes cambios. Así, de continuar una sola medición por año se corría el riesgo de tomar decisiones en materia de comunicación a partir de indicadores caducos y por lo tanto imprecisos.

Por ello, durante la presente administración **2006-2012** la Dirección General de Comunicación Social se dio a la tarea de maximizar la potencialidad de las encuestas sin demeritar los anteriores ejercicios (ya que sirvieron como referencia), amplificándolos y cerrando la brecha temporal entre el levantamiento de uno y otro.

Así pues, para conocer el impacto de nuestra comunicación social se rediseñó el objetivo de los estudios (**etapa que tuvo lugar entre los años 2006 y 2010**) evitando la concepción de cuestionarios capaces de reunir solamente cifras inherentes a la actividad ministerial, y en cambio, autorizándolos para -desde el punto de vista estadístico y desde distintos enfoques - analizar la percepción de la sociedad mexicana concerniente a la seguridad, procuración y administración de justicia.

Aquí cabe enfatizar que la comunicación gubernamental -en la mayoría de los casos- es un elemento de contraste con la generalidad de la comunicación que fluye en la esfera pública. Es decir, que la población no sólo accesa y consume informaciones emitidas por las instituciones de gobierno, sino lo contrario, que el consumo mediático nacional se compone por contenidos diversos, muchos de ellos posicionados por los medios de

comunicación comerciales y el periodismo independiente, dentro y fuera de nuestras fronteras.

Lo anterior nos obliga a que las tareas de comunicación oficial se apeguen a criterios científicos y sean capaces de competir en un espectro amplio de información. Y para ello se hizo necesaria la contratación de especialistas en la materia.

Lo que se logró y se describirá posteriormente, fue extender el número de encuestas y sus temáticas, profundizar en ellas y generar indicadores útiles en el transcurso del tiempo; también, que las encuestas se implementaran con una visión sistémica y apegadas a ejes estratégicos que refieren e impactan a la totalidad del sector Seguridad y Justicia gubernamental y particularmente a la Procuraduría General de la República.

-o0o-

IV. MARCO NORMATIVO APLICABLE A LAS ACCIONES REALIZADAS DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA MEDICIÓN DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA, ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA.

NORMATIVIDAD MEXICANA

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917). Última Reforma DOF 25-06-2012.
- Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública.
Artículo 20.- El Centro Nacional de Prevención del Delito y Participación Ciudadana tendrá, como principales atribuciones:
 - I. Proponer al Consejo Nacional lineamientos de prevención social del delito, a través del diseño transversal de políticas de prevención, cuyas acciones tendrán el carácter de permanentes y estratégicas;
 - II. Promover la cultura de la paz, la legalidad, el respeto a los derechos humanos, la participación ciudadana y una vida libre de violencia;
 - III. Emitir opiniones y recomendaciones, dar seguimiento y evaluar los programas implementados por las Instituciones de Seguridad Pública, en los tres órdenes de gobierno para:
 - a) Prevenir la violencia infantil y juvenil;
 - b) Promover la erradicación de la violencia especialmente la ejercida contra niñas, niños, jóvenes, mujeres, indígenas, adultos mayores, dentro y fuera del seno familiar;
 - c) Prevenir la violencia generada por el uso de armas, el abuso de drogas y alcohol, y
 - d) Garantizar la atención integral a las víctimas.
 - IV. Realizar, por sí o por terceros, estudios sobre las causas estructurales del delito, su distribución geodelictiva, estadísticas de conductas ilícitas no denunciadas, tendencias históricas y patrones de comportamiento que permitan actualizar y perfeccionar la política criminal y de seguridad pública nacional;
 - V. Realizar, por sí o por terceros, encuestas victimológicas, de fenómenos delictivos y otras que coadyuven a la prevención del delito;

- VI. Promover la inclusión de contenidos relativos a la prevención del delito en los programas educativos, de salud, de desarrollo social y en general en los diversos programas de las dependencias y entidades federales, así como colaborar con los Estados, el Distrito Federal y los Municipios en esta misma materia;
- VII. Organizar seminarios, conferencias y ponencias sobre prevención social del delito;
- VIII. Coordinarse con otras instancias competentes en la materia para el ejercicio de sus funciones;
- IX. Promover la participación ciudadana para el fortalecimiento del Sistema en los términos de esta Ley, y
- X. Las demás que establezcan otras disposiciones, el Consejo Nacional y su Presidente.

Artículo 131.- Para mejorar el servicio de Seguridad Pública, las instancias de coordinación que prevé esta Ley promoverán la participación de la comunidad a través de las siguientes acciones:

- I. Participar en la evaluación de las políticas y de las instituciones de seguridad pública.
- II. Opinar sobre políticas en materia de Seguridad Pública;
- III. Sugerir medidas específicas y acciones concretas para esta función;
- IV. Realizar labores de seguimiento;
- V. Proponer reconocimientos por méritos o estímulos para los Integrantes de las Instituciones;
- VI. Realizar denuncias o quejas sobre irregularidades, y
- VII. Auxiliar a las autoridades competentes en el ejercicio de sus tareas y participar en las actividades que no sean confidenciales o pongan en riesgo el buen desempeño en la función de Seguridad Pública.

Artículo 132.- El Centro Nacional de Prevención del Delito y Participación Ciudadana promoverá que las Instituciones de Seguridad Pública cuenten con una entidad de consulta y participación de la comunidad, para alcanzar los propósitos del artículo anterior.

La participación ciudadana en materia de evaluación de políticas y de instituciones, se sujetará a los indicadores previamente establecidos con la autoridad sobre los siguientes temas:

- I. El desempeño de sus integrantes;
- II. El servicio prestado, y
- III. El impacto de las políticas públicas en prevención del delito.

Los resultados de los estudios deberán ser entregados a las Instituciones de Seguridad Pública, así como a los Consejos del Sistema, según corresponda. Estos estudios servirán para la formulación de políticas públicas en la materia.

- Ley Orgánica de la Procuraduría General de la República
Artículo 5, Fracción IV.- Establecer indicadores y procedimientos que sirvan para evaluar la actuación de la Procuraduría General de la República con la participación ciudadana en los términos del reglamento de esta ley y de conformidad con las normas aplicables en materia del Sistema Nacional de Seguridad Pública, sin perjuicio de otros sistemas de evaluación que le sean aplicables.
- Reglamento de la Ley Orgánica de la Procuraduría General de la República
Artículo 31.- Al frente de la Dirección General de Comunicación Social habrá un Director General, quien tendrá las facultades siguientes:
Proponer e implementar las políticas de comunicación social de la Procuraduría, de conformidad con las disposiciones aplicables.
VII. Promover en coordinación con las unidades administrativas competentes, la participación ciudadana en las actividades de la Procuraduría.
- Plan Nacional de Desarrollo
Objetivo 9. Generalizar la confianza de los habitantes en las instituciones públicas, particularmente en las de seguridad pública, procuración e impartición de justicia.
- Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2008-2012.

- Programa Sectorial de Procuración de Justicia 2007-2012, Sección 4. Estrategias y Líneas de Acción para el Logro de los Objetivos
Estrategia 5.2.- Promover vínculos con los ciudadanos e impulsar una comunicación social que permita estar cerca de la gente y recuperar su confianza.
- Estrategia 5.3.- Instrumentar mecanismos para la medición de la percepción ciudadana en relación con el tema de la procuración de justicia.
- Programa Nacional de Rendición de Cuentas, Transparencia y Combate a la Corrupción 2008-2012.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
- Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.
- Criterios Metodológicos para la evaluación de campañas de difusión emitidos por la Secretaría de Gobernación.
- Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones en Materia de Control Interno así como el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, ambos documentos emitidos por la Secretaría de la Función Pública.

V. VINCULACIÓN DE LA MEDICIÓN DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA, ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA, CON EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2012 Y PROGRAMAS SECTORIALES, INSTITUCIONALES REGIONALES Y/O ESPECIALES.

Plan Nacional de Desarrollo (PND 2007-2012) Eje 1: Estado de Derecho y Seguridad.

Señala que las personas necesitan garantías de seguridad para su desarrollo humano sustentable, siendo el gobierno el primer obligado a cumplir y hacer cumplir la Ley garantizando la vida, el patrimonio, las libertades y los derechos de todos los mexicanos para entonces así generar incentivos correctos para que los ciudadanos ordenen su convivencia.

Objetivo 1: Garantizar la certeza jurídica y predictibilidad en la aplicación de la ley para toda la población.

- Para conocer y abundar sobre los conceptos de justicia, sus efectos y connotaciones en la población, *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional.

Objetivo 9. Generalizar la confianza de los habitantes en las instituciones públicas, particularmente en las de seguridad pública, procuración e impartición de justicia.

- Para establecer parámetros iniciales de confianza y comparativos en el tiempo de acuerdo a eventos de alto impacto y la implementación de programas estratégicos, *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional.

Objetivo 12. Asegurar el respeto irrestricto a los derechos humanos y pugnar por su promoción y defensa.

- Para establecer parámetros iniciales respecto al papel de la PGR en materia de defensa y promoción de los derechos humanos, así como el comparativo de sus actuaciones con otras instituciones públicas, *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional.

Objetivo 18. Fomentar la participación ciudadana en la prevención y combate del delito.

- ▶ Para establecer parámetros iniciales de difusión en materia de recompensas, los delincuentes más buscados, cultura de la legalidad entre otras formas de participación ciudadana, *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional.

Programa Sectorial de Procuración de Justicia (PSPJ 2007-2012)

Eje Rector 1. Eficiencia en la Institución del Ministerio Público. Objetivo 1. Transformar integralmente el sistema de procuración de justicia de la Federación para mejorar la atención a la ciudadanía. Estrategia 1.1 Desarrollar proyectos de reingeniería enfocados a producir cambios significativos en variables clave y desarrollar capacidades estratégicas.

Eje Rector 2. Investigación científica ministerial. Objetivo 2. Elevar la calidad y eficacia en la integración de la averiguación previa. Estrategia 2.1 Impulsar la investigación ministerial.

Eje Rector 3. Combate a la corrupción e impunidad. Objetivo 3. Abatir la impunidad y transparentar la actuación ministerial. Estrategia 3.4 Asegurar la transparencia y rendición de cuentas en los procesos de operación de los servicios públicos que reciben los ciudadanos.

- ▶ En el caso de los 3 Ejes Rectores antes citados, *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional para conocer el impacto de acciones estratégicas y las actuaciones del Ministerio Público de la Federación, con particular énfasis en el combate a la corrupción y depuración institucional.

Eje Rector 5. Fomento de la participación ciudadana. Objetivo 5. Fortalecer la participación social en el combate a la delincuencia organizada. Estrategia 5.1 Consolidar los mecanismos existentes y crear nuevos canales de participación social. 5.2 Promover vínculos con los ciudadanos e impulsar una comunicación social que permita estar cerca de la gente y recuperar su confianza. **Estrategia 5.3. Instrumentar mecanismos para la medición de la percepción ciudadana en relación con el tema de la procuración de justicia.** 5.4 Fomentar una cultura de denuncia y garantizar la seguridad jurídica e integridad de los denunciantes.

- ▶ *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional para fortalecer la participación social en la procuración de justicia, ya que mide el impacto específico de programas

concatenados, como es el ofrecimiento de recompensas y en general el fomento a la denuncia.

Eje Rector 6. Certeza jurídica y respeto a los derechos humanos. Objetivo 6. Consolidar una cultura de protección, promoción y observancia de las garantías individuales y la igualdad de género con pleno respeto a los derechos humanos en el proceso penal. Estrategia 6.2 Priorizar la atención de grupos vulnerables para prevenir la violación de sus derechos humanos.

- ▶ Para establecer parámetros iniciales respecto al papel de la PGR en materia de defensa y promoción de los derechos humanos, *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública*, es un instrumento funcional.

OTROS PROCESOS VINCULATIVOS A PARTIR DE 2011

Por su facultad vinculativa, las mediciones de la Opinión Pública a cargo de la DGCS en su faceta de encuestas son fundamentales para:

Conciliar con organismos e instituciones rectoras en materia de difusión (Oficina de la Presidencia de la República y Secretaría de Gobernación, las cuales realizan sondeos sistemáticos) las políticas de comunicación social de la PGR y en ese sentido:

- ▶ cumplir con las directrices en la materia, y
- ▶ hacer más eficiente nuestra inversión de recursos humanos y financieros.

Ser parte activa en el cumplimiento de otras metas programáticas: Estrategia 2030 e implementación de la Reforma al Sistema de Justicia Penal.

VINCULACIÓN CON EL SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS DE LA PGR

Considerandos a partir de 2011

I.- Que el Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones en Materia de Control Interno así como el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, ambos documentos emitidos por la Secretaría de la Función Pública, establecen a la PGR como sujeto obligado a prever cualquier contingencia que desvíe la consecución de los objetivos y metas institucionales.

II.- Que dicha metodología define el riesgo como la probabilidad de ocurrencia y posible impacto de un evento adverso que obstaculice o impida el logro de los objetivos y metas institucionales.

III.- Que para tal efecto, la Oficialía Mayor (OM), la Coordinación de Planeación, Desarrollo e Innovación Institucional (COPLADII), la Visitaduría General (VG) y el Órgano Interno de Control (OIC) realizaron los diagnósticos esenciales y derivado de dicha labor se identificaron los siguientes riesgos:

- 1.- Información de la averiguación previa y el proceso penal no integrada transversalmente y poco confiable.
- 2.- Información institucional vulnerada.
- 3.- Funciones indebidamente ejecutadas por el personal sustantivo.
- 4.- Deficiente investigación del delito.
- 5.- Órdenes de aprehensión no ejecutadas.
- 6.- Sistema de consecuencias insuficiente para asegurar la legalidad en el comportamiento de los servidores públicos.
- 7.- Inadecuada administración de recursos humanos.
- 8.- Falta de confianza en la institución por parte de los ciudadanos.**

IV.- Que para la administración del Riesgo Institucional No. 8.- Falta de Confianza en las Instituciones por parte de los Ciudadanos, se consideró necesaria la implementación de **a) la Medición de la Percepción Ciudadana**, b) un Centro de Contacto Ciudadano **c) una Estrategia de Evaluación Ciudadana** y d) Valoración de los involucrados sobre la calidad en la integración de la AP.

- Para establecer parámetros iniciales de confianza y evaluación sobre las actuaciones de la PGR, La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública, es un instrumento funcional de detección de áreas de oportunidad para establecer estrategias mediáticas y delinear acciones de contacto y satisfacción ciudadana.

VI. SÍNTESIS EJECUTIVA DE LA MEDICIÓN DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA, ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA.

La presente Memoria Documental resume de forma concisa el proceso de implementación de mediciones de la opinión pública (encuestas) durante la presente administración 2006-2012, en apego al marco jurídico vigente y a los instrumentos programáticos que rigen el acontecer de la Procuraduría General de la República.

El documento consiste en una relatoría cronológica de las actividades de evaluación interna, planeación y realización de las citadas encuestas, teniendo como criterios de exposición los antecedentes de cada ejercicio, una ficha descriptiva sobre su metodología, temática, alcance y margen de error, así como los procesos vinculativos, en su caso, con otras unidades administrativas de la institución.

Se trata de un esfuerzo que tecnifica y amplifica la comunicación y autoevaluación en la PGR; que fomenta la participación ciudadana (constituida como un eje estratégico hacia una procuración de justicia de mayor calidad en México); y que pone a disposición tanto de la institución como del público en general, indicadores útiles en el tiempo.

Para efectos de síntesis, los resultados de las encuestas no se incluyen en el documento (se remite a las fuentes originales de consulta disponibles en la página de Internet de la PGR) y en cambio se presenta un balance general que ilustra el estatus del Ministerio Público de la Federación en la esfera social.

Así, el lector podrá conocer las justificaciones, el antes y el después del levantamiento de las encuestas, así como una radiografía general del conjunto de enfoques con los que la PGR decidió conocer (a mucha mayor profundidad) su propio contexto.

VII. ACCIONES REALIZADAS

► 2007

Debido a que al comienzo de la presente administración no se contaba con mediciones que respondieran a la planeación estratégica, se consideró procedente la contratación del servicio de Levantamiento de Encuestas de Opinión. Sin embargo, no fue posible llevarlo a cabo sino hasta contar con un área interna de la Dirección General de Comunicación Social encargada de las gestiones administrativas, técnicas, operativas, así como el análisis y compendio de dichos instrumentos de medición.

Entre tanto, la Dirección General de Comunicación Social se dio a la tarea de compendiar encuestas externas que fueron del dominio público, elaboradas por agencias privadas de reconocido prestigio y publicadas a través de los medios de comunicación masiva.

Tales ejercicios de investigación contribuyeron a la toma de decisiones en materia de difusión, incluso de forma paralela a la implementación del programa que es materia de este informe.

Principales fuentes de información en 2007

- BGC (Beltrán y Asociados)
- Consulta Mitofsky
- Covarruvias y Asociados, S.C.
- Demotecnia (María de las Heras)
- El Universal (Coordinación de Investigación y Opinión Pública de El Universal)
- Gaussc (Grupo de Asesores Unidos, S.C.)
- GEA-ISA (Grupo de Economistas y Asociados – Investigaciones Sociales Aplicadas, S.C.)
- Grupo Reforma
- IPSOS-BIMSA
- Marketing Político (Consultores y Marketing Político, S.C.)
- Parametría, S.A. de C.V.
- Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE)
- Sistemas de Inteligencia en Mercado y Opinión
- Latinobarómetro
- BBC Latinoamérica
- CNN Expansión
- Transparencia Internacional

- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) de la Cámara de Diputados
- Gobierno Federal
- Gobiernos de los Estados
- Excelsior
- Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad (ICESI)
- México Unido Contra la Delincuencia (MUCD)
- Nielsen

Numeralia de encuestas externas hasta enero de 2009		
Indicadores	Gráficas	Encuestas analizadas
289	312	162 nacionales e internacionales

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

► 2008

No obstante el proceso paralelo antes descrito, en este año se conformó el área capaz de encabezar el proyecto y se estuvo en condiciones de iniciar *La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública* bajo la tutela de la Dirección General de Comunicación Social.

Para ello, se impulsó la contratación del servicio de levantamiento de 4 encuestas dado un estudio de mercado previo y el techo presupuestal asignado entonces por un monto de \$1,000,000.00 (un millón de pesos 00/100 M.N.), el cual no incluye el impuesto al valor agregado.

En apego al marco jurídico que regula los criterios de excepción de la licitación pública, se emitió un Anexo Técnico con la metodología requerida y se solicitó la invitación a 7 personas morales para el concurso de sus servicios y la contratación de “Levantamiento de Encuestas Nacionales de Vivienda”, siendo en orden alfabético las empresas:

- 1.- BGC Beltrán y Asociados.
- 2.- Consulta Mitofsky.
- 3.- Covarrubias y Asociados, S.C.
- 4.- Demotecnia.
- 5.- Grupo de Economistas y Asociados – Investigaciones Sociales Aplicadas, S.C. (Gea-Isa)
- 6.- Ipsos-Bimsa, y
- 7.- Mercaei Inteligencia de Mercados.

Al dictaminarse que Covarrubias y Asociados, S.C. ofertó el mejor costo de los servicios, se iniciaron los trabajos de coordinación con dicha empresa para las gestiones administrativas, técnicas, operativas, así como el análisis y compendio de los instrumentos de medición.

Así fue posible aplicar las 4 encuestas mediante entrevistadores que aplicaron cuestionarios estructurados para:

- 1.- Indagar cara a cara, la opinión de la población objetivo con respecto de las acciones y programas gubernamentales a fin de identificar áreas de oportunidad para mejorar las estrategias de comunicación.
- 2.- Delimitar los hábitos de exposición y consumo de medios, con la finalidad de considerarlos durante el proceso de planeación de campañas.
- 3.- Conocer la opinión y recomendaciones de la población objetivo sobre el material de comunicación social que sería difundido, considerando el contenido del mensaje, imágenes, colores, música, personajes e información contemplada, y para llevar a cabo los ajustes pertinentes en la creatividad antes de publicarlos.
- 4.- Comprobar la pertinencia y efectividad de la campaña en la población objetivo (primaria y/o secundaria) definida durante su planeación.
- 5.- Medir la recordación espontánea y ayudada de los mensajes difundidos, así como la identificación de la dependencia o entidad emisora de los mismos.
- 6.- Verificar la claridad de los mensajes transmitidos.
- 7.- Valorar la efectividad de los medios de comunicación utilizados para su difusión.
- 8.- Conocer la opinión generada en la población objetivo.
- 9.- Corroborar el cumplimiento objetivo comunicacional y la meta establecida durante la planeación de la campaña.
- 10.- Otros de interés de la Procuraduría General de la República.

Lo anterior, resultó en indicadores del pleno interés de la Dirección General de Comunicación Social, levantados en un periodo que facultó la toma de decisiones en

materia de difusión de las campañas de información autorizadas y que las hizo más certeras y planificadas.

Los resultados se obtuvieron en bases de datos que permiten la aplicación de filtros para conocer características específicas de la población encuestada y en informes ejecutivos de fácil interpretación.

Aquí se presentan las fichas descriptivas:

1ra encuesta 2008

Levantamiento		1 y 5 de agosto de 2008
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.	
Objetivo	Evaluar la opinión de la ciudadanía respecto a la criminalidad, justicia y desempeño de instituciones gubernamentales.	
Universo	Todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.	
Muestra	800 casos exitosos.	
Muestreo	Estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo será la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.	
Error teórico	± 3.5%, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por región y por tipo de sección.	

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

2da encuesta 2008

Levantamiento		19 al 23 de septiembre de 2008
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.	
Objetivo	El objetivo del estudio fue Evaluar la opinión de la ciudadanía respecto la seguridad pública y las instituciones responsables de ella.	
Universo	Todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.	
Muestra	800 casos exitosos.	
Muestreo	Estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo será la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.	

Error teórico	± 3.5%, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por región y por tipo de sección.
----------------------	---

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

3ra encuesta 2008

Levantamiento		14 al 18 de noviembre de 2008	
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.		
Objetivo	El objetivo del estudio fue Evaluar la opinión de la ciudadanía respecto la seguridad pública, narcotráfico y las instituciones responsables de éstos.		
Universo	Todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.		
Muestra	800 casos exitosos.		
Muestreo	Estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo será la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.		
Error teórico	± 3.5%, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por región y por tipo de sección.		

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

4ta encuesta 2008

Levantamiento		17 al 22 de diciembre de 2008	
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.		
Objetivo	El objetivo del estudio fue Evaluar la opinión de la ciudadanía respecto la seguridad pública, narcotráfico y las instituciones responsables de éstos.		
Universo	Todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Tuxtla Gutiérrez, Hermosillo y Guadalajara.		
Muestra	800 casos exitosos.		
Muestreo	Estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo será la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.		
Error teórico	± 3.5%, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por región y por tipo de sección.		

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Total de ejercicios realizados en el año 2008 y su costo			
Levantamiento	Agencia encuestadora	Tipo de encuesta	Costo
1ra 2008 1 al 5 de agosto	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)
2da 2008 19 al 23 de septiembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)
3ra 2008 14 al 18 de noviembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)
4ta 2008 17 al 22 de diciembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Los indicadores específicos recopilados fueron:

- Conocimiento de las funciones de un Fiscal 2008
- Conocimiento de las funciones y atribuciones de los AMPF 2008
- Conocimiento de las funciones y atribuciones de PGR 2008
- Conocimiento de programas y campañas de difusión 2008
- Conocimiento de Reforma al Sistema de Justicia Penal 2008
- Coyunturas 2008
- Cultura de la denuncia 2008
- Delitos que más preocupan a la ciudadanía 2008
- Diagnóstico de causas de la criminalidad en orden de importancia 2008
- Diagnóstico de problemas sociales en orden de importancia 2008
- Evaluación de desempeño del titular de la PGR 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico del combate a los delitos electorales 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico del combate a los delitos federales 2008

- Evaluación de la PGR según el tema específico del combate al crimen organizado 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico del respeto a los derechos humanos 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico la coordinación y cooperación internacional 2008
- Evaluación de la PGR según la capacidad de comunicar sus logros 2008
- Factores que influyen en las opiniones creadas sobre PGR 2008
- Índice de confianza de los AMPF en comparación con otros actores del sistema de justicia 2008
- Índice de confianza en la PGR comparada con el resto del Gabinete de Seguridad 2008
- Jerarquía de la PGR según sus funciones en comparación con el Gabinete de Seguridad 2008
- Medios recomendados para la difusión de mensaje institucionales de PGR 2008
- Mención de prioridades de la PGR según la realidad actual 2008
- Mensajes en medios recordados que impliquen a PGR
- Niveles de contacto ciudadano con la PGR, trámites – servicios 2008
- Opinión dura y blanda sobre la PGR y el resto del Gabinete de Seguridad 2008
- Opinión dura y blanda sobre los Agentes del Ministerio Público Federales (AMPF)2008
- Percepción de los servicios que ofrece la PGR 2008
- Percepción sobre la credibilidad de los AMPF 2008
- Percepción sobre la credibilidad de PGR comparada con el Gabinete de Seguridad 2008
- Percepción sobre la criminalidad en comparación con el año inmediato anterior 2008
- Percepción sobre la eficiencia de los AMPF 2008
- Percepción sobre la eficiencia de PGR comparada con el Gabinete de Seguridad 2008
- Percepción sobre la imagen de los AMPF 2008
- Percepción sobre la imagen de PGR 2008
- Percepción sobre los niveles de transparencia de los AMPF 2008
- Percepción sobre los niveles de transparencia de PGR comparada con el Gabinete de Seguridad 2008
- Percepciones sobre el concepto justicia 2008
- Percepciones sobre la capacidad profesional de los AMPF 2008
- Presencia de la PGR en los medios de comunicación 2008
- Principales connotaciones hacia el titular de la PGR 2008

- Principales connotaciones que inspira la PGR 2008
- Principales connotaciones que inspiran los AMPF 2008
- Principales logros de la PGR identificados en el 2008
- Principales rezagos de la PGR identificados en el 2008

El resultado de los informes ejecutivos **2008** junto con sus respectivas gráficas, se puede consultar en el hipervínculo:

<http://www.pgr.gob.mx/Temas%20Relevantes/transparencia/estudiosyopinionesPGR.asp>

▶ 2009

Durante el 2009 no fue posible desarrollar las encuestas por razones de carácter presupuestal. Sin embargo, como en 2007, la Dirección General de Comunicación Social se dio a la tarea de realizar un compendio de encuestas externas que fueron del dominio público, elaboradas por agencias privadas de reconocido prestigio y publicadas a través de los medios de comunicación masiva.

Tales ejercicios de investigación, de forma paralela y complementaria a la ejecución del programa que es materia de este informe, contribuyeron a la toma de decisiones en materia de difusión.

▶ 2010

En seguimiento a los procesos consolidados en los años anteriores, en este periodo se dio seguimiento a los indicadores conocidos de 2008 y 2009, y a su vez se abundó en significados más amplios de la justicia para impulsar la participación de los ciudadanos en la mejora continua de la Procuraduría General de la República.

Otros objetivos estratégicos, además de delinear y dar sustento a las políticas de comunicación institucionales (como son la generación de productos informativos y la realización de campañas publicitarias más certeras y eficaces; determinar su alcance sustantivo y geográfico, así como medir su impacto) fue el posicionamiento de la reforma al sistema de justicia penal mexicano, el combate al narcotráfico, los derechos humanos y el fomento a la denuncia ciudadana.

Se previene que en esta etapa, las encuestas fueran contrastadas con *indicadores cualitativos* mediante la realización de *Grupos Focales*.

Lo anterior se materializó con una nueva contratación del servicio de *levantamiento de encuestas*, esta vez considerando no sólo las *investigaciones en viviendas* sino la

oportunidad de hacer *levantamientos telefónicos* y los citados *Grupos Focales*, dado un estudio de mercado previo y el techo presupuestal asignado entonces, por un monto máximo de \$1,995,000.00 (un millón novecientos noventa y cinco mil 00/100 M.N.) el cual no incluye el impuesto al valor agregado y un monto mínimo de \$798,000.00 (setecientos noventa y ocho mil 00/100 M.N.) el cual no incluye el impuesto al valor agregado).

En apego al marco jurídico que regula los criterios de excepción de licitación pública, se emitió un Anexo Técnico con la metodología requerida y se solicitó la invitación a 6 personas morales para el concurso de sus servicios y la contratación de “Levantamiento de Encuestas Nacionales en Vivienda, Telefónicas y de Grupos de Enfoque”, siendo en orden alfabético las empresas:

- 1.- Berumen y Asociados, S. A. de C. V.
- 2.- BGC Beltrán y Asociados.
- 3.- Covarrubias y Asociados.
- 4.- Ipsos Public Affairs.
- 5.- Lexia Investigación Cualitativas, S.A. de C.V.
- 6.- MERCAEI, S. A. de C. V.

Al dictaminarse que Covarrubias y Asociados ofreció el costo más bajo de los servicios y a su vez cumplió con los requerimientos solicitados, se iniciaron los trabajos de coordinación con dicha empresa para las gestiones administrativas, técnicas, operativas, así como el análisis y compendio de los instrumentos de medición.

Así fue posible aplicar 5 encuestas, las cuales se describen a continuación:

1ra encuesta 2010

Levantamiento		3 al 9 de agosto de 2010
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.	
Objetivo	El objetivo del estudio fue Evaluar la opinión de la ciudadanía respecto al nivel de conocimiento e imagen de instituciones gubernamentales, incluyendo a la PGR así como de indicadores estratégicos sobre delincuencia.	
Universo	El universo del estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.	
Muestra	1,000 casos exitosos.	

Muestreo	Estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo será la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de $\pm 3.1\%$, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por región y por tipo de sección.

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

2da encuesta 2010

Levantamiento		11 y 16 de agosto de 2010	
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.		
Objetivo	El objetivo del estudio fue Evaluar la opinión de la ciudadanía sobre diversos temas que permitan definir estrategias para las campañas de comunicación.		
Universo	El universo del estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.		
Muestra	1,200 casos exitosos.		
Muestreo	Estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo será la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.		
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de $\pm 2.83\%$, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por región y por tipo de sección.		

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

3ra encuesta 2010

Levantamiento		19 y 22 de agosto de 2010	
Tipo	Se trata de una encuesta telefónica, entrevistando a sólo una persona por vivienda (selección de las 32 entidades federativas del país).		
Objetivo	Evaluar el nivel de conocimiento y opinión del Programa de Recompensas de la PGR, disposición a distintos tipos de denuncia y la disposición a recibir información del programa así como conocer la percepción de la ciudadanía sobre el "Diálogo por la Seguridad", victimización y alternativas de combate al crimen organizado.		
Universo	El universo del estudio fueron ciudadanos residentes en zonas urbanas de cualquiera de las 32 entidades federativas del país, que tengan entre 18 años y más de edad de ambos sexos.		
Muestra	662 casos exitosos.		
Muestreo	El marco muestral lo constituyen los Directorios Blancos de las diferentes entidades federativas. El procedimiento de muestreo fue estratificado por entidad federativa y polietápico aleatorio al interior de cada entidad con arranque sistemático, donde la primera unidad de muestreo fue la página del directorio y la última el número.		

Error teórico	El error teórico de estimación para proporciones globales es de $\pm 3.81\%$ al nivel de confianza del 95%. La supervisión del trabajo de campo fue coincidental al 100%. Además de 10% de monitoreo para validación. Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad.
----------------------	--

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

4ta encuesta 2010

Levantamiento		1 y 6 de octubre de 2010	
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.		
Objetivo	El objetivo del estudio fue obtener información válida y confiable sobre el uso de medios por parte de la población, así como evaluar la opinión de la ciudadanía respecto al nivel de conocimiento e imagen de instituciones gubernamentales, incluyendo a la PGR. Se circunscriben algunos indicadores de coyuntura.		
Universo	El universo del estudio fueron ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.		
Muestra	1,000 casos exitosos.		
Muestreo	El procedimiento de muestreo fue estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo fue la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.		
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de $\pm 3.1\%$, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad.		

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

5ta encuesta 2010

Levantamiento		5 al 10 de noviembre de 2010	
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.		
Objetivo	El objetivo del estudio fue obtener información válida y confiable sobre temas coyunturales de la agenda social de los mexicanos.		
Universo	El universo del estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Campeche.		
Muestra	807 casos exitosos.		
Muestreo	El procedimiento de muestreo fue estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo fue la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.		
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de $\pm 3.45\%$, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad.		

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Total de ejercicios realizados en el año 2010 y su costo			
Levantamiento	Agencia encuestadora	Tipo de encuesta	Costo
1ra 2010 3 al 9 de agosto	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 241,860.00 (Doscientos cuarenta y un mil ochocientos sesenta pesos M.N., incluye IVA)
2da 2010 11 al 16 de agosto	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 263,320.00 (Doscientos sesenta y tres mil trescientos veinte pesos M.N., incluye IVA)
3ra 2010 19 y 22 de agosto	Covarrubias y Asociados	Telefónica	\$ 73,080.00 (Setenta y tres mil ochenta pesos M.N., incluye IVA)
4ta 2010 1 al 6 de octubre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 241,860.00 (Doscientos cuarenta y un mil ochocientos sesenta pesos M.N., incluye IVA)
5ta 2010 5 al 10 de noviembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$ 213,440.00 (Doscientos trece mil cuatrocientos cuarenta pesos M.N., incluye IVA)

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Los indicadores específicos recopilados (se hace patente el seguimiento en el tiempo) fueron:

- Apoyo del gobierno de los EU en la lucha contra la criminalidad 2010
- Aprobación de la PGR según su desempeño 2010
- Aprobación de mayor gasto público contra la criminalidad 2010
- Cadena perpetua 2010
- Cártel posicionado como más violento 2010
- Cercanía con los ciudadanos 2010
- Comparación de la justicia mexicana con otros países 2010
- Conocimiento de la PGR en comparación con el resto del Gabinete de Seguridad 2008 - 2010
- Conocimiento de las funciones de un Fiscal 2008

- Conocimiento de las funciones y atribuciones de los AMPF 2008
- Conocimiento de las funciones y atribuciones de PGR 2008 - 2010
- Conocimiento de programas y campañas de difusión 2008 - 2010
- Conocimiento de Reforma al Sistema de Justicia Penal 2008 - 2010
- Corresponsabilidad 2010
- Coyunturas 2008
- Coyunturas 2010
- Credibilidad en las campañas de gobierno 2010
- Cultura de la denuncia 2008 - 2010
- Cultura de la denuncia 2010
- Delitos de alto impacto 2010
- Delitos del fuero federal y delitos del fuero común 2010
- Delitos que más preocupan a la ciudadanía 2008
- Derechos Humanos 2010
- Diagnóstico de causas de la criminalidad en orden de importancia 2008
- Diagnóstico de problemas sociales en orden de importancia 2008
- Efectos percibidos de la violencia en infantes y adolescentes 2010
- Evaluación de la PGR según el tema específico del combate a los delitos electorales 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico del combate a los delitos federales 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico del combate al crimen organizado 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico del respeto a los derechos humanos 2008
- Evaluación de la PGR según el tema específico la coordinación y cooperación internacional 2008
- Evaluación de la PGR según la capacidad de comunicar sus logros 2008
- Factores que influyen en las opiniones creadas sobre PGR 2008 - 2010
- Funciones de la PGR 2010
- Hábitos de consumo de medios 2010
- Índice de confianza de los AMPF en comparación con otros actores del sistema de justicia 2008 - 2010
- Índice de confianza en la PGR comparada con el resto del Gabinete de Seguridad 2008 - 2010
- Jerarquía de la PGR según sus funciones en comparación con el Gabinete de Seguridad 2008 - 2010
- Jurisdicción penal 2010
- Lavado de dinero 2010

- Linchamientos 2010
- Mando único policial 2010
- Medios de comunicación y la violencia 2010
- Medios recomendados para la difusión de mensaje institucionales de PGR 2008 - 2010
- Mención de prioridades de la PGR según la realidad actual 2008 - 2010
- Mensajes en medios recordados que impliquen a PGR 2008 - 2010
- Narcoterrorismo 2010
- Niveles de contacto ciudadano con la PGR, trámites – servicios 2008 - 2010
- Opinión dura y blanda sobre el titular de la PGR como persona 2008
- Opinión dura y blanda sobre el titular de la PGR como servidor público 2008
- Opinión dura y blanda sobre la PGR y el resto del Gabinete de Seguridad 2008
- Opinión dura y blanda sobre los Agentes del Ministerio Público Federales (AMPF)2008
- Papel de las instituciones en uso de la difusión 2010
- Percepción de los servicios que ofrece la PGR 2008 - 2010
- Percepción sobre la credibilidad de los AMPF 2008 - 2010
- Percepción sobre la credibilidad de PGR comparada con el Gabinete de Seguridad 2008 - 2010
- Percepción sobre la criminalidad en comparación con el año inmediato anterior 2008
- Percepción sobre la eficiencia de los AMPF 2008 - 2010
- Percepción sobre la eficiencia de PGR comparada con el Gabinete de Seguridad 2008 - 2010
- Percepción sobre la imagen de los AMPF 2008 - 2010
- Percepción sobre la imagen de PGR 2008 - 2010
- Percepción sobre los niveles de transparencia de los AMPF 2008
- Percepción sobre los niveles de transparencia de PGR comparada con el Gabinete de Seguridad 2008
- Percepciones sobre el concepto justicia 2008 - 2010
- Percepciones sobre la capacidad profesional de los AMPF 2008
- Percepciones sobre acciones estratégicas contra la criminalidad y posibles efectos de la cobertura mediática 2010
- Posibles sinergias de la violencia criminal 2010
- Presencia de la PGR en los medios de comunicación 2008 - 2010
- Principal preocupación, narcotráfico o narcomenudeo 2010
- Principales connotaciones que inspira la PGR 2008 - 2010
- Principales connotaciones que inspiran los AMPF 2008 - 2010
- Principales logros de la PGR identificados en el 2008

- Principales rezagos de la PGR identificados en el 2008
- Recordación espontánea de hechos violentos 2010
- Recordación espontánea de logros de la PGR 2010
- Reforma al Sistema Nacional de Seguridad y Justicia 2010
- Riesgos inherentes a la cobertura mediática 2010
- Supuesto combate selectivo al narcotráfico 2010
- Supuestos de diálogo directo entre la ciudadanía y el C. Procurador 2010
- Victimización delitos del fuero común y delitos federales

El resultado de los informes ejecutivos **2010** junto con sus respectivas gráficas, se puede consultar en el hipervínculo:

<http://www.pgr.gob.mx/Temas%20Relevantes/transparencia/estudiosyopinionesPGR.asp>

► 2011

Es en el año 2011 cuando la experiencia de los procesos antes descritos adicionada a la implementación de criterios estratégicos de largo alcance, permitió que el programa tuviera un impacto en la generalidad de la institución, ya que se puso a disposición de las áreas sustantivas de la PGR y sus órganos auxiliares.

Para ello, **La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública** se vinculó con la **Estrategia de Administración de Riesgos institucional**, correspondiendo a la necesidad de generar un punto de partida común y analizar los niveles de confianza de la institución en la esfera ciudadana.

La **Estrategia de Administración de Riesgos** se describe en la Presentación, Antecedentes y Fundamento Legal de esta Memoria Documental.

Así, la Dirección General de Comunicación Social en coordinación con la Visitaduría General (organismo que tuteló en 2011 el abatimiento de los **Riesgos** detectados), determinaron la creación de un grupo de trabajo para la definición de *temáticas, indicadores y metodologías* de las subsecuentes encuestas, teniendo como enfoque estratégico el identificar los rubros prioritarios de las áreas sustantivas a fin de constituirlos como elementos consensuados, los cuales, una vez aplicados en instrumentos de medición, reflejaran los índices de confianza deseada.

Dada la experiencia acumulada por la Dirección General de Comunicación Social (años 2008 y 2010), el *Alcance* de las acciones en 2011 convirtió a esta unidad administrativa en rectora de los esfuerzos:

Alcance		DGCS	Grupo de Trabajo Definido
Plantear cuestionarios de acuerdo a las necesidades de la Institución.			
Definición de protocolos para la identificación de necesidades de las áreas sustantivas.			
Elaborar estudios de opinión y aplicación de otros instrumentos de medición de la percepción ciudadana.			
Diseño, creación y operación de la base de datos sobre la cual se depositarán los resultados.			
Definición del protocolo de difusión de resultados de los estudios de opinión.			

De esta manera y con el visto bueno de la Visitaduría General, se dio seguimiento a una ruta crítica de trabajo:

Fases o etapas	I. Establecimiento del Grupo de Trabajo	II. Definición del objetivo estratégico para la medición de la percepción ciudadana con la participación de las áreas sustantivas	III. Identificación de los rubros sobre los cuales se deberán realizar mediciones de opinión pública	IV. Establecimiento de criterios presupuestales y contratación de proveedores	V. Elaboración de los instrumentos de medición	VI. Difusión de los resultados a través del mecanismo establecido
Evidencia	Minuta de trabajo	Redacción consensuada del objetivo	Definición de los temas (ver alcance) de la DGCS a las áreas sustantivas sobre los temas en los cuales se requiere medición de la percepción ciudadana	Contrato	Elaboración de encuestas y otros instrumentos	Difusión de los resultados en la base de datos

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Una vez sistematizadas las etapas, se procedió al *Establecimiento del Grupo de Trabajo*, siendo las siguientes unidades administrativas las promotoras de las encuestas respectivas:

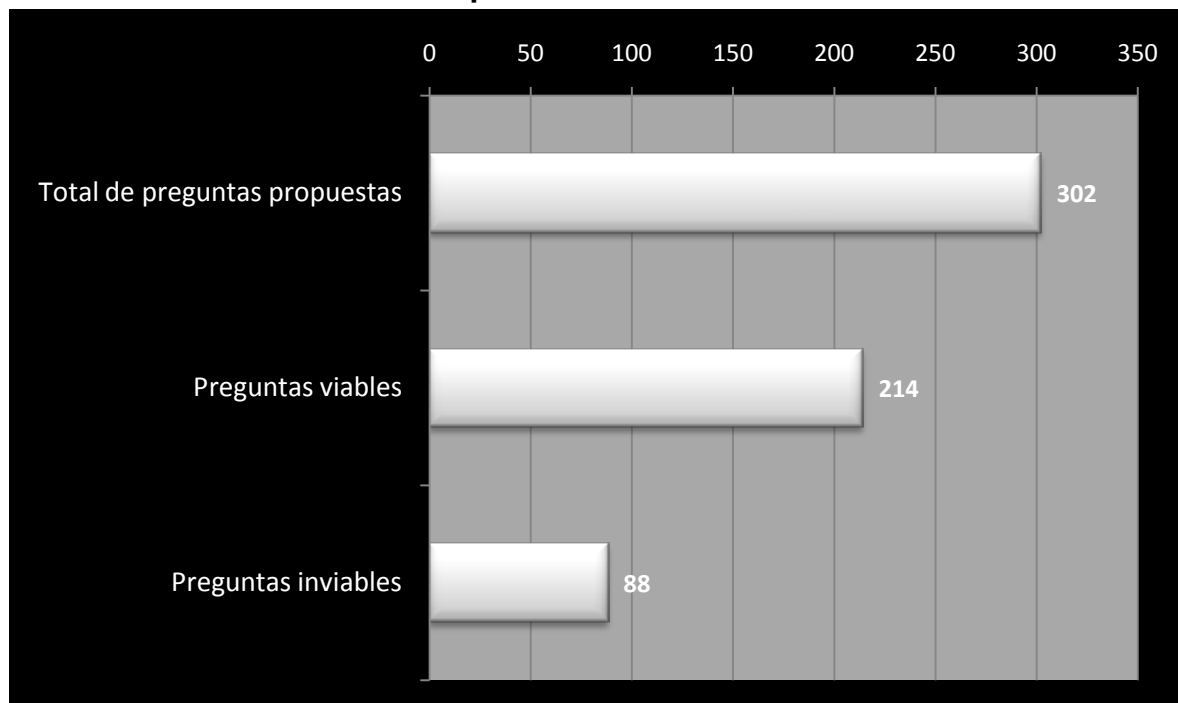
- Oficina del (la) titular de la PGR (a través de su Coordinación de Asesores),
- Visitaduría General y Dirección General de Comunicación Social (a través de coordinadores del proyecto),

Y mediante enlaces designados:

- Subprocuraduría de Control Regional, Procedimientos Penales y Amparo,
- Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delincuencia Organizada,
- Subprocuraduría de Derechos Humanos, Atención a Víctimas y Servicios a la Comunidad,
- Dirección General de Tecnologías de Información y Comunicaciones,
- Fiscalía Especial para los Delitos de Violencia contra las Mujeres y Trata de Personas,
- Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Cometidos contra la Libertad de Expresión,
- Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales,
- Coordinación de Planeación, Desarrollo e Innovación Institucional,
- Centro Nacional de Planeación, Análisis e Información para el Combate a la Delincuencia,
- Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delitos Federales,
- Subprocuraduría Jurídica y de Asuntos Internacionales, y
- Dirección General de Coordinación de Servicios Periciales.

En sesión colegiada se realizaron las labores para detectar los *temas prioritarios* a evaluar y las *preguntas específicas* con las que se ejecutaría el trabajo de campo.

Temas prioritarios a evaluar en 2011



Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Los temas aprobados fueron los siguientes:

- Problemática Nacional
- Evaluación de desempeño: combate a delitos federales
- Conocimiento: Gabinete de Seguridad
- Opinión: Gabinete de Seguridad
- Confianza: Gabinete de Seguridad
- Evaluación al desempeño: Gabinete de Seguridad
- Corrupción: autoridades federales
- Confianza: autoridades locales
- Evaluación al desempeño: autoridades locales
- Corrupción: autoridades locales
- Conocimiento sobre las funciones institucionales
- Operativos Conjuntos
- Imagen PGR
- Participación Ciudadana
- Conocimiento: delitos federales
- Conocimiento: FEPADE
- Evaluación de desempeño: FEPADE
- Cultura de la legalidad
- Aspecto social
- Prevención del delito
- Conocimiento sobre otras funciones institucionales
- Derechos Humanos
- Libertad de Expresión
- Tejido Social

Una vez ratificadas las preguntas y el enfoque de cada una de ellas, la DGCS procedió a la contratación de los servicios de levantamiento de encuestas.

Ulterior a un sondeo de mercado y bajo los criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad y honradez, se procedió a la adjudicación directa de la empresa Covarrubias y Asociados S.C., por un monto mínimo de \$329,310.34 (trescientos veintinueve mil trescientos diez pesos 34/100 M.N.) y un monto máximo de \$823,275.86 (ochocientos veintitrés mil doscientos setenta y cinco pesos 86/100 M.N.). Las cantidades no incluyen el I.V.A.

Así fue posible aplicar 5 encuestas que se describen a continuación:

1ra encuesta 2011

Levantamiento		21 de noviembre al 5 de diciembre de 2011
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales de la República Mexicana.	
Objetivo	El objetivo del estudio fue Evaluar la opinión de la ciudadanía respecto al nivel de conocimiento e imagen de la PGR y diversas instancias gubernamentales, así como la opinión acerca de la problemática a la que nos enfrentamos los mexicanos, hoy en día.	
Universo	El universo del estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales de la República Mexicana.	
Muestra	1,231 casos exitosos.	
Muestreo	El procedimiento de muestreo fue estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo fue la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.	
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de $\pm 2.79\%$, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad.	

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

2da encuesta 2011

Levantamiento		30 de noviembre al 3 de diciembre de 2011
Tipo	Se trata de una encuesta telefónica, entrevistando a sólo una persona de 18 años y más por vivienda.	
Objetivo	El objetivo general del estudio fue: Evaluar el desempeño e imagen de las autoridades locales en materia de justicia y seguridad pública, así como obtener la percepción de los ciudadanos sobre temas como la libertad de expresión y el tejido social en relación con la justicia mexicana.	
Universo	El universo del estudio fueron ciudadanos residentes en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey de 18 años y más de ambos sexos.	
Muestra	510 casos exitosos.	
Muestreo	Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad de acuerdo a los datos del INEGI censo 2010.	
Error teórico	El error teórico de estimación es de $\pm 4.34\%$ a nivel global en el nivel de confianza del 95%.	

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

3ra encuesta 2011

Levantamiento		7 y 10 de diciembre de 2011
Tipo	Se trata de una encuesta telefónica, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara.	
Objetivo	El objetivo del estudio fue obtener información válida y confiable sobre temas coyunturales de justicia y seguridad en México como son: narcotráfico, secuestro y terrorismo.	
Universo	El universo del estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara.	
Muestra	612 casos exitosos.	
Muestreo	Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad de acuerdo a los datos del INEGI censo 2010.	
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de 3.96%, en el nivel de confianza del 95%.	

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

4ta encuesta 2011

Levantamiento		15 y 16 de diciembre de 2011
Tipo	Se trata de una encuesta telefónica, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara.	
Objetivo	El objetivo del estudio fue obtener información acerca de la opinión que tienen los mexicanos respecto a la justicia y aplicación de las leyes en nuestro país, así como el conocimiento de delitos federales y la evaluación del desempeño del gobierno en esta materia.	
Universo	El universo de estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales del Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara.	
Muestra	408 casos exitosos.	
Muestreo	Estratificado por entidad federativa polietápico aleatorio con saltos sistemáticos donde la primera unidad de muestreo es la página del directorio blanco y la última el número telefónico.	
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de 4.85%, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad.	

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

5ta encuesta 2011

Levantamiento		16 al 31 de diciembre de 2011
Tipo	Se trata de una encuesta en vivienda, entrevistando a sólo una persona por vivienda en las zonas urbanas y rurales de la República Mexicana.	
Objetivo	El objetivo del estudio fue obtener información de qué tanto conocemos los mexicanos las acciones que está llevando a cabo la PGR para procurar justicia y combatir la delincuencia, así mismo evaluar el nivel de conocimiento y la opinión hacia diversos delitos federales y las formas para prevenir un delito.	
Universo	El universo del estudio fueron todos los ciudadanos mayores de 18 años de poblaciones urbanas y rurales de la República Mexicana.	
Muestra	1100 casos exitosos.	
Muestreo	El procedimiento de muestreo fue estratificado por tipo de sección y polietápico aleatorio en donde la primera unidad de muestreo fue la sección electoral, la segunda la manzana y la última la vivienda.	
Error teórico	El error teórico de estimación para las proporciones globales, es de 2.95%, en el nivel de confianza del 95%. Se utilizaron factores de expansión por sexo y edad.	

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Ejercicios realizados en el año 2011			
Levantamiento	Agencia encuestadora	Tipo de encuesta	Costo
2011 21 de noviembre y 5 de diciembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$267,600.00 (Doscientos sesenta y siete mil seiscientos pesos M.N., incluye IVA)
2011 16 al 31 de diciembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Nacional en Vivienda	\$64,500.00 (Sesenta y cuatro mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)
2011 30 de noviembre al 3 de diciembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Telefónica	\$79,800.00 (Setenta y nueve mil ochocientos pesos M.N., incluye IVA)
2011 7 al 10 de diciembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Telefónica	\$49,600.00 (Cuarenta y nueve mil seiscientos pesos M.N., incluye IVA)
2011 15 al 16 de diciembre	Covarrubias y Asociados	Encuesta Telefónica	\$257,400.00 (Doscientos cincuenta y siete mil cuatrocientos pesos M.N., incluye IVA)

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

El resultado de los informes ejecutivos 2011 junto con sus respectivas gráficas, se socializaron mediante una sesión del Grupo de Trabajo descrito en párrafos anteriores, y éstos se pueden consultar en el hipervínculo:

<http://www.pgr.gob.mx/Temas%20Relevantes/transparencia/estudiosyopinionesPGR.asp>

► 2012

Como se puede constatar en las fechas de levantamiento de las encuestas correspondientes al año 2011, la entrega de los reportes iniciales de resultados se elaboró en el último mes de ese año y en enero de 2012. Esto se debe al proceso de acciones descritas en la ruta crítica del 2011, las cuales se articularon y se fueron llevando a cabo de manera gradual.

Por lo anterior, los resultados de las encuestas de 2011 han sido útiles para efectos de análisis y toma de decisiones durante el primer semestre de 2012.

Con el fin de evitar contradicciones a la normatividad electoral no se realizaron nuevas encuestas en este periodo.

-o0o-

VIII. SEGUIMIENTO Y CONTROL

Seguimiento y control administrativo

La Dirección General de Comunicación Social hace constar que una vez cumplimentada la auditoría No. 02/2010 al rubro “Recursos Materiales y Financieros”, con número de seguimiento 16/11-02/10 y fechada el 16 de enero de 2012 (ver anexo 2 oficio No. O.I.C. -17/042/2012), el saldo del citado informe es de:

► **0 (cero) observaciones.**

Seguimiento y control operativo y de los procesos vinculativos

Bajo los criterios de la **Estrategia de Administración de Riesgos institucional**, ver Presentación, Antecedentes y Fundamento Legal de esta Memoria Documental, a través de misiva suscrita por el Titular de la Coordinación de Planeación Desarrollo e Innovación Institucional (COPLADII, entidad sustitutoria de la Visitaduría General para este proceso) de fecha 27 de julio de 2012 (ver Anexo 3), se hace constar el siguiente *Reporte de Estado de Avance*:

Avance (Escala 1 a 5)		La acción de mejora ha concluido de acuerdo a lo establecido en la ficha técnica. Toda la evidencia generada para atender cada una de las etapas comprometidas se encuentra bajo el resguardo del Enlace de Seguimiento quien fue nombrado por el Director General de Comunicación Social.			
Concluida		Evidencia comprometida	Responsables de la evidencia		Valoración de evidencia por fase o etapa
Fases o etapas	I Establecimiento del Grupo de Trabajo	Minuta de trabajo	DGCS	VG	► La evidencia cumple con los Lineamientos para el seguimiento de los compromisos de la Estrategia de Administración de Riesgos y con lo definido en la presente fase de la acción de mejora.
	II Definición del objetivo estratégico para la medición de la percepción ciudadana con la participación de las áreas sustantivas	Redacción consensuada del objetivo	DGCS	Áreas sustantivas	► La evidencia cumple con los Lineamientos para el seguimiento de los compromisos de la Estrategia de Administración de Riesgos y con lo definido en la presente fase de la acción de mejora.
	III Identificación de los rubros sobre los cuales se deberán realizar mediciones de opinión pública	Definición de los temas de la DGCS a las áreas sustantivas sobre los temas en los cuales se requiere medición de la percepción ciudadana		Áreas sustantivas	► La evidencia cumple con los Lineamientos para el seguimiento de los compromisos de la Estrategia de Administración de Riesgos y con lo definido en la presente fase de la acción de mejora.
	IV Establecimiento de criterios presupuestales y contratación de proveedores	Contrato		Comité	► La evidencia cumple con los Lineamientos para el seguimiento de los compromisos de la Estrategia de Administración de Riesgos y con lo definido en la presente fase de la acción de mejora.
	V Elaboración de los instrumentos de medición	Elaboración de encuestas y otros instrumentos		DGCS	► La evidencia cumple con los Lineamientos para el seguimiento de los compromisos de la Estrategia de Administración de Riesgos y con lo definido en la presente fase de la acción de mejora.

VI Difusión de los resultados a través del mecanismo establecido	Difusión de los resultados en la base de datos	DGCS	<p>► La evidencia cumple con los Lineamientos para el seguimiento de los compromisos de la Estrategia de Administración de Riesgos y con lo definido en la presente fase de la acción de mejora.</p>
---	--	------	--

Fuente: Coordinación de Planeación Desarrollo e Innovación Institucional (COPLADII), PGR

Transparencia Focalizada

En seguimiento a la normatividad inherente, los resultados de las encuestas son accesibles al público en general mediante el hipervínculo:

<http://www.pgr.gob.mx/Temas%20Relevantes/transparencia/estudiosyopinionesPGR.asp>

IX. RESULTADOS Y BENEFICIOS ALCANZADOS

Desde el punto de vista cuantitativo, los resultados de **La Medición de la Percepción Ciudadana, Encuestas de Opinión Pública** son contundentes ya que superan en un 700% los ejercicios de medición realizados durante la administración 2000-2006:

Numeralia de encuestas		
Encuestas levantadas durante la anterior administración	Encuestas levantadas de 2006 a 2011	Diferencia
2	14	+700%

Fuente: Dirección General de Comunicación Social, Procuraduría General de la República.

Lo anterior a pesar de que en el año **2009** no fue posible implementar las encuestas por razones de carácter presupuestal y en **2012** se evitó caer en posibles contradicciones con la normatividad electoral.

En materia cualitativa, la reducción de tiempos entre uno y otro ejercicio de investigación, el cúmulo y seguimiento de indicadores, sin duda se convirtieron en insumos de consulta cotidiana para el ejercicio de una comunicación social más tecnicada.

Asimismo, la coordinación de las encuestas generó experiencia en perfiles adscritos a la Dirección General de Comunicación Social, sea para la elaboración de cuestionarios más certeros y eficaces, en la búsqueda de nuevos enfoques para indagar en la esfera pública, lo mismo en la interpretación de las bases de datos.

Los cuestionarios se concibieron de forma colegiada, aún más articulada, haciéndolos más útiles en el tiempo y menos subordinados a factores coyunturales.

Pero no sólo eso. En el ámbito sustantivo, los indicadores acumulados están al alcance de las Fiscalías de la institución, lo que posibilita informes particularizados sobre el estado que guarda en la percepción ciudadana la figura del *Ministerio Público de la Federación*, la *atención a víctimas del delito*, los propios *delitos federales* (con especial énfasis en aquellos de alto impacto: narcotráfico, secuestro, trata de personas, entre otros), los programas de *prevención del delito*, *ofrecimiento de recompensas* y el fomento a la *denuncia ciudadana*.

Con la implementación de las encuestas ha sido posible develar los niveles de conocimiento de la población mexicana en materia de *cultura de la legalidad* y sus percepciones sobre el *nuevo sistema de justicia penal*.

Al mismo tiempo, las encuestas, procedimientos y erogaciones presupuestales en cada caso, se han puesto al alcance de la población en general lo que fortalece los esquemas de transparencia institucionales:

<http://www.pgr.gob.mx/Temas%20Relevantes/transparencia/estudiosyopinionesPGR.asp>

Nombre de la persona física o moral que elaboró el estudio	Tipo de contratación	Periodo en el que se desarrolla	Costo	Consulta el estudio u opinión	Unidad Administrativa responsable de la información
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2008	\$195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)	2008 1ra	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2008	\$195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)	2008 2da	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2008	\$195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)	2008 3ra	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2008	\$195,500.00 (Ciento noventa y cinco mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)	2008 4ta	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2010	\$241,860.00 (Doscientos cuarenta y un mil ochocientos sesenta pesos M.N., incluye IVA)	2010 1ra	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2010	\$263,320.00 (Doscientos sesenta y tres mil trescientos veinte pesos M.N. incluye IVA)	2010 2da	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2010	\$73,080.00 (Setenta y tres mil ochenta pesos M.N., incluye IVA)	2010 3ra	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2010	\$241,860.00 (Doscientos cuarenta y un mil ochocientos sesenta pesos M.N., incluye IVA)	2010 4ta	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2010	\$213,440.00 (Doscientos trece mil cuatrocientos cuarenta pesos M.N., incluye IVA)	2010 5ta	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2011	\$267,600.00 (Doscientos sesenta y siete mil seiscientos pesos M.N., incluye IVA)	2011 1ra**	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2011	\$64,500.00 (Sesenta y cuatro mil quinientos pesos M.N., incluye IVA)	2011 2da**	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2011	\$79,800.00 (Setenta y nueve mil ochocientos pesos M.N., incluye IVA)	2011 3ra**	Dirección General de Comunicación Social
Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2011	\$49,600.00 (Cuarenta y nueve mil seiscientos pesos M.N., incluye IVA)	2011 4ta**	Dirección General de Comunicación Social

Covarrubias y Asociados S.C.	Contrato abierto	2011	\$257,400.00 (Doscientos cincuenta y siete mil cuatrocientos pesos M.N., incluye IVA)	2011 5ta**	Dirección General de Comunicación Social
------------------------------	------------------	------	---	------------	--

En apego a las obligaciones y atribuciones que se describen en el Marco Jurídico de este proyecto, se hizo posible cumplir a cabalidad compromisos programáticos de la PGR, la evaluación y abatimiento de riesgos que hacen de la Dirección General de Comunicación Social un coadyuvante directo, reuniendo insumos que serán trascendentes tanto para la comunicación como para las funciones generales y particulares de la institución.

Por todo lo anterior y con base en los estudios y análisis efectuados, se concluye que:

- La PGR es un órgano de gobierno ampliamente conocido por la ciudadanía.
- No obstante, la mayoría ignora las funciones concretas de la institución y en cambio le adjudican funciones que corresponden principalmente a los órganos policiacos.
- Con motivo de lo anterior, los niveles de confianza en la institución no son los deseados.
- La impunidad representa una de las principales preocupaciones ciudadanas y la PGR se le señala como responsable de evitarla en porcentajes relevantes.
- Dicha impunidad y su relación con el tráfico y consumo de drogas quizá representen el principal factor de desgaste para la imagen de la PGR.
- A pesar de lo anterior, es importante señalar que a la institución se le reconoce un margen de efectividad y voluntarismo en el contexto de su actuación.

Las encuestas han hecho evidentes nuevos enfoques de las *fortalezas y debilidades* de la PGR, siendo un elemento común la necesidad de fortalecer los programas internos de *combate a la corrupción, reclutamiento, evaluación y controles de confianza, y capacitación*.

-o0o-

X. INFORME FINAL DEL C. FEDERICO GÓMEZ POMBO, DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

La medición de la percepción ciudadana mediante el levantamiento de encuestas, más allá de los enfoques mercadológicos tradicionales, es una práctica virtuosa que fomenta la autoevaluación de las instituciones públicas e impulsa la participación ciudadana. Es un 'termómetro' que devela la asertividad de las políticas públicas, pero también las debilidades estructurales que obligan a dobles esfuerzos en materia de análisis y comunicación social.

Dado que la vinculación ciudadana es un eje estratégico de la PGR, sea a través de sus organismos de representación o mediante el acercamiento con la población abierta, sin duda las encuestas han sido un insumo útil para abundar en la cultura de la legalidad de los mexicanos, conocer sus aspiraciones más legítimas y ratificar la obligación que tiene el Ministerio Público de la Federación de depurar a sus cuadros, revisar sus protocolos de actuación y servir bien y mejor a la sociedad.

Aquí cabe subrayar que las encuestas tienen una relación antecedente y consecuente con el perfil de mando implementado por la C. Procuradora General de la República, Mtra. Marisela Morales Ibañez, quien nos afirma de manera cotidiana: *"En un Estado Democrático de Derecho, la construcción y preservación de la cultura de la legalidad no pueden entenderse sin la participación responsable y directa de los ciudadanos"*.

Los diagnósticos que nos ocupan, amplificados durante la presente administración y dispuestos para la consulta pública a nivel nacional e internacional, son claros y contundentes: el combate a la corrupción e impunidad son deberes forzados de la PGR. Las encuestas, bajo una metodología comprobada y controlada, han sido un componente esencial para dictaminar esas y otras realidades institucionales sobre las que se actúa con ahínco. Pero no sólo eso, nos han permitido corroborar que no es suficiente con la voluntad institucional.

Los ejercicios de investigación revelan creencias, valores, normas y acciones que hacen que las personas crean en el Estado de Derecho y lo defiendan mediante el acatamiento voluntario de las leyes; pero también lo contrario, es decir, el rechazo a la ilegalidad o el desconocimiento de la ley, haciendo doblemente compleja la tarea de procurar justicia.

En ese sentido, las encuestas tienen una utilidad delimitada.

No obstante, como se ha podido constatar en los distintos apartados de la presente Memoria Documental, se trata de puntos de partida esenciales que, por nuestra parte, obedecen a una vocación de transparencia y a la rendición de cuentas en la renovación institucional; así también, al interés de contextualizar nuestra labor y colocar en perspectiva la importancia de sumar esfuerzos con los tres niveles y órdenes de gobierno, a los que se evaluó en casi todos los casos.

La Mtra. Marisela Morales Ibañez lo tiene claro: *"En la medida en que la población constate que la seguridad y la justicia tienen un firme apoyo en la colaboración institucional, y que la diversidad de competencias no es obstáculo para la coordinación, se fortalecerá su confianza en el Estado Democrático de Derecho, y su determinación de practicar una nueva cultura de la legalidad"*.

Veamos entonces a las encuestas como eso: un elemento más en el propósito de procurar justicia con mayor calidad y una forma de concatenar los anhelos ciudadanos, nuestras debilidades estructurales y la obligación de actuar en consecuencia.

La C. Procuradora General de la República lo resume de forma concluyente: *"Una verdadera democracia no puede concebirse sin un Estado de Derecho eficaz, y éste no puede lograrse con la sola reforma de las instituciones. No importa qué tan bien diseñada y extensa sea la reforma institucional; no será eficaz si no tiene tras de sí, desde su concepción y en cada etapa de su desarrollo, el impulso, el respaldo y la vigilancia de los ciudadanos"*.

C. Federico Gómez Pombo

Director General de Comunicación Social

XI. ANEXOS

► Metodología 2008-2011

Para el levantamiento de encuestas, la técnica o metodología utilizada, está dividida en dos partes, encuestas en vivienda y encuestas telefónicas las cuales se describen a continuación:

Encuestas en Vivienda:

- Levantamiento de encuestas a población con representación estadística nacional.
- Encuestas realizadas, total o parcialmente, ya sea en la modalidad de a) Pre-test de Campaña Cuantitativo, b) Post-Test de Campaña, o c) de manera combinada, de acuerdo a las necesidades de la Procuraduría General de la República, como se establece en los Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas de Comunicación emitidos por la Secretaría de Gobernación.
- Los citados criterios tienen su fundamento en el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial cada año.

Se especifica que con base en dichos Criterios Metodológicos, un Pre-test de Campaña Cuantitativo para el universo considerado por la Dirección General de Comunicación Social (infinito), debe considerar un margen de error de +-4%, lo que remite a una muestra de 600 entrevistados.

En el caso de un Post-test de Campaña y tomando como referencia el mismo universo (infinito), el margen de error se deberá ubicar entre +-3% y +-3.5%, lo que remite a una muestra de entre 1,200 y 800 entrevistados.

- Asimismo, ha quedado a criterio de la Dirección General de Comunicación Social que las encuestas se apliquen total o parcialmente para explorar aspectos coyunturales inherentes a su función pública, en cuyo caso se aplican muestras en el rango de los 1,200 y 800 entrevistados.
- En todos los casos y posibles combinaciones, se ha llevado a cabo un muestreo probabilístico de mexicanos, hombres y mujeres mayores de edad y con credencial para votar, de ocupación y escolaridad indistinta y de nivel

socioeconómico heterogéneo, como se amplía en los Criterios Metodológicos antes citados.

- Las fechas específicas para el levantamiento de las encuestas han sido determinadas por la Dirección General de Comunicación Social.
- Los resultados se han entregado en los tiempos y formas acordados entre la Dirección General de Comunicación Social y el prestador de servicios de investigación, teniendo como límite 15 días posteriores a la fecha de levantamiento de cada encuesta.
- Los cuestionarios han sido elaborados por el licitante en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social.
- La aplicación de los cuestionarios ha sido presencial, cara a cara y en vivienda, es decir, con el instrumento aplicado en el hogar o ámbito natural del informante y han incluido datos con respecto de las fechas y los horarios específicos de levantamiento, así como un listado de la selección concreta de puntos seleccionados.
- Al momento de realizar el levantamiento de las encuestas, los entrevistadores han llevado un registro o folio de los cuestionarios y han mencionado a los entrevistados de la confidencialidad de la información recabada.
- Todo rechazo o abandono se ha registrado y contabilizado como parte de los hallazgos de la evaluación.
- El levantamiento de información no ha durado más de una semana, para que la información/recordación no se contamine con otros estímulos comunicativos del entorno.
- Se ha condicionado a que los evaluadores tengan experiencia en el manejo de encuestas cuantitativas, por lo cual el prestador de servicios ha entregado a la Dirección General de Comunicación Social, un padrón actualizado que especifica el historial de encuestas previas levantadas por cada entrevistador.
- Los entrevistadores se han capacitado específicamente en la técnica y en el instrumento aprobado por la Dirección General de Comunicación Social, para asegurar que todas las instrucciones anteriores de aplicación se cumplan.
- Los resultados de cada encuesta se presentan en plataforma Power Point (ppt) donde se incluyen las tablas, gráficas y principales hallazgos, además de la base de datos completa en plataforma Excel. También, un resumen analítico de la totalidad de los reactivos aplicados en los cuestionarios (aplicación Word).
- La Dirección General de Comunicación Social cuenta con la copia física de la totalidad de los instrumentos de medición aplicados y del formato de definición de la evaluación.
- El prestador de servicios de investigación asume por completo la responsabilidad civil, legal, laboral o de cualquier tipo de los recursos humanos y técnicos que emplee en la realización de la investigación.

- La Dirección General de Comunicación Social tiene derecho a recibir información sobre el progreso del proyecto y a supervisar las fases que juzgue necesario.
- El prestador de servicios de investigación debe garantizar estricta seguridad y confidencialidad durante todo el proceso, ya que la información que se recaba en cada estudio es única y exclusivamente propiedad de la Procuraduría General de la República.

Encuestas Telefónicas:

- El servicio requerido ha consistido en el levantamiento de encuestas telefónicas a muestras de población con representación estadística nacional, regional, local, o las combinaciones posibles entre ellas.
- Ha quedado a criterio de la Dirección General de Comunicación Social de la Procuraduría General de la República que las encuestas se apliquen total o parcialmente para explorar aspectos coyunturales inherentes a su función pública.
- Dado que dichos instrumentos de investigación tienen un fundamento casuístico, se ha considerado un margen de error de entre +-4% y +-5%, lo que remite a una muestra de entre 400 y 600 entrevistados.
- Se ha llevado a cabo un muestreo probabilístico/aleatorio de mexicanos, hombres y mujeres mayores de edad, de ocupación y escolaridad indistinta y de nivel socioeconómico heterogéneo.
- Las fechas específicas para el levantamiento de las encuestas han sido determinadas por la Dirección General de Comunicación Social de la Procuraduría General de la República con apego a la vigencia del contrato de prestación de servicios.
- Los resultados se han entregado en los tiempos y formas acordados entre la Procuraduría General de la República y el prestador de servicios de investigación, teniendo como límite 7 días posteriores a la fecha de levantamiento de cada encuesta.
- Los cuestionarios han sido elaborados por el licitante en coordinación con la Dirección General de Comunicación Social de la General de la República.
- La aplicación de los cuestionarios se ha realizado a personas con teléfono en su vivienda, es decir, con el instrumento aplicado en el ámbito natural del informante y han incluido datos con respecto de las fechas y los horarios específicos de levantamiento, así como un listado de la selección concreta de puntos seleccionados.
- Al momento de realizar el levantamiento de las encuestas, los entrevistadores llevaron un registro o folio de los cuestionarios e hicieron mención a los entrevistados de la confidencialidad de la información recabada.

- Todo rechazo o abandono se registró y contabilizará como parte de los hallazgos de la evaluación.
- El levantamiento de información no duró más de 3 días, para que la información/recordación no se contaminara con otros estímulos comunicativos del entorno.
- Los entrevistadores acreditaron experiencia en el manejo de encuestas cuantitativas, por lo cual el prestador de servicios entregó a la Dirección General de Comunicación Social un padrón actualizado que especificó el historial de encuestas previas levantadas por cada entrevistador.
- Los entrevistadores debieron capacitarse específicamente en la técnica y en el instrumento aprobado por la Dirección General de Comunicación Social, para asegurar que todas las instrucciones anteriores de aplicación se cumplieran.
- Los resultados de cada encuesta fueron entregados por el licitante mediante una presentación en plataforma Power Point (ppt) que incluyó las tablas, gráficas y principales hallazgos, además de la base de datos completa en plataforma Excel. También, con la entrega de los resultados se incluyó un resumen analítico de la totalidad de los reactivos aplicados en los cuestionarios (aplicación Word).
- También se hizo entrega a la Dirección General de Comunicación Social de una copia física de la totalidad de los instrumentos de medición aplicados y del formato de definición de la evaluación.
- El prestador de servicios de investigación asumió por completo la responsabilidad civil, legal, laboral o de cualquier tipo de los recursos humanos y técnicos empleados en la realización de la investigación.
- La Dirección General de Comunicación Social de la Procuraduría General de la República tuvo derecho a recibir información sobre el progreso del proyecto y a supervisar las fases que juzgó necesario.
- El prestador de servicios de investigación garantizó estricta seguridad y confidencialidad durante todo el proceso, ya que la información que se recabó en cada estudio es única y exclusivamente propiedad de la Procuraduría General de la República.