



Cultura de la Legalidad – Monterrey y su área metropolitana

Reporte de Evaluación de Medio Termino

Agosto de 2015.

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN	3
1. INTRODUCCIÓN	4
AVANCES.....	4
RETROCESOS	6
PROGRAMA “HAGÁMOSLO BIEN”	6
2. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA	8
3. ANALISIS COMPARATIVO	9
A. CULTURA DE LA LEGALIDAD.....	9
B. PROMOCIÓN DE CULTURA DE LA LEGALIDAD EN GOBIERNO	11
C. PROMOCIÓN DE CULTURA DE LA LEGALIDAD EN OTRAS INSTITUCIONES	12
D. PROGRAMA “HAGÁMOSLO BIEN”	14
E. PERCEPCIÓN DE RESPONSABILIDAD DE LOS CIUDADANOS	16
F. CULTURA DE LA DENUNCIA.....	19
G. ACTITUD HACÍA LAS AUTORIDADES	22
H. ACCIONES CIUDADANAS.....	25
I. DEMOGRÁFICOS.....	28
4. CONCLUSIONES GENERALES	29

Reporte de Resultados: Cultura de la Legalidad – Monterrey

Evaluación –Julio 2015

PRESENTACIÓN

En las siguientes páginas se presenta un análisis comparativo de los resultados de la Encuesta de Cultura de la Legalidad, llevada a cabo en Julio del 2015, en relación con la Encuesta de Cultura de la Legalidad realizada en Febrero del 2015. En este reporte se presentan los datos para el área Metropolitana de Monterrey.

ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN
2. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA
3. ANÁLISIS COMPARATIVO
 - A. Cultura de la Legalidad
 - B. Promoción de Cultura de la Legalidad en Gobierno
 - C. Promoción de Cultura de la Legalidad en Otras Instituciones
 - D. Programa “Hagámoslo Bien”
 - E. Percepción de Responsabilidad de los Ciudadanos
 - F. Cultura de la Denuncia
 - G. Actitud hacia las Autoridades
 - H. Acciones Ciudadanas
 - I. Demográficos
4. CONCLUSIONES GENERALES

1. INTRODUCCIÓN

La primera encuesta de Cultura de la Legalidad se realizó en Febrero del 2013 en un contexto de inseguridad y violencia generada por el crimen organizado. La población del área metropolitana de Monterrey venía padeciendo desde el 2008 un ascenso generalizado de violencia e inseguridad caracterizada por extorsiones, secuestros, bloqueos, balaceras y robos. La tasa de homicidios en el 2011 era de 40 muertos por cada 100,000 habitantes. En el 2012 se registraron 473 muertes violentas causadas por el crimen organizado en la ciudad. En ese momento, la población tenía miedo de salir a la calle, de ocupar espacios públicos. Esta inseguridad se vio reflejada en el levantamiento de datos de ese 2013 al observarse, por ejemplo, una clara disposición de los ciudadanos de Nuevo León por apoyar acciones para que Monterrey fuese un lugar más seguro.

El escenario de esta segunda encuesta es otro, la tasa de homicidios bajó en el 2014 a 6 muertos por cada 100,000 habitantes. Para ese año se registraron 27 muertes a causa del crimen organizado. Bajó también la cifra de extorsiones, secuestros, bloqueos y balaceras. Las corporaciones policiacas hicieron esfuerzos para reducir estas cifras y aumentar la seguridad en las calles. Los ciudadanos regresaron a sus actividades de manera normal. Conjuntamente, algunas organizaciones de la Sociedad Civil decidieron en estos años llevar a cabo acciones concretas para aumentar la seguridad, la convivencia y promover Cultura de la Legalidad. Los resultados que se presentan en este reporte están enmarcados justamente en este contexto de menor violencia e inseguridad.

Los contextos son cruciales porque en la comparación que se realiza entre la encuesta del 2013 y la de 2015 se observan avances significativos en temas cruciales de percepción de responsabilidad hacia la seguridad, la denuncia, las autoridades y el cumplimiento de las leyes; en cuanto a realizar acciones por parte de la ciudadanía; y en el tema del conocimiento de la Cultura de la Legalidad, su impacto y compromiso. También se observan retrocesos, aunque en menor medida, en temas de definir Cultura de la Legalidad, desconocimiento por lo que hacen los gobiernos para promocionar Cultura de la Legalidad y en la percepción que se tiene de los gobernantes.

Dentro de los avances y retrocesos más significativos de una encuesta a otra se observan los siguientes:

AVANCES

Cultura de la Legalidad:

Existe un incremento en el conocimiento del término de Cultura de la Legalidad al pasar de 24 a 34%, es decir, diez puntos porcentuales en un lapso de dos años, aunado a una mayor asociación del concepto con aspectos positivos, como derechos ciudadanos y

hacer lo correcto. Y mayor número de personas que asocian Cultura de la Legalidad y Estado de Derecho con aspectos positivos. Esta mejoría puede atribuirse a los esfuerzos de diferentes actores sociales involucrados en la promoción de Cultura de la Legalidad.

Hay una mayor conciencia de que la Cultura de la Legalidad les impacta negativamente en su vida diaria cuando esta no se ejerce, es decir, casi la mitad de los encuestados argumenta que “al no haber Cultura de Legalidad no hay justicia, hay mayor corrupción, no se aplican las leyes como deberían ni se aplica para todos por igual”.

Se observa también un incremento en el porcentaje de personas que creen que en Monterrey y su área metropolitana existe una fuerte Cultura de la Legalidad.

Se percibe una mejoría en la promoción de Cultura de la Legalidad que hacen los gobiernos municipales.

Instituciones y Promoción de Cultura de la Legalidad

En la percepción de la gente hay un avance en la promoción de Cultura de Legalidad que llevan a cabo las instituciones públicas y sociales. El avance más significativo lo obtuvieron (ordenados de mayor a menor): los colegios, los jueces, el congreso local, la policía, los líderes sindicales, las organizaciones de la sociedad civil, el congreso federal y los partidos políticos. En el 2015, las mejores evaluadas en este rubro fueron los colegios, jueces, las universidades, las organizaciones de la sociedad civil, y el congreso local.

Cumplimiento de las Leyes

Los encuestados perciben ahora que en Nuevo León se cumplen las leyes, reglamentos y normas de convivencia en una mayor proporción que en el 2013. De igual modo, se observa una mejora substancial en la percepción de que las leyes y reglamentos se cumplen así como también incrementa la disposición a cumplirlas.

Cultura de la Denuncia

Se observa un aumento significativo de personas que acudieron a denunciar al ministerio público algún delito que les haya sucedido recientemente. De igual modo, mejora la percepción que tienen los encuestados hacia la policía al aumentar la evaluación que hacen de su actuación y en que se asocia en menor medida a ésta con la palabra corrupto.

Acciones Ciudadanas

Se distinguen avances significativos en la disposición para no tirar basura en la calle, pagar los impuestos en tiempo y forma, y ceder el paso con el automóvil.

Percepción hacía las autoridades

Una gran mayoría de quienes tuvieron contacto con algún servidor público (policía, tránsito, ejército, marina o director de escuela) considera que dicho funcionario actuó de manera correcta. Mejora la percepción de que las autoridades hacen esfuerzos por cuidar los espacios públicos.

Policia

En general mejora significativamente la opinión de los encuestados sobre la manera de actuar de la policía y la imagen que se tiene de la policía. También, un menor público asocia “corrupción” con policías y oficiales de tránsito, así como también disminuye el porcentaje de asociación de estos con la palabra “mordida”.

RETROCESOS

En el 2015 un menor número de personas fue capaz de señalar la definición correcta de Cultura de la Legalidad a pesar de que aumentó quienes dicen conocer el término.

Los encuestados asocian en mayor proporción la palabra “corrupción” con gobierno y gobernantes.

Un 80% de la población entrevistada desconoce las diferentes acciones que los dos niveles de gobierno citados desarrollan en materia de Cultura de la Legalidad.

Los encuestados mostraron menor disposición a cuidar los parques y espacios públicos así como menor disposición a hacer fila.

Resultados Contradictorios

A pesar de que un mayor número de personas cree que en Nuevo León se cumplen las leyes, reglamentos y normas de convivencia, y mejora su disposición por cumplir las leyes, se disminuye el porcentaje de quienes creen que este cumplimiento mejora la convivencia y calidad de vida en los habitantes.

Se observa una disminución en el porcentaje de encuestados que cree que los ciudadanos tienen la responsabilidad de que Nuevo León sea un lugar más seguro, que probablemente se asocia a que el problema de inseguridad y violencia apremia menos ahora que en el 2013.

PROGRAMA “HAGÁMOSLO BIEN”

El 14% de los encuestados conoce el programa “Hagámoslo Bien”, de hecho, éste fue el único mencionado por los encuestados a pregunta abierta de si conocen alguna

acción llevada a cabo por parte de alguna organización que promueva Cultura de la Legalidad.

Es destacable también que las personas que definen el programa “Hagámoslo Bien” lo asocian con aspectos positivos como: bienestar, comunidad, unión, hacer lo correcto, perfección, honestidad, sinceridad, ecología, justicia, seguridad y gobernantes. Pareciera que el programa está posicionándose lentamente en la mente del público.

2. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

El área de estudio de la investigación incluye 7 municipios del Área Metropolitana de Monterrey: Monterrey, Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Apodaca, General Escobedo, Santa Catarina y San Pedro Garza García.

El **marco muestral** de la investigación consistió en listar todos los AGEB's (Áreas Geoestadísticas Básicas), contenidos en el área de estudio de acuerdo a datos del INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática).

Se seleccionó la Muestra por el **Método Polietápico**¹.

1. **Zonas AGEB's:** Estos fueron seleccionados aleatoriamente en cada uno de los municipios del área metropolitana.
2. **Manzanas:** Dentro de los AGEB's seleccionados, se eligieron al azar las manzanas.
3. **Hogares:** Dentro de las manzanas seleccionadas, los hogares fueron elegidos usando un punto predefinido de inicio.
4. **Encuestados:** Se aplicaron 1,200 cuestionarios distribuidos en toda el Área Metropolitana de Monterrey.
 - Se aplicó a personas mayores de 18 años, dentro de cada hogar con credencial de elector.
5. **Levantamiento de la Información:** El levantamiento se realizó del 6 al 17 de Julio de 2015.
6. **Nivel de Confianza y Error:** Esta muestra permite obtener datos con un nivel de confianza del 95% y un error estadístico máximo de (+/-) 5%.

Los resultados a nivel área metropolitana presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la las Probabilidades Proporcionales al Tamaño (PPT).

¹ Un muestreo polietápico es aquel en donde la selección de la muestra se lleva a cabo en varias etapas. Consiste en sortear aleatoriamente las zonas a encuestar, hasta sortear al interior de la vivienda la persona que va a contestar la encuesta, pasando por una serie de etapas de muestreo aleatorio simple aplicado en manzanas, luego viviendas, y así sucesivamente. Este método es el requerido porque las poblaciones sobre las que se pretende sacar inferencia son altamente heterogéneas.

3. ANALISIS COMPARATIVO

A. CULTURA DE LA LEGALIDAD

Conocimiento y definición de Cultura de la Legalidad

Se observa un incremento en el conocimiento por el término de Cultura de la Legalidad en la encuesta del 2015. Este conocimiento pasa del 24 al 34%. Es decir, un incremento del 10% en un período de dos años el cual puede atribuirse a los esfuerzos de diferentes actores sociales involucrados en la promoción de la Cultura de la Legalidad.

De aquellas personas que conocen el concepto de Cultura de la Legalidad, el porcentaje más alto reporta haberlo escuchado principalmente en la televisión (78%), seguido muy de lejos por el periódico (8%), le sigue el haberlo visto en panorámicos o espectaculares (5%), en radio (3%), en el trabajo (3%) y por último con un mismo porcentaje (del 1%) en la escuela o colegio, en la iglesia o su congregación religiosa, y/o en una organización social. Es evidente que la televisión tiene un mayor impacto o al menos las personas tienen el recuerdo de haberlo escuchado en este medio.

En contraste con el mayor conocimiento del concepto, un número más reducido de personas fue capaz de señalar la **definición correcta de Cultura de la Legalidad**, 71% en el 2013 contra un 54% en 2015. Sin embargo, en este rubro se detectan varios puntos interesantes: se duplicó el porcentaje que asocia Cultura de la Legalidad con la definición presentada relativa a *“que las leyes solamente se aplican a los pobres y a la clase media”* (del 6 al 12%), hubo un aumento significativo del porcentaje de personas que desconocen la definición (del 2 al 12%) y en menor medida aumentó ligeramente la apreciación de que Cultura de la Legalidad es una *“comunidad en la que son los propios ciudadanos los que ponen las reglas”* (del 3 al 5%).

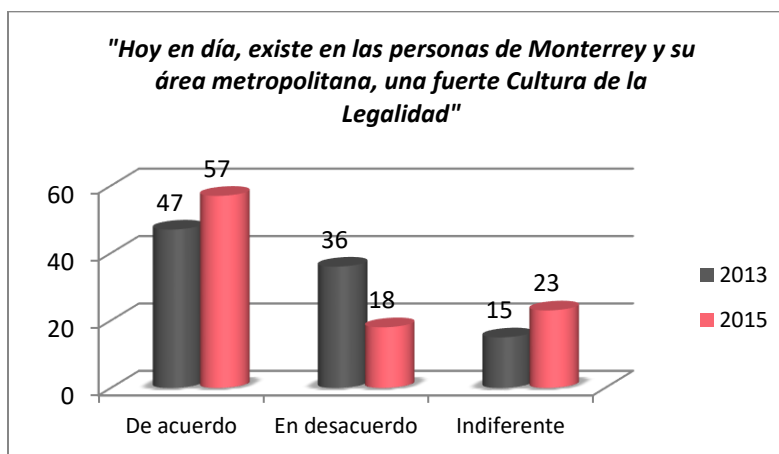
Impacto de la Cultura de la Legalidad

En la encuesta de 2015 la mitad de los encuestados asegura que la Cultura de la Legalidad **impacta de manera positiva** en su vida diaria, este porcentaje disminuyó ligeramente del 2013 (58%). Las razones para asegurar lo anterior están relacionadas al hecho de que al existir una Cultura de Legalidad se cumplen las leyes, se hace justicia, ayuda a tener un mejor país, no hay corrupción, se respetan sus derechos como ciudadanos, hay menos delitos y mayor seguridad.

Por otro lado, aumentó el porcentaje de encuestados que cree que la falta de Cultura de Legalidad **impacta negativamente en sus vidas**, del 37 al 46%. Este impacto, dicen los ciudadanos, les afecta negativamente por las siguientes razones (de mayor a menor porcentaje de respuestas): por el alto nivel de corrupción del gobierno, porque al no haber Cultura de la Legalidad no hay justicia, no se aplican las leyes como deberían, ni se aplican igual para todos, ni todos la cumplen, aumenta la inseguridad y la delincuencia.

Cultura de la Legalidad en Monterrey

Se preguntó a la ciudadanía que tan de acuerdo estaban con la siguiente frase *"Hoy en día, existe en las personas de Monterrey y su área metropolitana, una fuerte Cultura de la Legalidad"*. Las respuestas resultan ser de especial interés ya que se percibe ahora una mayor aprobación de esta frase que en el 2013. En detalle, aumentó el porcentaje de personas que están de acuerdo con esta afirmación (10 puntos) al tiempo que disminuyó el porcentaje de quienes están en desacuerdo (18 puntos).



Una reflexión en tono al aumento en esta afirmación es la siguiente: Un fenómeno que probablemente se está dando en la ciudad es que los encuestados perciben que hay un movimiento en torno a la Cultura de la Legalidad pero no pueden explicarlo. Esto se relaciona con el tema visto arriba donde se ve un mayor número de personas que conoce el término de Cultura de la Legalidad pero no puede definirlo. En otras palabras, para el encuestado se están moviendo cosas en la ciudad, algo que no alcanza a reconocer o a definir pero sí empieza a percibir o asociar como se verá a continuación.

Cultura de la Legalidad y Estado de Derecho

En la investigación del 2013 destacaba el desconocimiento generalizado sobre los conceptos de Cultura de la Legalidad y Estado de Derecho, ya que en ese año el 60% de los encuestados aseguraba no haber escuchado Estado de Derecho y 44% Cultura de la Legalidad; además de que únicamente 1 de cada 5 relacionaba el concepto de Cultura de la Legalidad con Leyes, y el de Estado de Derecho con los derechos de la gente.

En el 2015 ese porcentaje varió considerablemente al reducirse en un 20%. Ahora, 3 de 5 relacionan Cultura de la Legalidad con reglas, leyes y hacer lo correcto, y Estado de Derecho con reglas, leyes y justicia.

B. PROMOCIÓN DE CULTURA DE LA LEGALIDAD EN GOBIERNO

En cuanto a la creencia de que el **Gobierno del Estado** promueve una Cultura de la Legalidad encontramos que el porcentaje no se movió en las dos encuestas. Tanto para el 2013 como para el 2015 el 72% de los encuestados cree que el Gobierno del Estado no promueve Cultura de la Legalidad.

Para el 28% que piensa que el Gobierno estatal sí promueve Cultura de la Legalidad, las acciones que lo comprueban son (en orden de mayor a menor porcentaje): mejorar la educación-hacer la reforma educativa, crear la ley anticorrupción, tener un programa de combate a la delincuencia, hacer publicidad en la televisión, el programa de cero tolerancia y hacer ver los derechos de los ciudadanos.

En lo que toca a los **Gobiernos Municipales del Área Metropolitana**, el porcentaje de encuestados que piensa que los municipios promueven Cultura de la Legalidad aumentó del 8 al 20% en estos dos años. Se mencionan las siguientes acciones llevadas a cabo por su autoridad municipal como prueba de esta promoción: poner más espacios públicos, mejorar la educación, llevar a cabo la reforma educativa, promover becas para los estudiantes, generar más empleos y crear la ley anticorrupción.

En este sentido, se le reconoce al gobierno estatal como mayor promotor de Cultura de Legalidad en contraste con los gobiernos municipales. Aunque la diferencia en porcentaje es pequeña, 28 contra 20, llama la atención que en la mente de los entrevistados el gobierno estatal hace un mayor trabajo promocionando Cultura de la Legalidad.

En conclusión, prácticamente un 80% de la población entrevistada desconoce las diferentes acciones que los dos niveles de gobierno citados desarrollan en materia de Cultura de la Legalidad. Llama la atención porque en ninguna de las acciones citadas se menciona alguna relacionada con la baja en inseguridad o reducción de la violencia.

C. PROMOCIÓN DE CULTURA DE LA LEGALIDAD EN OTRAS INSTITUCIONES

Al hacerse la pregunta abierta de “¿Conoce usted alguna acción por parte de alguna otra persona u organización para promover Cultura de la Legalidad?” el porcentaje de personas que no logra nombrar alguna es muy alto (97%) lo que significa que no hay acción por parte de alguien en específico que esté aún en la mente de la gente. Este porcentaje no varió del 2013 al 2015. Ese pequeño porcentaje (3%) que dijo conocer alguna acción mencionó: publicidad en televisión, campaña antibullying y el programa “Hagámoslo Bien”, como las más significativas.

Los resultados anteriores contrastan con el avance obtenido en la promoción de Cultura de la Legalidad por parte de instituciones públicas y sociales al preguntar de manera específica por cada una de éstas. En general, todas las instituciones que fueron evaluadas como promotoras de Cultura de la Legalidad mostraron un nivel mayor de puntuación.

La gente percibe un avance significativo en las instituciones que promueven Cultura de la Legalidad. El mayor avance se percibe en las autoridades gubernamentales, ordenados en la siguiente tabla de mayor a menor variación en porcentaje obtenido del 2013 al 2015:

Institución	Porcentajes obtenidos 2013-2015		Variación 2013-2015
Jueces	22	45	23
Congreso local	20	39	19
Policías	21	37	16
Líderes sindicales	20	35	15
Congreso Federal	22	36	14
Partidos políticos	23	37	14
Gobierno del Estado	29	36	7
Fuerzas armadas	30	36	6
Gobierno municipal	35	41	6

Como puede apreciarse los jueces, el congreso local, la policía y los líderes sindicales fueron quienes obtuvieron el mayor nivel de avance en la percepción de los encuestados como promotoras de Cultura de la Legalidad. Esta tabla resulta interesante debido a que estas instituciones habían obtenido los niveles más bajos hace dos años, seguramente insertados en el tema de la inseguridad y violencia.

Las instituciones no públicas, de carácter social, lograron avanzar aunque en menor medida, recordando que fueron éstas las mejores calificadas en el 2013:

Institución	Porcentajes obtenidos 2013-2015		Variación 2013-2015
Colegios	22	48	26
Organizaciones de la sociedad civil	27	41	14
Universidades	39	42	3
Empresarios	30	33	3
Empresas	30	31	1
Iglesias	33	34	1
Medios de Comunicación	52	47	-5

Llama la atención la baja que obtienen los medios de comunicación siendo ellos quienes obtuvieron el porcentaje más alto en el 2013, con el 52%. Los colegios, las organizaciones de la sociedad civil y las universidades son percibidas como promotoras de Cultura de la Legalidad con un alto porcentaje .

Ordenando a todas las instituciones, tanto gubernamentales como sociales, por esta variación en el porcentaje de una encuesta a otra, obtenemos el siguiente listado:

Institución	Variación positiva 2013-2015
Colegios	26
Jueces	23
Congreso local	19
Policías	16
Líderes sindicales	15
Organizaciones de la sociedad civil	14
Congreso Federal	14
Partidos políticos	14
Gobierno del Estado	7
Gobierno municipal	6
Fuerzas armadas	6
Universidades	3
Empresarios	3
Empresas	1
Iglesias	-1
Medios de comunicación	-5

Los avances más notables se encuentran en los colegios, los jueces, el congreso local y la policía. Resulta interesante que el mayor porcentaje se obtuvo en las instituciones relacionadas con el poder judicial y legislativo.

En general, es posible afirmar que la percepción de que estas instituciones promocionan Cultura de la Legalidad ha sido superior al 2013, tanto para grupos de la sociedad civil como gubernamentales.

D. PROGRAMA “HAGÁMOSLO BIEN”

Con el objetivo de saber con mayor precisión el número de personas que conocen el programa de “Hagámoslo Bien” se preguntó de manera específica lo siguiente: “En los últimos seis meses ¿Usted ha sabido de alguna actividad o ha visto algún anuncio de “Hagámoslo Bien”?”. El resultado es: el 14% pudo identificar alguna actividad o anuncio de “Hagámoslo Bien”.



Esto habla de que existe, en lo general, un conocimiento del programa, sobre todo si se compara con el porcentaje de personas que conocen el término de Cultura de la Legalidad en el 2015, de 34% (y que era apenas del 24% en 2013). Por otro lado, solamente un pequeño porcentaje logró identificar alguna acción concreta de “Hagámoslo Bien”, éstas fueron (por cantidad de menciones, de mayor a menor): no contaminar, no a la corrupción, cuidar el agua, promover becas, publicidad en televisión, ser honestos, respetar leyes, hacer centros comunitarios, hacer más escuelas.

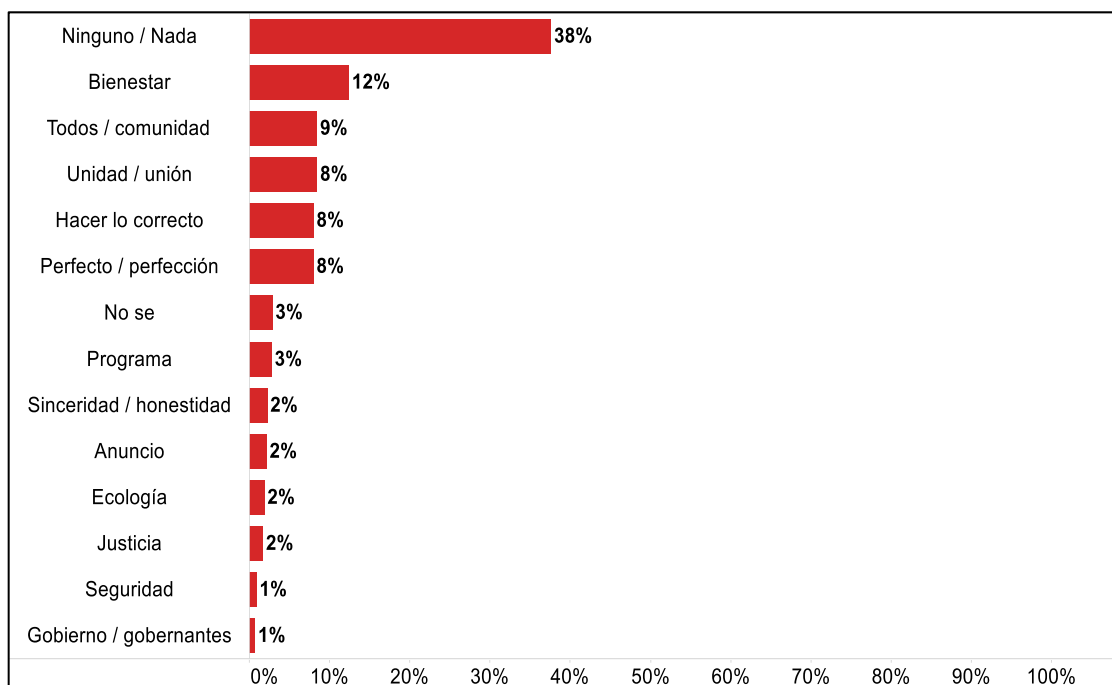
En relación al tema de las instituciones que promueven Cultura de la Legalidad, se elaboró una pregunta nueva en esta encuesta sobre el conocimiento de alguna acción llevada a cabo por alguna organización con el objetivo de saber cuantas personas podrían

identificar “Hagámoslo Bien” al hacer la pregunta abierta. Los resultados fueron los siguientes:



El programa “Hagámoslo Bien” fue identificado como una acción llevada a cabo por parte de otra persona u organización para promover Cultura de la Legalidad. Aún y cuando ese porcentaje es bajo (1%), es interesante hacer notar que el programa “Hagámoslo Bien” fue la única organización reconocida por quienes respondieron la pregunta abierta. Las otras respuestas que se dieron fueron: publicidad en televisión, campaña antibullying, ley anticorrupción, poner más espacios públicos, hacer valer los derechos de los ciudadanos, reforma educativa, programa vivir sin drogas y poner más vigilancia en las calles.

Por último, se elaboró la pregunta: “En una sola palabra, ¿Qué palabra se le viene a la mente cuando escucha “*Hagámoslo Bien*”?”, las respuestas fueron las siguientes:



¿Con qué palabras asocia el público la frase de “Hagámoslo Bien”? En este sentido, resulta necesario destacar la importancia que quienes logran definir el programa lo están asociando de forma muy cercana a su significado y de manera positiva.

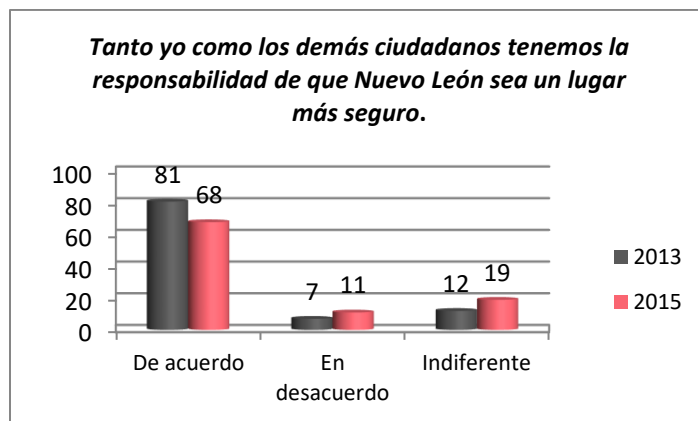
Como conclusión de este apartado puede afirmarse que el programa “Hagámoslo Bien” está posicionándose en la mente de los encuestados. Que si bien éstos no logran identificar alguna acción concreta, sí existe un conocimiento sobre el programa.

E. PERCEPCIÓN DE RESPONSABILIDAD DE LOS CIUDADANOS

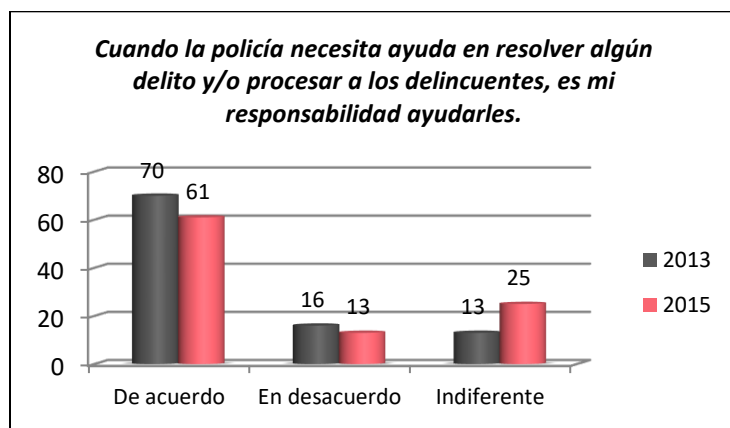
Una aspecto crucial de Cultura de la Legalidad tiene que ver con el reconocimiento de la responsabilidad que tienen los ciudadanos hacia su comunidad y el impacto de las acciones individuales y comunitarias en la vida de esa misma comunidad.

En el 2013, como se ha mencionado, la situación de inseguridad era un tema primordial para la ciudadanía, en ese entonces se externaba la idea de que todos y cada uno de los ciudadanos debía aportar su grano de arena para que hubiese mayor seguridad.

En el 2015, con otro contexto de seguridad, los resultados revelan una actitud de menor responsabilidad o disposición para que Nuevo León sea un lugar más seguro:

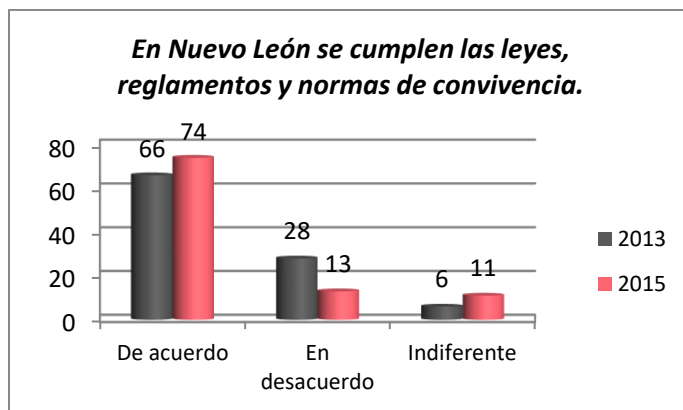


Hay una disminución por colaborar con las autoridades, como por ejemplo a realizar una denuncia: “*Cuando ocurren delitos a mi alrededor, es mi responsabilidad denunciarlos a la policía*” (baja del 79 al 69%), o como se visualiza en la siguiente gráfica relacionada con la responsabilidad de ayudar a la policía:

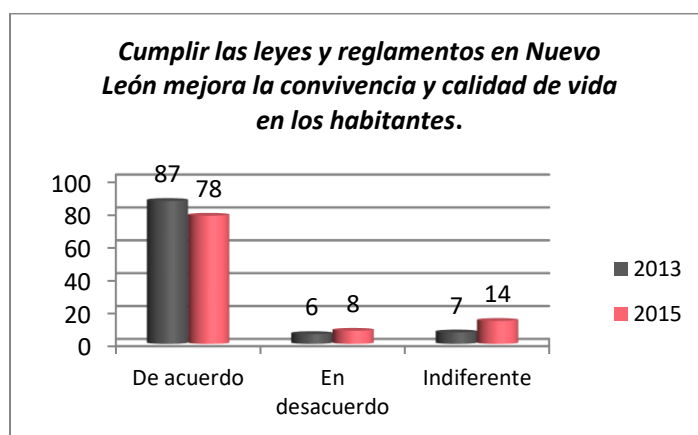


Actitud hacia el cumplimiento de las leyes en Nuevo León

Hay un aumento significativo en el porcentaje de encuestados que están de acuerdo que “*En Nuevo León se cumplen las leyes, reglamentos y normas de convivencia*” al pasar del 66 al 74%, como se observa en la gráfica:



Sin embargo, disminuyó el porcentaje de quienes creen que *“Cumplir las leyes y reglamentos en Nuevo León mejora la convivencia y calidad de vida en los habitantes”*. Es decir, a pesar de que existe una mejoría en la creencia de que las leyes, reglamentos y normas de convivencia se cumplen en el Estado, el porcentaje de quienes piensan que esta situación mejora la convivencia y calidad de vida de los habitantes se contrajo.



Se distingue una mejora substancial en la manera en que los encuestados ubican el cumplimiento de la leyes, su aplicación y las consecuencias. Esto se refleja en el cambio de actitud hacía frases como: *“Si una ley me impide hacer lo que quiero, puedo no cumplirla”*, donde disminuye el porcentaje de personas que están de acuerdo con ésta (de 40 a 32%).

O, *“Si una ley me impide hacer lo que quiero, debería poder desobedecerla y no pagar ninguna consecuencia por ello”* en donde solo el 28% de la gente se identifica.

O por último, la disminución de 18 puntos en quienes creían en la frase *“Está bien participar en un acto ilegal menor mientras a nadie la haga daño”*.

Vemos que efectivamente en el 2015, con un contexto de menor inseguridad real, y posiblemente una percepción de que las cosas han mejorado, **los encuestados**

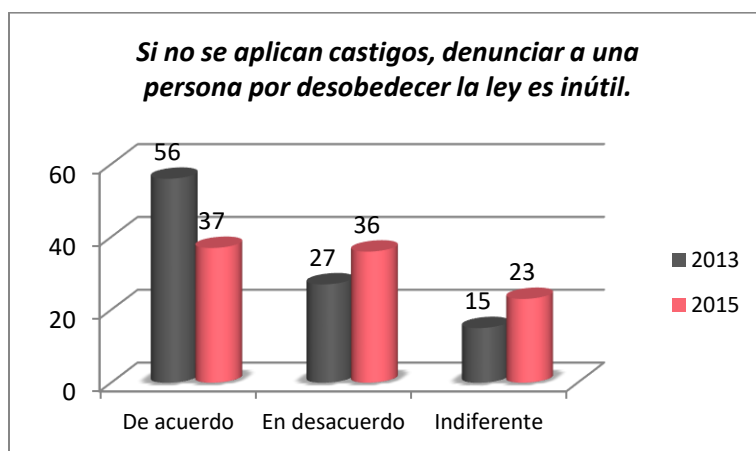
disminuyen su sentido de responsabilidad para cooperar con las autoridades, sin embargo, observamos una mejor disposición hacia cumplir las leyes.

Las conclusiones con respecto este apartado son:

- Aumenta la percepción de que las leyes y reglamentos se cumplen y así como también incrementa la disposición a cumplirlas.
- Sin embargo disminuyen la percepción de que al cumplir con las leyes y reglamentos mejora la convivencia y calidad de vida de los ciudadanos, al tiempo que también desciende el valor de la responsabilidad que tienen los ciudadanos a apoyar a las autoridades para la seguridad de Nuevo León.

F. CULTURA DE LA DENUNCIA

Mejora significativamente la percepción de que es necesario denunciar a una persona por desobedecer la ley aunque no se apliquen castigos como se ve en la siguiente gráfica:



En este sentido, se observa en el 2015 un **aumento significativo en el porcentaje de personas que afirman haber denunciado un delito que les haya sucedido recientemente ante el ministerio público**. El incremento fue del 34 al 71%. Es decir, en el 2015, 7 de cada 10 personas decidieron denunciar comparado con 3 de 10 reportadas en el 2013.

Lo anterior resulta muy revelador por dos razones: 1) seguramente se percibe un ambiente de mayor seguridad en la ciudad y/o menor temor para acudir a denunciar, y 2) porque no hubo un aumento en el porcentaje de quienes dicen haber sufrido o haber sido

víctimas de delitos del 2013 al 2015 (13 y 14% respectivamente). Es decir, un gran porcentaje (87%) reporta no haber sufrido delito alguno recientemente.

Al preguntársele a la gente **el tipo de delito del que fue víctima** resulta en primer lugar –al igual que en el 2013– que el 40% fue en forma de asalto (robo) y en segundo lugar el robo a casa habitación (tercer lugar en el 2013). Le siguen en menor porcentaje: la extorsión telefónica (segundo lugar en el 2013), lesión y robo de auto en cuarto lugar (con alrededor del 10%) y en quinto vandalismo (estos últimos no variaron de una encuesta a otra). En los resultados resalta el hecho de que el “secuestro” aparece ahora con un 2% (en ultimo lugar junto con la violación) cuando en el 2013 ocupó un quinto lugar.

Entre las razones que dieron los encuestados para haber ido a denunciar están:

<i>Razón por la que Sí denunció ante el ministerio público.</i>			
Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015	% de variación
Para que reciban un castigo	16	40	+24
Es mi deber como ciudadano	13	21	+8
Recuperar lo robado	37	17	-20
Buscar justicia	29	14	-15
Para cobrar el seguro	4	5	+1
De vez en cuando	19	21	+2
Por venganza	1	3	+2

Como se percibe en la tabla, aquello que motiva a acudir ante el ministerio público en el 2015 es un aspiración de que “reciban un castigo” quienes cometieron un delito comparado a “recuperar lo robado” en el 2013. Tampoco se persigue el “buscar justicia” sino que aumenta la percepción de que denunciar es un “deber como ciudadano”. Es interesante esta diferenciación, lo que indica claramente una clara disposición a denunciar, o lo que es lo mismo, una **acentuación positiva en la Cultura de la Denuncia**.

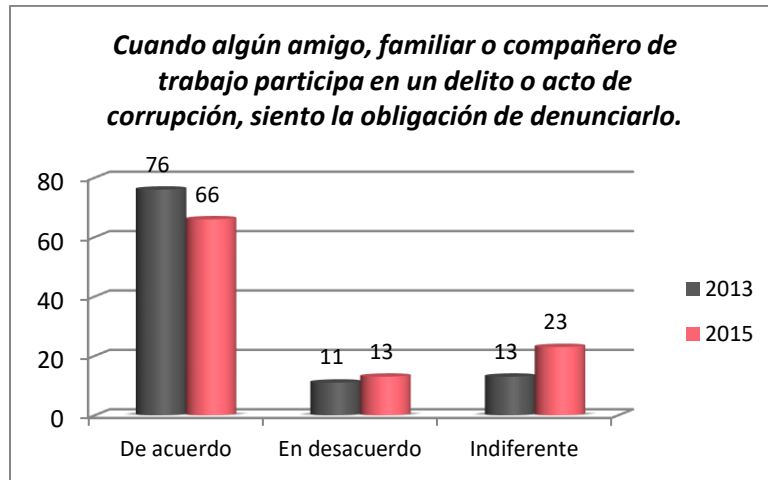
Dentro de los motivos que dan los encuestados para *no haber ido a denunciar* ante el ministerio público, a pesar de haber sido víctima de un delito están los siguientes:

<i>Razón por la que decidió No denunciar el delito ante el ministerio público.</i>			
Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015	% de variación
Pierde uno mucho tiempo	17	43	+26
La policía no haría nada	23	13	-10
El delito no fue lo suficientemente serio	6	11	+5
Falta de confianza en la policía/autoridades	10	9	-1
La policía no podía hacer nada	16	9	-7
Lo resolvimos en la familia	4	9	+5
No fue apropiado denunciarlo	2	6	+4
Tengo miedo de denunciar	11	2	-9

En las razones por las cuales los encuestados no denunciaron se ve claramente una área de oportunidad para el ministerio público: mejorar el trámite de poner una denuncia. Es decir, debe llevarse a cabo un esfuerzo por parte de la autoridad en desarrollar y ampliar facilidades para que el proceso de denunciar sea más eficiente, más rápido y con mayor seguridad para quienes denuncian.

Otra observación al respecto es que el ciudadano está dispuesto a denunciar –por las causas que ya vimos- sin necesariamente esperar que el caso sea procesado, pero sí aparece una mejoría en la confianza que se puede depositar en la policía. Sobre todo lo que tiene que ver con la disminución en la idea de que la policía no haría nada (-10% de variación) o no podía hacer nada (-7) hace dos años. Otro dato que refuerza este punto es el que los encuestados informan de un leve aumento en informar a la policía de algún problema en el vecindario (del 3 al 10%).

En otro aspecto importante, se desea resaltar el tema de “Denunciar un acto de corrupción o delito de alguien cercano”.



Esto es, disminuyó el estar de acuerdo en realizar esta denuncia y creció el desacuerdo. Es decir, la ciudadanía no está dispuesta a llevar a cabo una denuncia de esta naturaleza.

Como conclusión de este apartado, podemos decir que se observa una mayor predisposición a denunciar y un ligero incremento en la confianza hacia la policía, a pesar de una menor predisposición a apoyar a la autoridad como se ha visto en otros apartados. Aun así, se puede argumentar que una mayor disposición a denunciar puede aportar información valiosa e importante a las autoridades y es una manera de contribuir. Esto habla de una mejoría en la Cultura de la Denuncia y quizás también en Cultura Ciudadana.

G. ACTITUD HACÍA LAS AUTORIDADES

En general mejora la opinión de los encuestados hacia la manera de actuar de los servidores públicos cuando se tiene contacto con ellos. Y hay mayor apreciación de que las autoridades hacen esfuerzos por cuidar los espacios públicos. El avance más significativo en cuanto a autoridades se da en la opinión del público hacia la policía.

No sucede lo mismo en la percepción hacia el gobierno y los gobernantes ya que el público continúa asociándolos con la palabra “corrupción”.

Percepción hacia los Servidores Públicos y la Policía

Los encuestados reportan haber tenido mayor contacto con algún servidor público (policía, tránsito, ejército, marina o director de escuela) en los últimos seis meses (de 18 a 22%). Del porcentaje que se relacionó con algún servidor **la gran mayoría (87%)**

considera que dicho funcionario actuó de manera correcta. Este porcentaje varió de una encuesta a otra al incrementarse en nueve puntos.

En los últimos seis meses se incrementó el contacto con la policía, de un 10 a un 21%. El tipo de contacto que se llevo a cabo fue de la siguiente manera:

Tipo de contacto con la policía	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Son familiares o amigos	1	7
Reportó un delito	3	5
Solicitó orientación	2	3
Lo detuvieron	4	3
Trabaja con ellos	.2	1
No recuerda	.2	1
Reunión de vecinos	.3	1

De acuerdo a la tabla de arriba, en 2015 las razones principales de contacto reportadas son: porque los encuestados tienen familiares que son policías o son amigos y porque acudieron a reportar un delito. Hay una ligera disminución en el porcentaje de aquellos que mencionaron haber sido detenidos. Sobresale el porcentaje de personas que dicen tener familia en alguna corporación o vínculo de amistad con algún policía. Esta variación puede deberse a que la imagen del policía ha mejorado en estos dos años.

En cuanto a la actuación del policía debido a ese contacto, el 85% menciona que ésta fue correcta versus 73% en 2013. Únicamente el 10% reporta que fue incorrecta (comparado con un 26% hace dos años).

Los datos anteriores comprueban que **existe una mejoría en la percepción de los encuestados hacia la policía**. Esto se comprueba al observar algunas de las palabras que los encuestados asocian con policía en el 2015 comparado con el 2013:

Palabras que vienen a la mente al escuchar policía	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Corrupto	33	17
Seguridad	29	12
Inseguridad	6	6
Temor	4	4
Incompetentes	3	2
Atributos positivos de la policía	NA	12

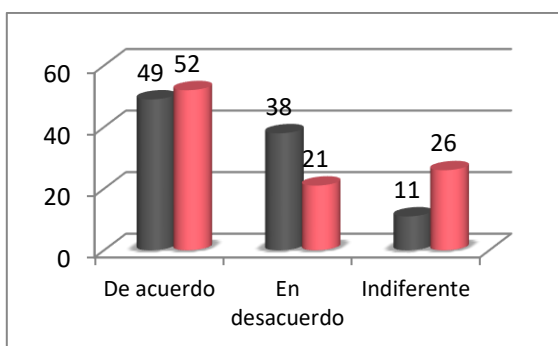
El cambio más significativo es que el público disminuye la asociación de la policía con la palabra “corrupto” y al pedir a los encuestados que asocien la palabra “corrupción”, el porcentaje que nombra a la policía disminuye de 23 a 10%. Similar pasa con “oficial de tránsito” al descender de 32 a 19%. Sobresale además que la palabra “mordida” fue desasociada de policía y tránsito de un 29 a un 22%. Incluso, hay una disminución del 10 al 4% en el porcentaje de oficiales de policía y tránsito que pidieron “mordida”.

El público asocia la palabra “corrupción” con el gobierno y gobernantes en un 24%, comparado al 18% obtenido en el 2013. De hecho, como se mencionó, el 72% de los encuestados dice que el Gobierno del Estado no promueve Cultura de la Legalidad y el 80% piensa que los gobiernos municipales tampoco lo hacen.

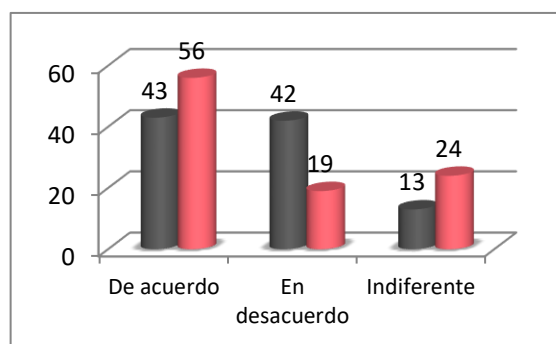
Otro aspecto interesante a considerar en esta encuesta es que se mantiene el comportamiento del público en relación con la “mordida”. Es decir, tanto en la encuesta del 2013 como en la del 2015 el 8% de los encuestados dice haber dado mordida a algún funcionario público, oficial de tránsito o policía. Aunque pequeño el porcentaje que confiesa haberlo hecho lo preocupante es que éste no se movió en dos años.

Cuidado de Parques y Plazas

Un tema importante del 2013 al 2015 ha sido la recuperación de espacios públicos, de parques y plazas, y su uso por parte de la ciudadanía dentro de un contexto de mayor seguridad hacia salir a la calle. Es así, que hay un avance en la percepción de los encuestados con respecto al esfuerzo que hacen las autoridades por mantener en buen estado los espacios públicos de la ciudad como parques y plazas al pasar del 49 al 52%. De igual modo, los encuestados reconocen que un mayor número de ciudadanos cuida los espacios públicos, como parques y plazas, al moverse de 43 a 56%. Ambos rubros se pueden ver en estas dos graficas:



Las autoridades hacen esfuerzos por cuidar los espacios públicos.



La mayoría de las personas cuida los públicos.

Un aspecto a considerar en estas dos gráficas es el aumento en el porcentaje de personas que dicen ser “indiferentes” en estos temas. Esto representa una área de oportunidad para la promoción de Cultura de la Legalidad.

H. ACCIONES CIUDADANAS

En el 2013 se reportaba que una gran mayoría de los entrevistados (más de 70% en todos los casos) reconocía realizar **acciones ciudadanas encaminadas a mejorar el cuidado de la ciudad y las normas de convivencia**, como pagar impuestos en tiempo y forma, ceder el paso con el automóvil, usar los puentes peatonales, no tirar basura a la calle, cuidar los espacios públicos y hacer fila.

En 2015 se observan avances significativos, arriba del 75%, en casi todos los temas, particularmente en la disposición para no tirar basura en la calle, pagar los impuestos en tiempo y forma, y ceder el paso con el automóvil. Hubo un tema que no cambió, estadísticamente hablando, el de usar puentes peatonales, y por último, una baja significativa en cuidar los espacios públicos y hacer fila.

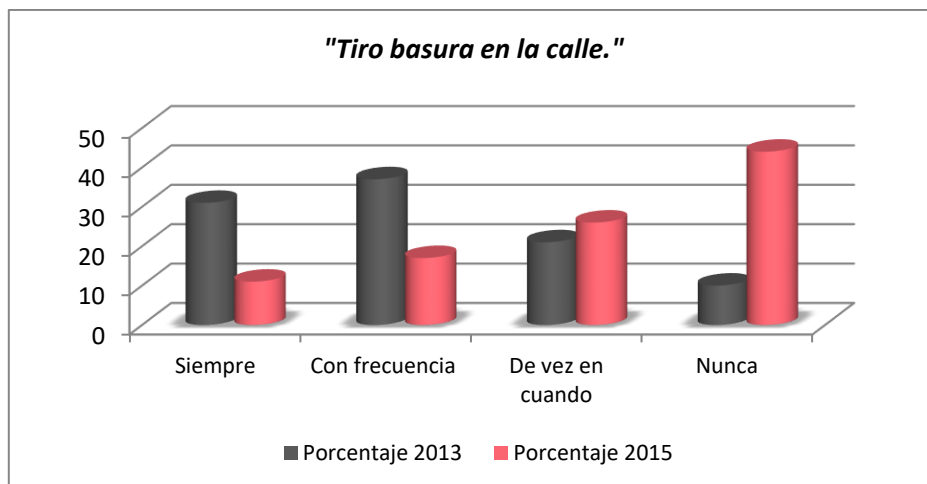
Avances Significativos

El avance más importante tiene que ver con tirar basura en la calle. Se preguntó:

<i>Tiro basura en la calle.</i>		
Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Siempre	31	11
Con frecuencia	37	17
De vez en cuando	21	26
Nunca	10	44

Ase observa un mayor nivel de conciencia por parte de los encuestados de los efectos que tiene el deposito de desechos en la calle. Este cambio puede deberse a la promoción que se ha llevado a cabo en medios de comunicación sobre las consecuencias que se padecen en la ciudad por el exceso de basura en época de lluvias, es decir, la saturación de agua en coladeras y desagües por desechos arrojados al pavimento.

El porcentaje de encuestados que menciona que nunca lo hace ascendió en 34 por ciento en dos años, esto queda visualizado en la gráfica de “Tiro basura en la calle” que se presenta a continuación.



Lo anterior sugiere el examinar cómo se promocionó esta práctica en los medios de comunicación para replicarla en otros temas importantes para la convivencia o el cuidado de infraestructura de la ciudad.

Avance Positivo

En los temas de "pago mis impuestos en tiempo y forma" y "cuando manejo mi automóvil cedo el paso a otros automovilistas" observamos un incremento en el porcentaje de encuestados que respondieron que *"siempre"* lo hacen:

Pago mis impuestos en tiempo y forma

Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Siempre	38	56
Con frecuencia	46	31
De vez en cuando	11	6
Nunca	4	4

Cuando manejo mi automóvil cedo el paso a otros automovilistas

Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Siempre	33	42
Con frecuencia	37	34
De vez en cuando	14	10
Nunca	8	10

Sin embargo, llama la atención que este aumento no se da para la respuesta "con frecuencia", al contrario, hay una contracción. Al observar las dos últimas respuestas vemos también un descenso. Es posible concluir, por lo tanto, que el porcentaje de frecuencia en estas acciones positivas se fue hacia arriba, es decir, avanzó hacia la respuesta de "siempre".

Sin Cambio

No hubo variación significativa en cuanto al uso de puentes peatonales por parte de los encuestados. Esto puede significar que: 1) hay un porcentaje reducido de encuestados que utiliza los puentes peatonales porque no camina usualmente, o 2) porque no es una práctica común en el público, que prefiere no utilizarlos, lo que resulta un tema perfecto para ser promocionado con mayor ahínco por parte de las autoridades.

<i>Uso los puentes peatonales para cruzar las calles.</i>		
Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Siempre	36	33
Con frecuencia	40	40
De vez en cuando	19	21
Nunca	5	5

Baja Significativa

Los dos temas que sufrieron un descenso fueron el cuidado de los parques y espacios públicos y el hacer fila o cola.

<i>Cuido los parques y espacios públicos.</i>		
Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Siempre	32	25
Con frecuencia	43	36
De vez en cuando	18	34
Nunca	6	4

<i>Hago fila o cola.</i>		
Respuesta	Porcentaje 2013	Porcentaje 2015
Siempre	41	33
Con frecuencia	39	34
De vez en cuando	17	27
Nunca	3	4

En este sentido, los encuestados mostraron menor disposición a realizar estas dos acciones. En el caso del cuidado de parques y espacios públicos, llama la atención esta baja porque en la misma encuesta se pregunta que tan de acuerdo estaban con la frase de “la mayoría de las personas cuida los espacios públicos de la ciudad como parques y plazas” con un resultado alto. Esto indica que el público participante en la encuesta percibe que otras personas sí cuidan los espacios públicos pero no reconocen en ellos

esta práctica. Tema interesante sin duda y una área de oportunidad para la promoción de Cultura de la Legalidad.

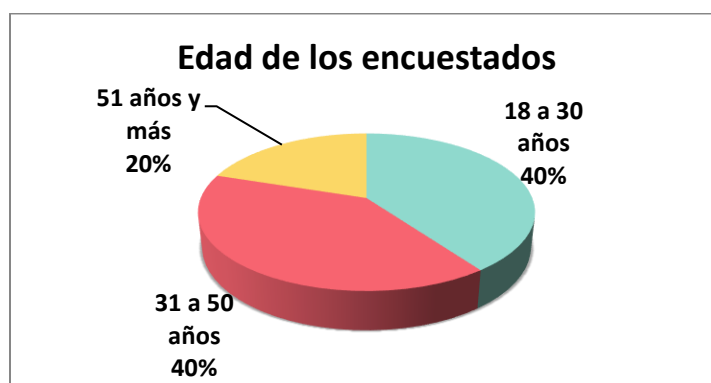
I. DEMOGRÁFICOS

La muestra de la investigación de 2015 tiene características casi iguales a la del 2013, es decir, no se encuentran muchas diferencias por encima del 5% en general por lo que resulta innecesario hacer una comparación. En todo caso, se hará una comparación cuando los datos sean relevantes.

Los datos sociodemográficos son los siguientes:

El total de encuestados fue de 1,200 personas. De este total, el porcentaje por género fue de: 50% hombres y 50% mujeres.

Por rangos de edad:



Casi el total de los encuestados (96%) cuentan con un empleo permanente o percibió ingresos en la última semana. El ingreso familiar mensual promedio de los encuestados varía entre los 6,000 y 19,000 pesos mensuales.

En cuanto a las ocupaciones, un tercio de quienes respondieron la encuesta se declaran empleados, un 23% amas de casa, un 11% obreros, un 8% de profesionistas independientes, 6% jubilados, 5% dice tener negocio propio, un 4% pertenece al sector informal, otro 4% son estudiantes y un 3% dicen ser desempleados.

Los grados de estudio del público encuestado es: un tercio tiene la secundaria completada, casi un 20% completaron la preparatoria mientras un 14% no la ha terminado, un 12% cuenta con carrera técnica, un 3% con licenciatura completa (comparada a un 9% en la encuesta del 2013) y un 8% declara no haber terminado secundaria.

El 48% de los encuestados cuenta con teléfono fijo en su casa en 2015 comparado con un 57% en 2013, es decir, un menor número de gente encuestada cuenta con este

servicio, lo que comprueba además una tendencia a nivel nacional. El acceso a internet se ha incrementado del 41 al 53% y lo que resulta muy llamativo es el acceso a internet a través de celular: del 3 al 18% y menor porcentaje lo hace en su casa (de 80 a 72%) y oficina (de 13 a 6%).

4. CONCLUSIONES GENERALES

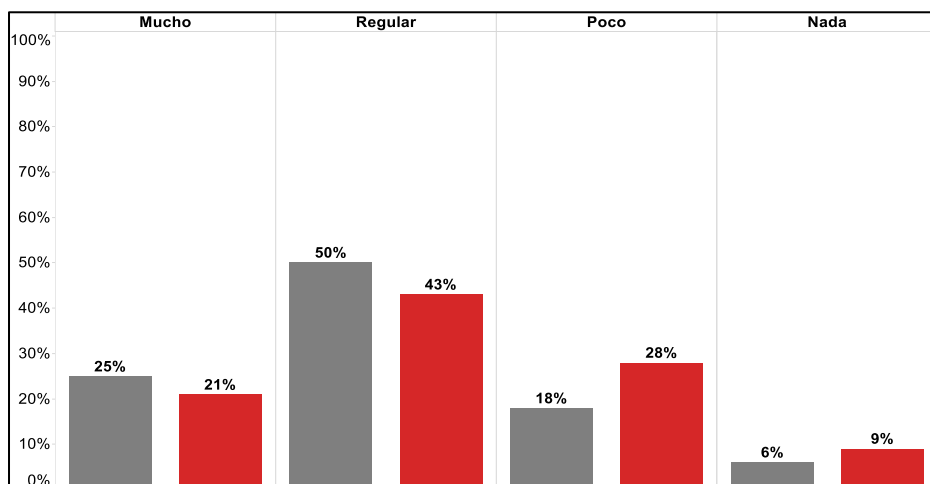
El análisis presentado en este documento permite establecer una serie de conclusiones y en algunas de ellas se presentan recomendaciones.

En primer lugar la gente se reconoce más conocedora del tema de Cultura de la Legalidad y de las implicaciones al cumplir la ley, y de hecho realizan más acciones a favor de la Cultura de la Legalidad sin saber que forman parte de este concepto.

En segundo lugar se puede concluir que la gente percibe una mayor promoción de la Cultura de la Legalidad por parte de instituciones que hasta hace poco gozaban de buena imagen. Tal es el caso de los medios de comunicación que en 2013 tuvieron el porcentaje más alto y ahora fue una de las más bajas. Lo sucedido en el período electoral con respecto al papel que hicieron los medios, por ejemplo, en la campaña de los independientes puede haber desplazado esta percepción hacía la baja.

En tercer lugar se observa en el reporte que el tema de Cultura de la Legalidad está presente en varios elementos que avanzaron pero que la ciudadanía no logra conectar con Cultura de la Legalidad, como por ejemplo, reconocer que las autoridades hacen esfuerzos por cuidar los espacios públicos, ceder el paso a los peatones, pagar impuestos, no tirar basura, denunciar ante el ministerio público. Haría falta, entonces, vincular de modo más específico y concreto estas acciones con el programa de “Hagámoslo Bien” o cualquier otro sobre Cultura de la Legalidad, para aumentar no solo el conocimiento sobre el tema sino relacionar las acciones con el compromiso hacía una mejor Cultura de la Legalidad, para revertir el comportamiento que se observa en la siguiente gráfica:

¿Qué tan comprometido se siente usted con la Cultura de la Legalidad?



La cuarta conclusión tiene que ver con lo anterior y con un fenómeno que probablemente se está dando en la ciudad: los encuestados perciben que hay un movimiento en torno a la Cultura de la Legalidad pero no pueden explicarlo. Esto se relaciona con el tema visto arriba de que hay un mayor número de personas que conoce el término de Cultura de la Legalidad pero no puede definirlo. En otras palabras, para el ciudadano encuestado se están moviendo cosas en la ciudad, algo que trasciende su entendimiento, pero que empieza a ser capaz de reconocer o asociar.

Debe hacerse mención especial, como última conclusión, al avance positivo en la imagen que se tiene de la policía, en la percepción de que ha mejorado su manera de actuar, ya que se dejaron de ocupar la primera posición como obstáculo para realizar una denuncia además de que ha incrementado su interacción con los ciudadanos, quienes les califican de mejor forma. Por ello, es imperativo señalar que los policías son uno de los pilares fundamentales en la promoción de la Cultura de la Legalidad.