

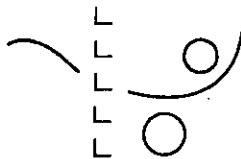
## ANEXO 1

### **Metodología de la encuesta Nacional electoral presentada el día 18 de mayo del 2006**

En cumplimiento del artículo 190 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y del acuerdo **CG282/2005** del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) de fecha 19 de diciembre del 2005 en el cual se especifican los criterios estadísticos de carácter científico que deben adoptar las personas físicas y morales que publiquen encuestas de opinión pública, Consultores y Marketing Político, S. C. pone a disposición de este H. Instituto la metodología utilizada para la realización de su encuesta Nacional electoral presentada el día 18 de mayo de 2006.

En cumplimiento de los puntos cuatro y cinco del acuerdo citado, Consultores y Marketing Político S.C. garantiza la verificabilidad de los cuestionarios, además se obliga y garantiza a conservar todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para realizar la muestra electoral. Así mismo conservará dicha información hasta que el IFE haya publicado los resultados oficiales de la elección para Presidente de la República.

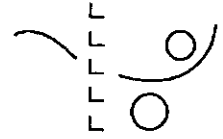
El pasado 18 de mayo Consultores y Marketing Político S. C. dio a conocer mediante su página de Internet [www.marketingpolitico.com.mx](http://www.marketingpolitico.com.mx) y en un boletín los resultados de una encuesta nacional sobre intención de voto para la elección de Presidente de la República, a continuación se describe la nota metodológica de la misma.



Consultores y Marketing Político, S.C.

con salto sistemático con probabilidad de selección proporcional al tamaño. Finalmente se eligieron para cada estrato de cada entidad federativa secciones considerando el desempeño electoral de los partidos en las elecciones federales del 2003.

8. El margen de error de la pregunta electoral considerando a las 987 personas que contestaron la pregunta electoral es de +/- 3.4% con un intervalo de confianza del 95%. La intención de voto para Presidente de la República se recalculó sin considerar el número de personas que no contestaron la boleta electoral.
9. Los datos de toda la encuesta fueron ponderados de acuerdo al género reportado por el IFE en la proporción de 48.15% para hombres y 51.85% para mujeres.
10. Una vez que el encuestador ubico la sección en muestra eligió al azar una vivienda y entrevistó a la persona que abriera la puerta y que fuera mayor de 18 años y además contara con credencial de elector. Para selección a la siguiente persona contaron cuatro viviendas en el sentido de las manecillas del reloj y se eligió a la persona que abriera la puerta en la quinta vivienda.
11. Se supervisó el levantamiento de campo en dos formas: la primera directa en campo uno de cada diez secciones fueron supervisadas directamente en campo para supervisar la forma en la que se aplicaba la metodología; la segunda fue regresar a las secciones donde se levantó la encuesta para supervisar que efectivamente la gente hubiera levantado la encuesta dónde señalaron que la levantaron.



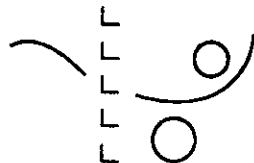
Consultores y Marketing Político, S.C.



# CUESTAS

## Nacional

## Mayo 2006

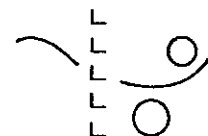


Consultores y Marketing Político, S.C.

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS™ MÉXICO 2006

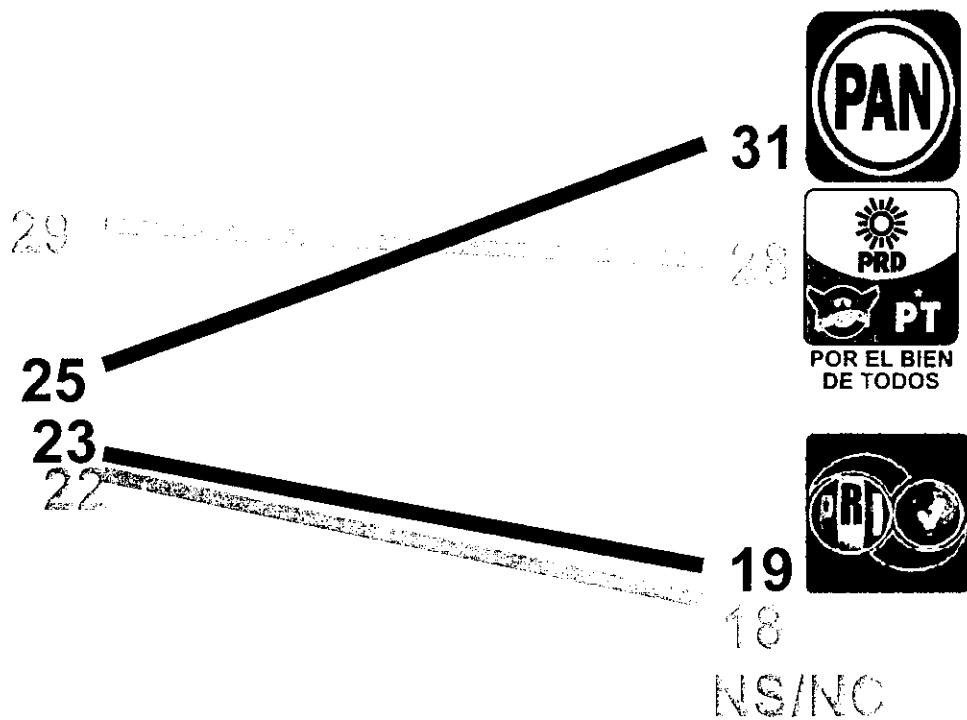
Un equipo interdisciplinario con estrategias precisas y efectivas para ganar en la arena electoral

[www.marketingpolitico.com.mx](http://www.marketingpolitico.com.mx)



Consultores y Marketing Político, S.C.

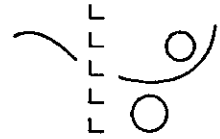
# Intención de voto para Presidente de la República



Marzo 06

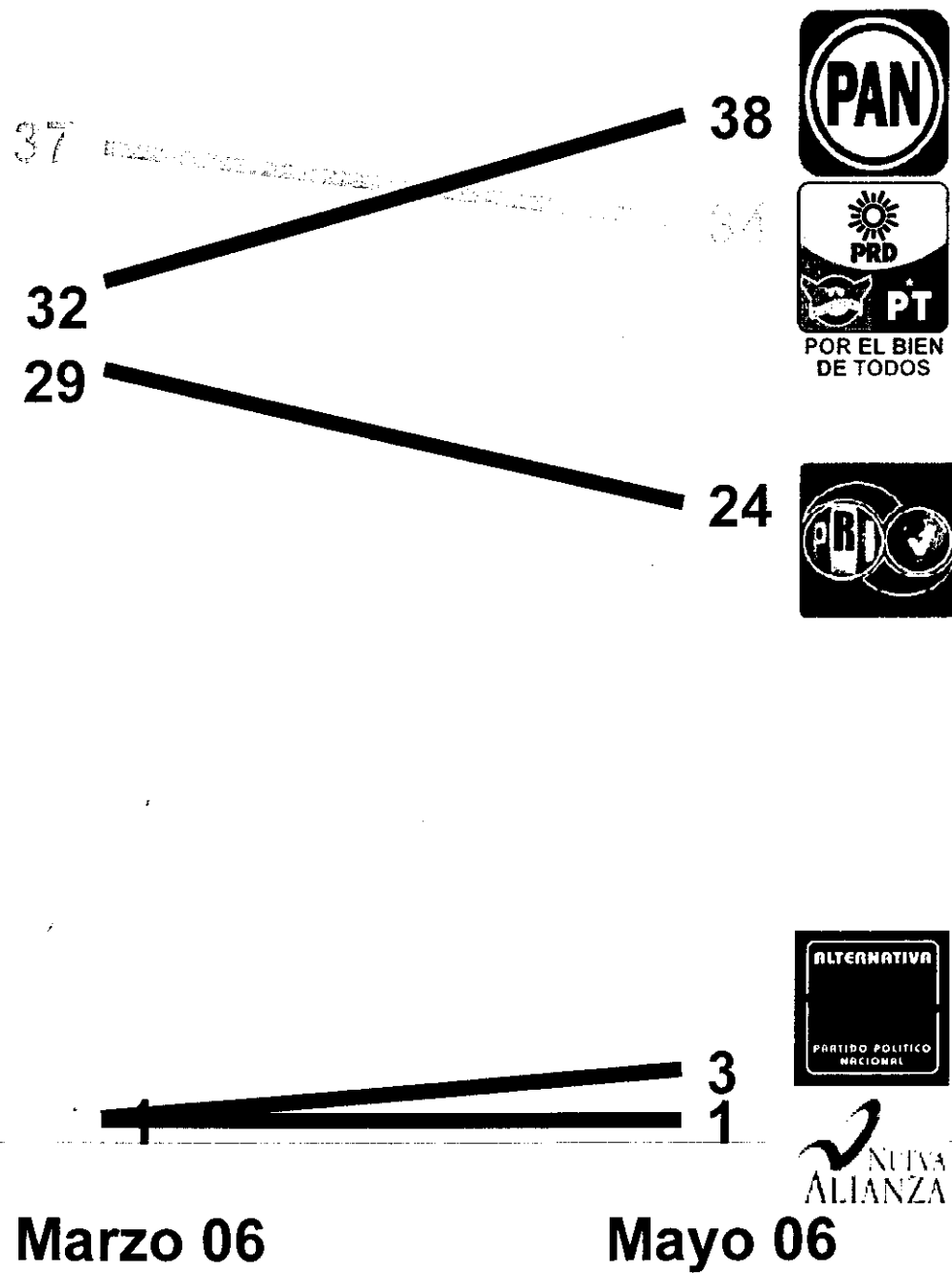
Mayo 06



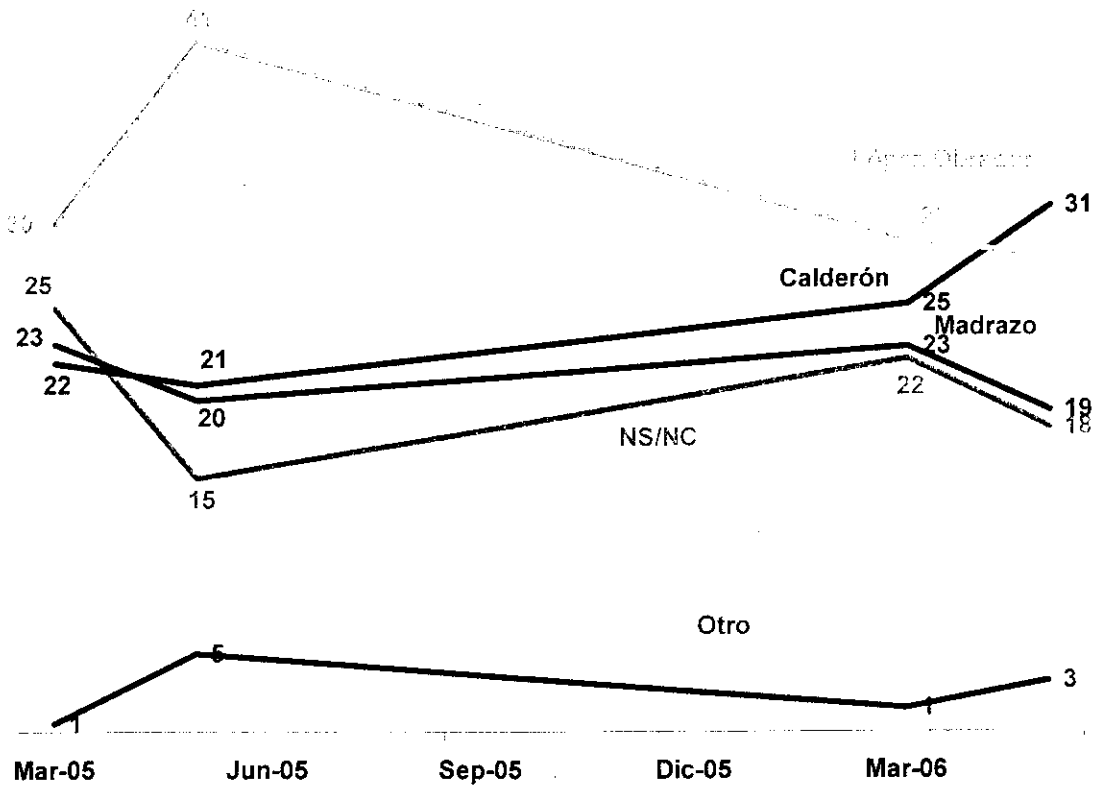


Consultores y Marketing Político, S.C.

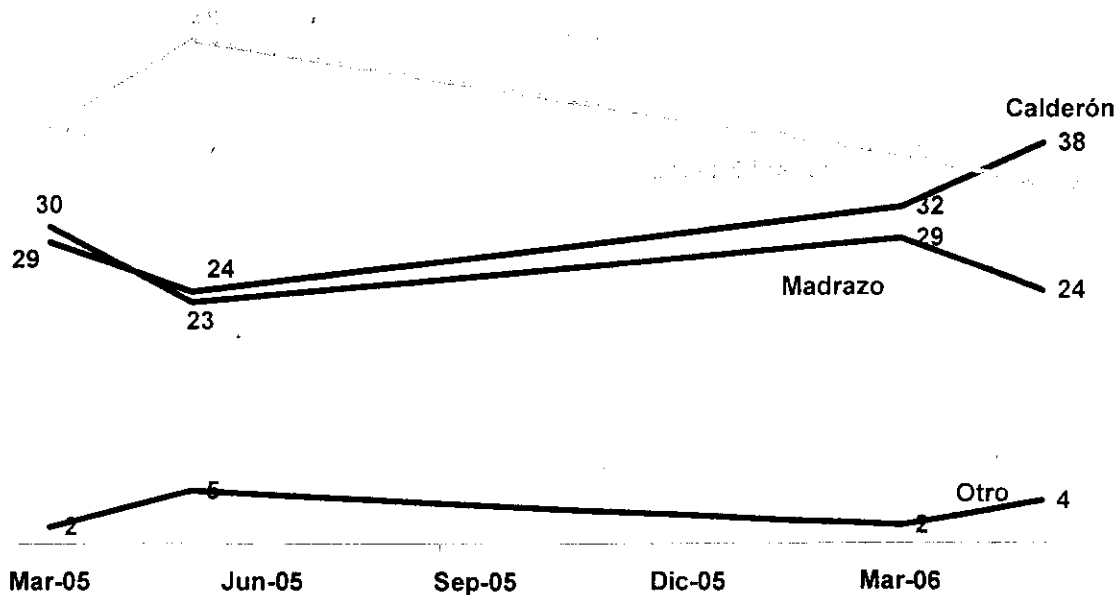
## Intención de voto para Presidente de la República (sin indecisos)

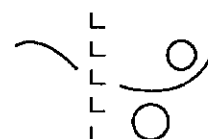


**Sí el día de hoy hubieran elecciones para Presidente de la República ¿Por cuál partido o candidato votaría usted hoy?**



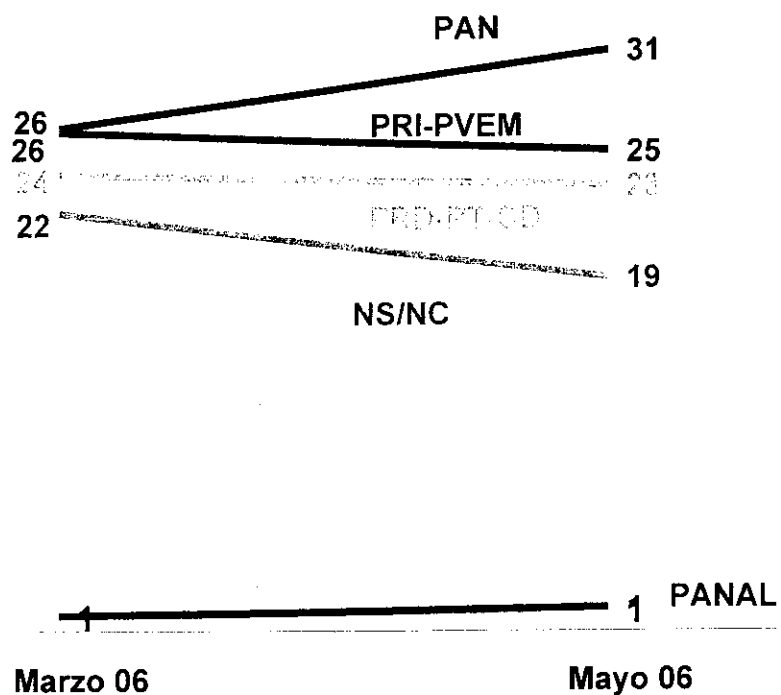
**Sí el día de hoy hubiera elecciones para Presidente de la República ¿Por cuál candidato o partido votaría usted hoy?**



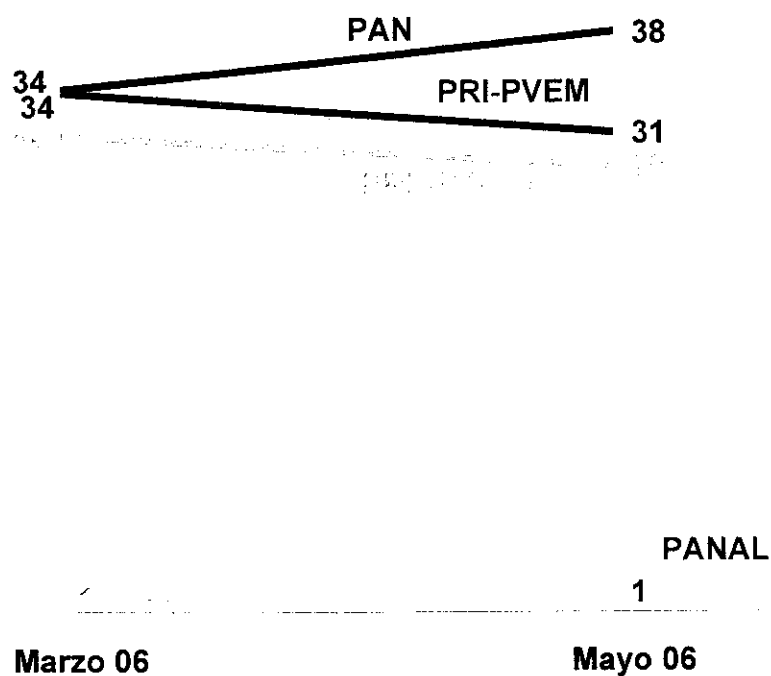


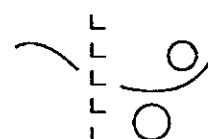
Consultores y Marketing Político, S.C.

## Intención de voto para Diputados Federales

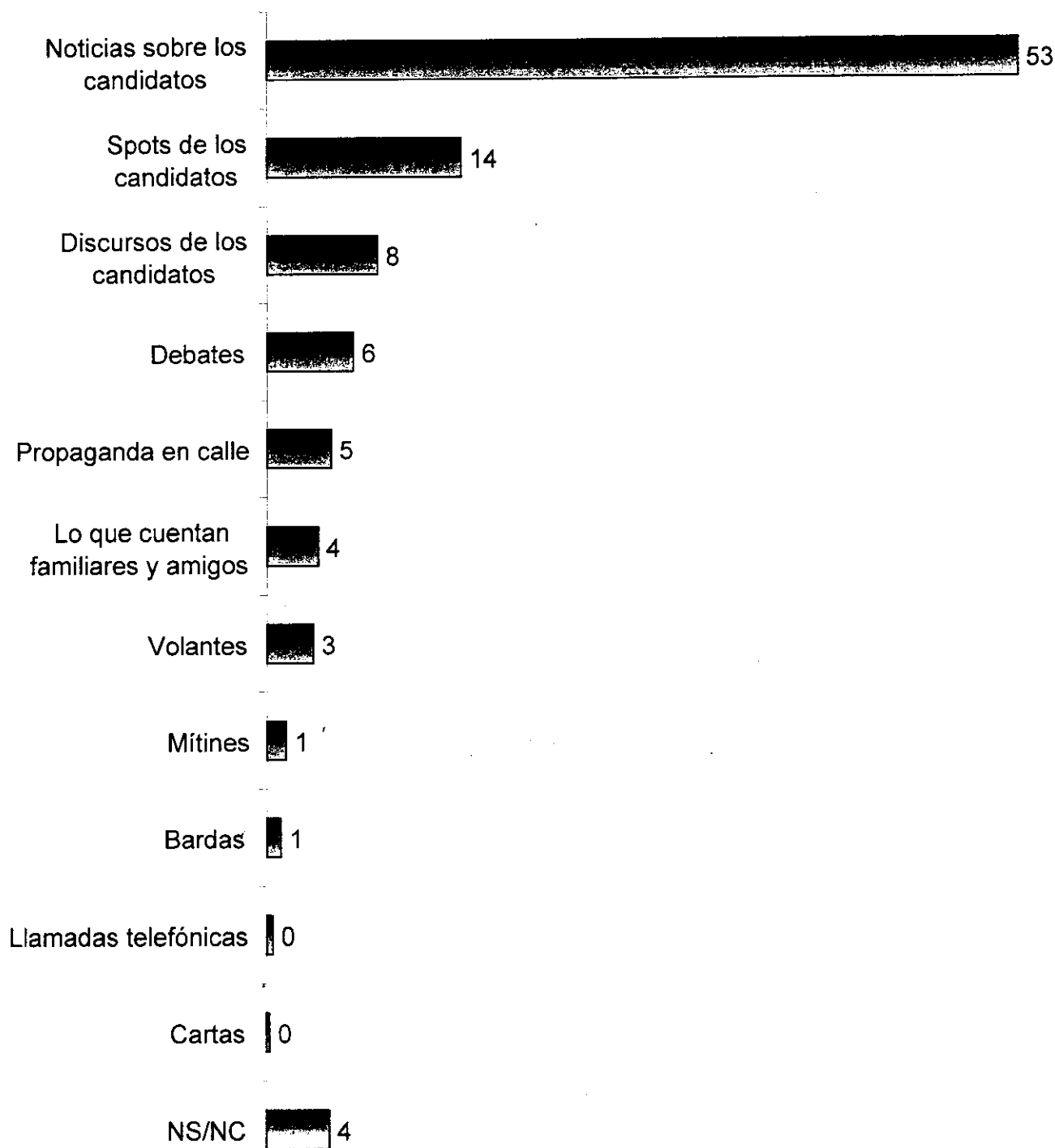


## Intención de voto para diputados federales (sin indecisos)

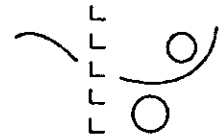




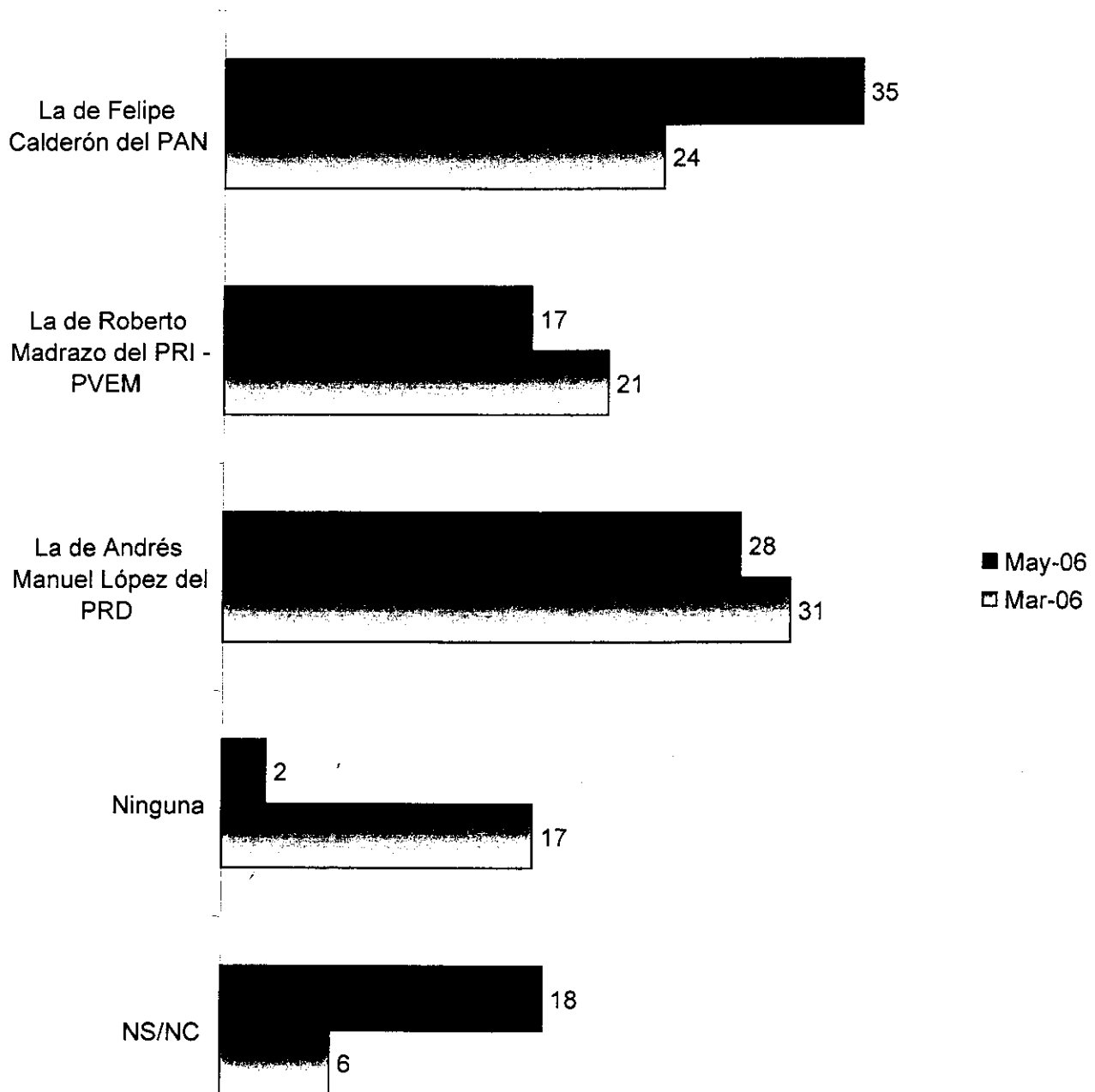
## ¿De cuál de las siguientes fuentes recibe Usted la información más útil para decidir por quién votar?

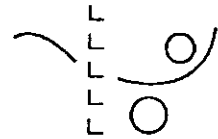




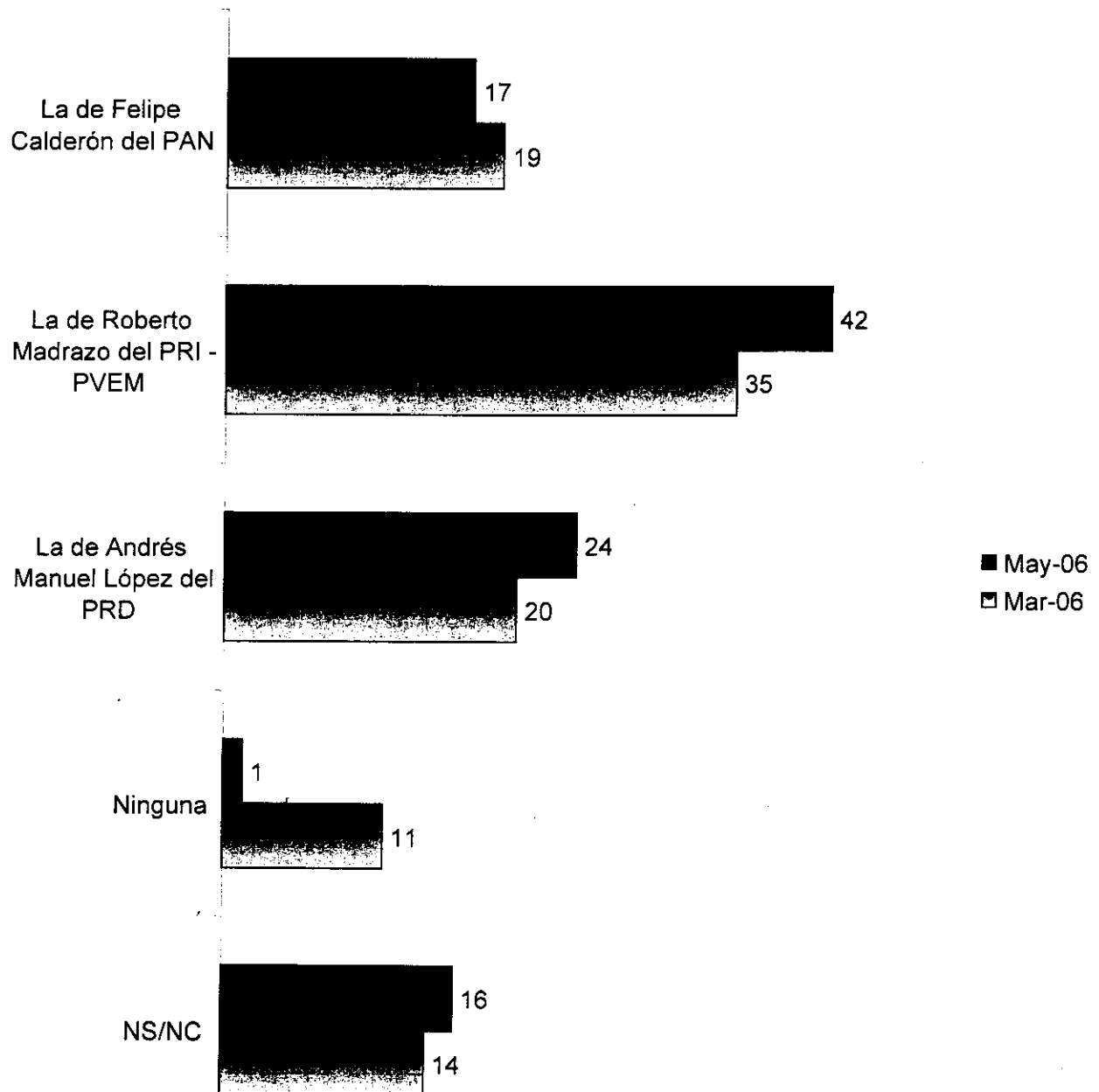


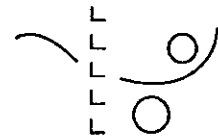
## La campaña para Presidente de la República que ha gustado más



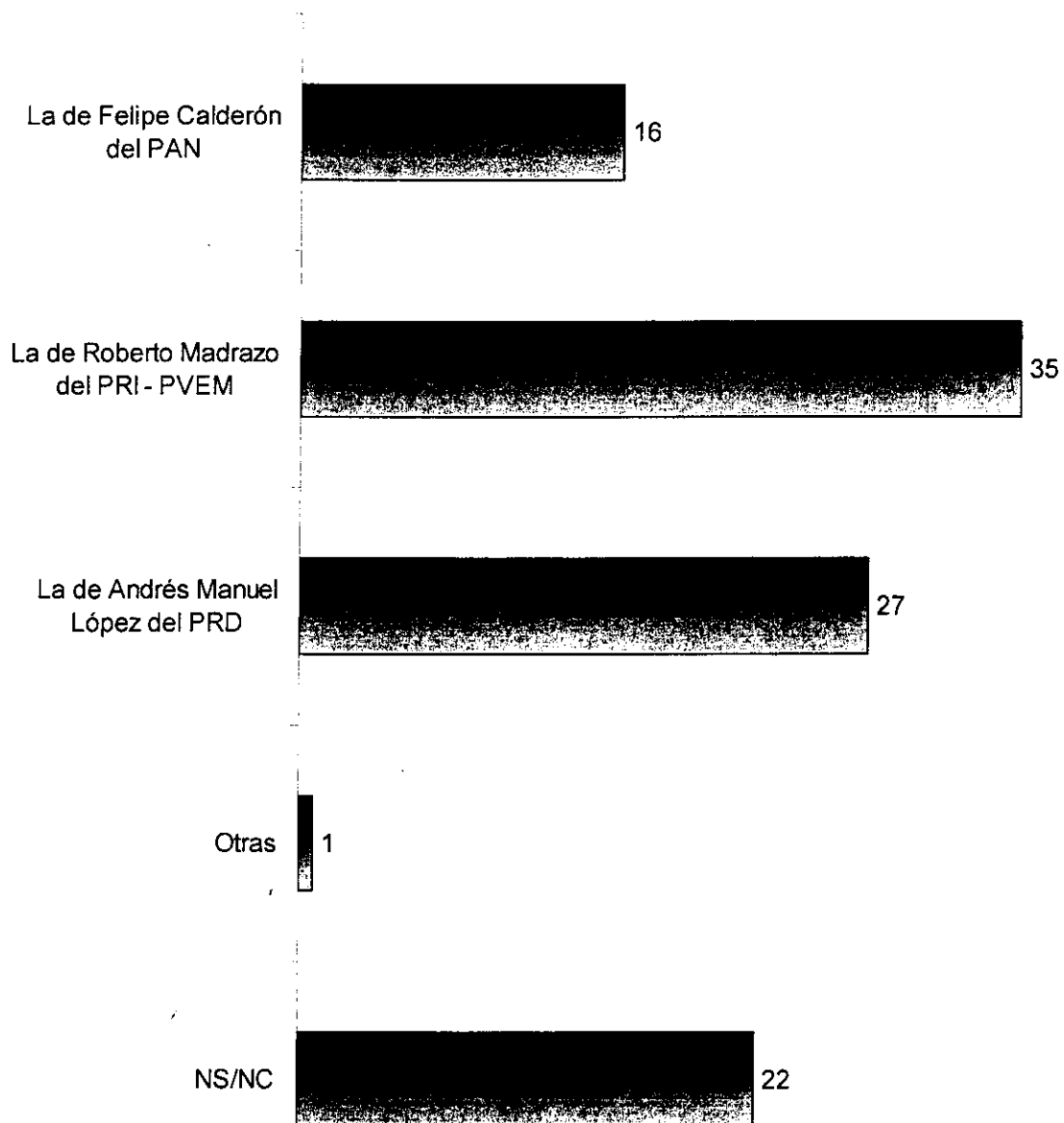


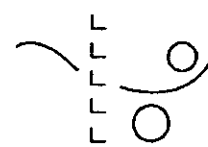
## La campaña para Presidente de la República que ha gustado menos



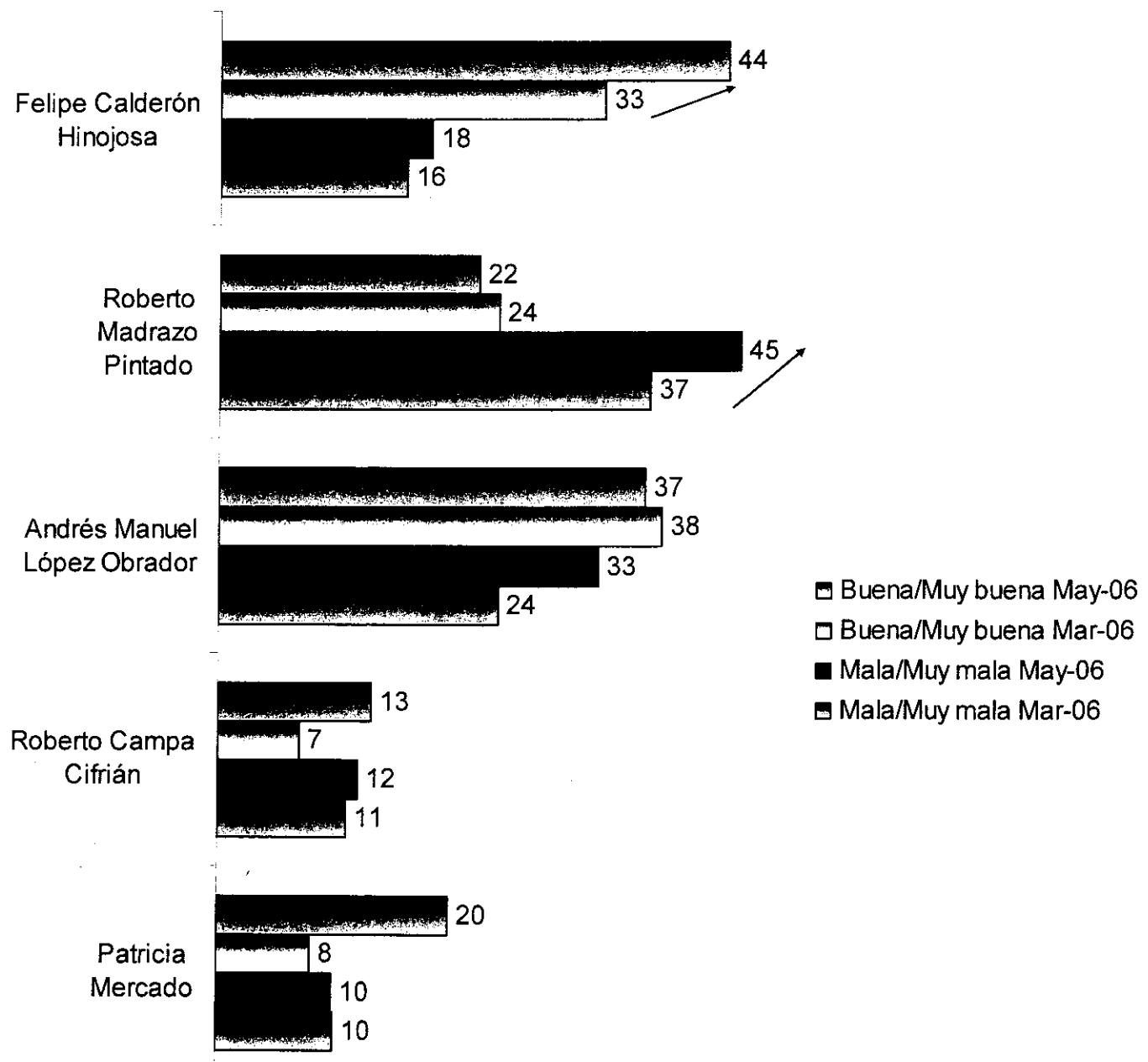


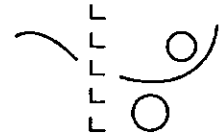
## La campaña para Presidente de la República más negativa



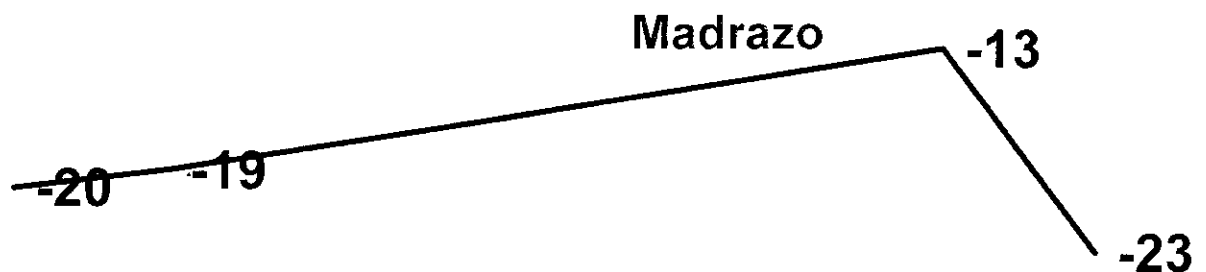
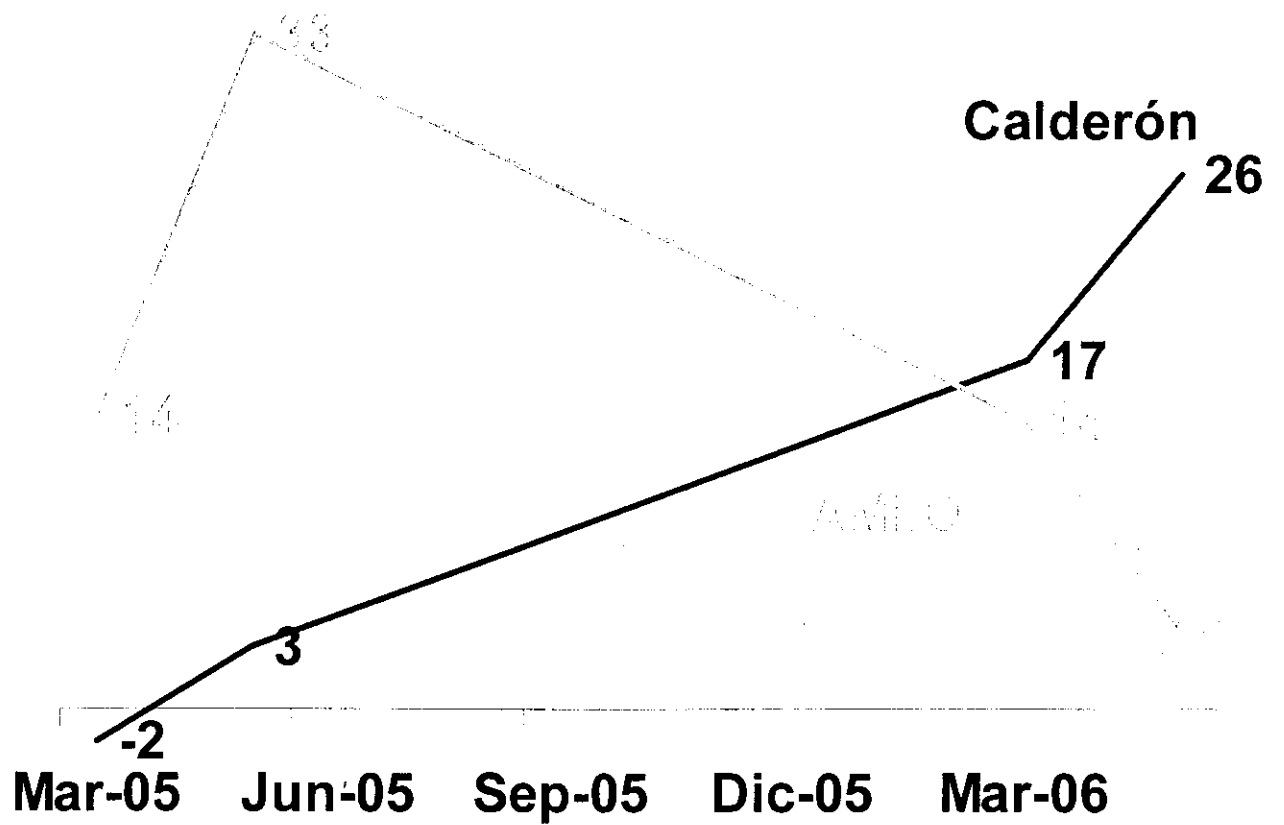


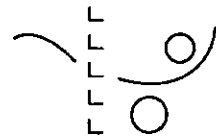
## Opinión de los Candidatos a la Presidencia de la República



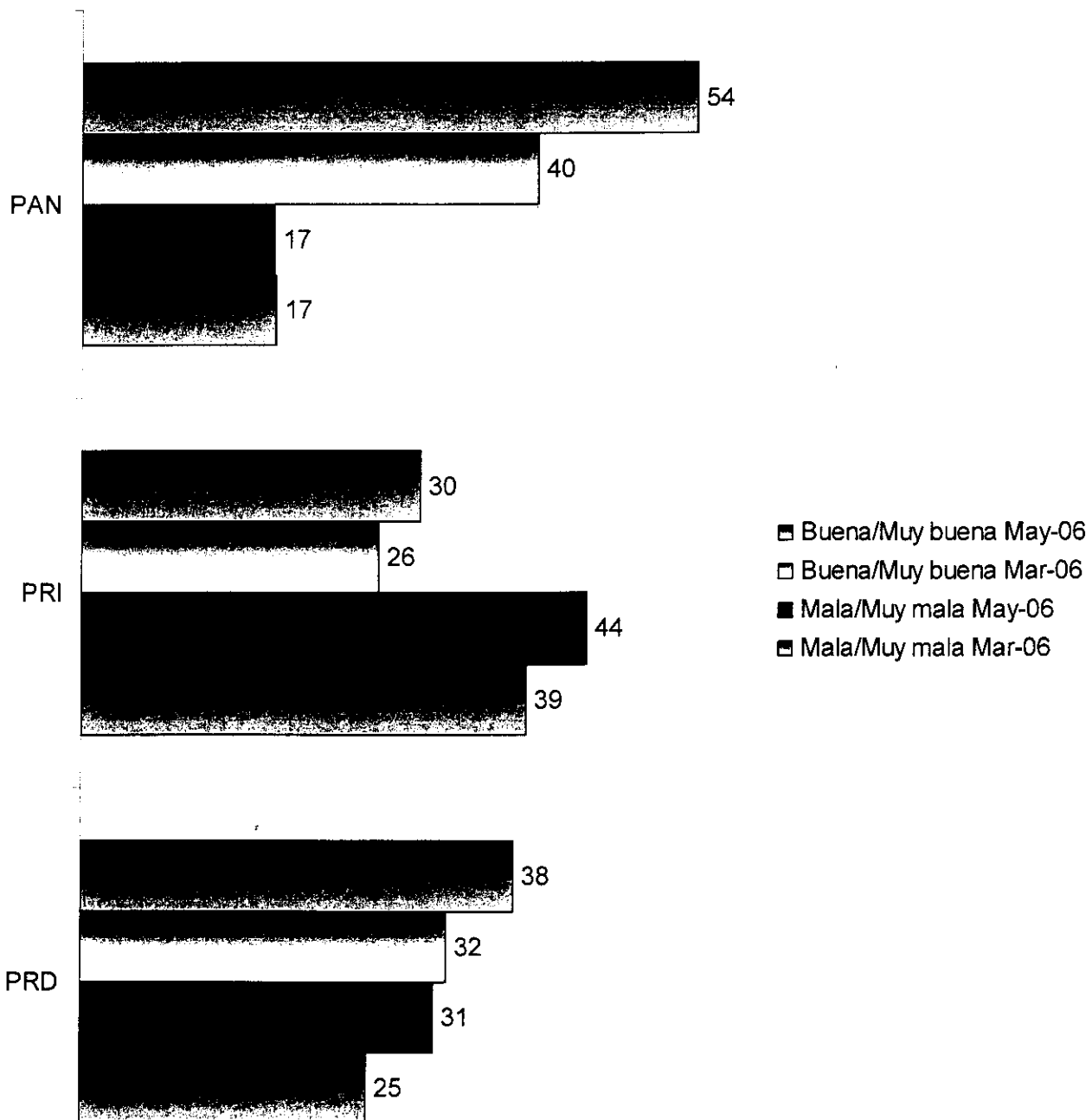


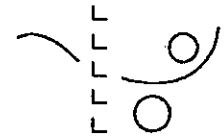
## Balance en la imagen de los candidatos





## Opinión de los Partidos



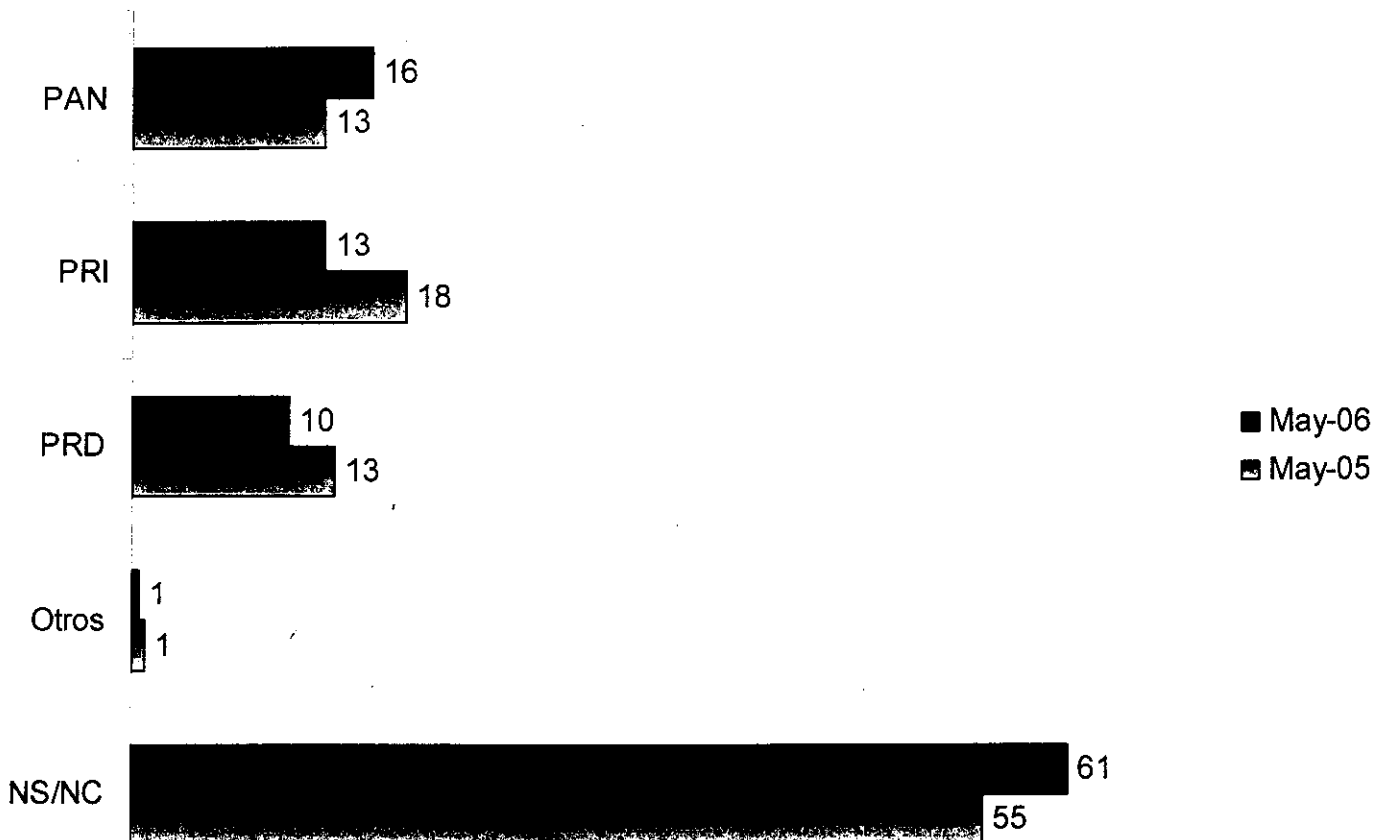


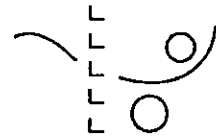
Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Simpatiza Usted con algún partido político?

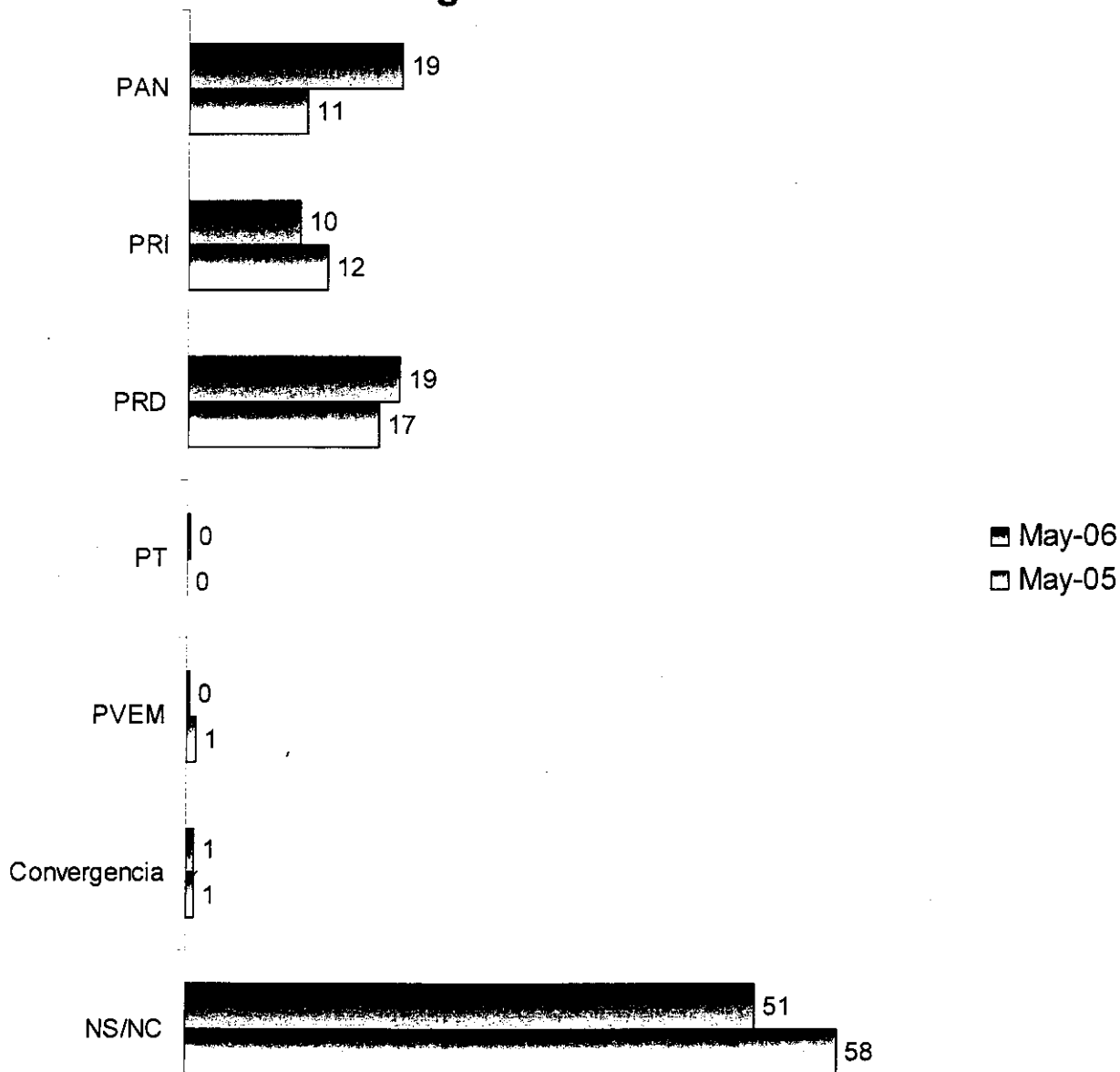


## ¿Con cuál partido simpatiza?

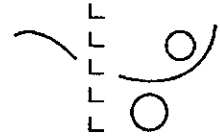




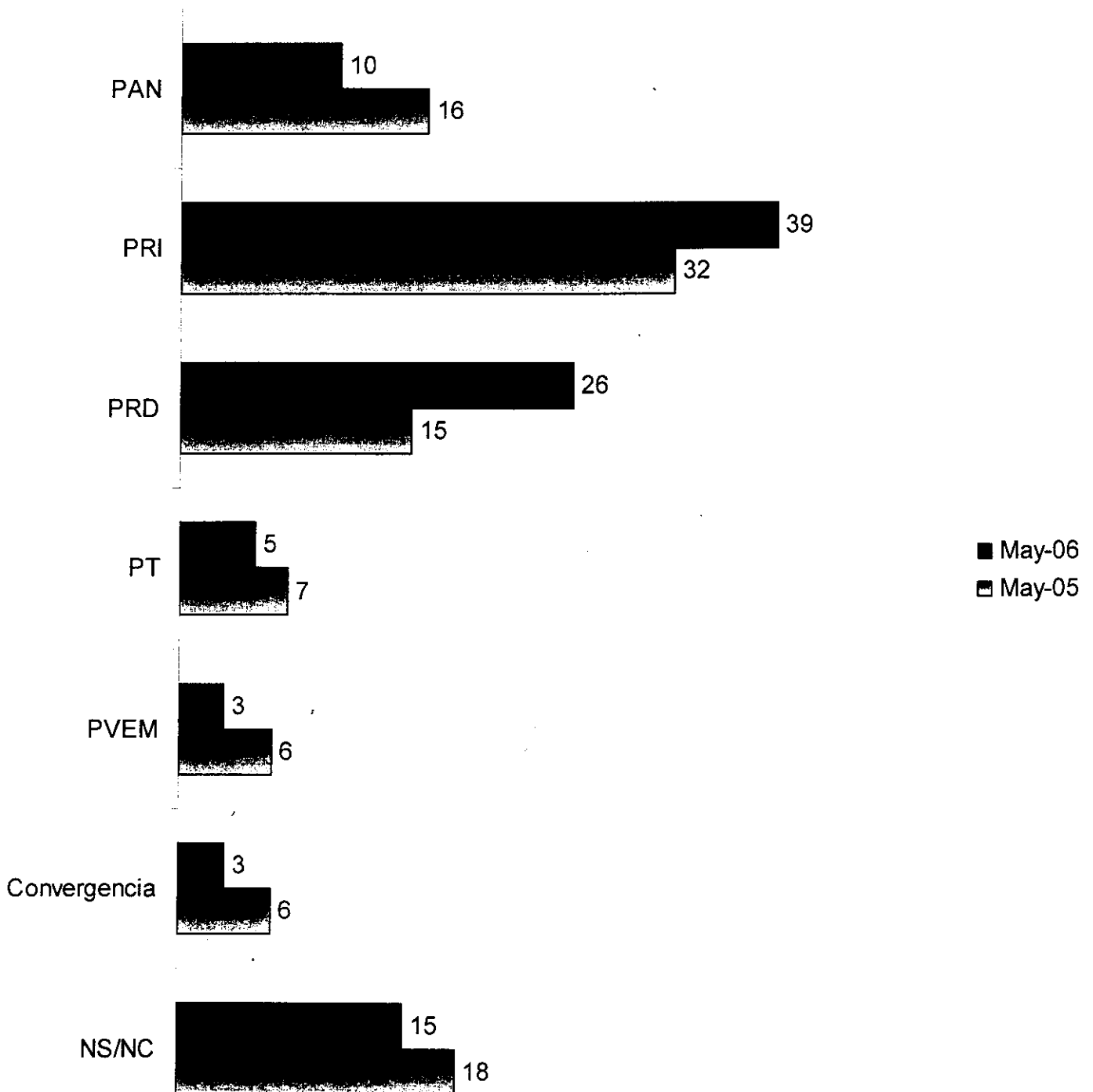
### En caso de no simpatizar con ningún partido, ¿Por cuál de ellos se inclinaría a votar en alguna elección?

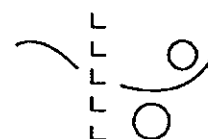






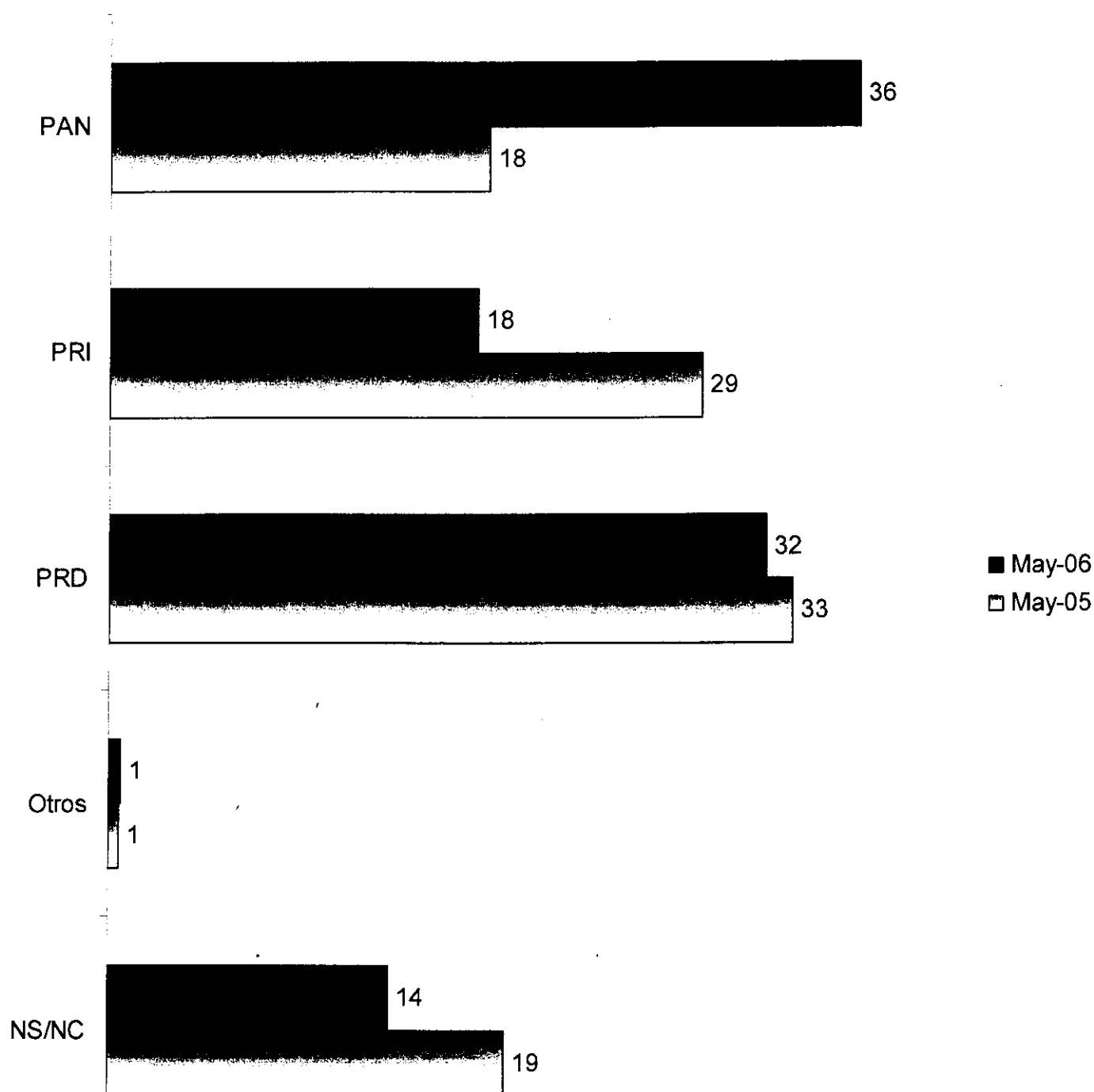
## ¿Por cuál partido nunca votaría Usted?

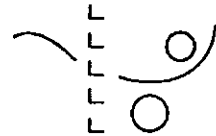




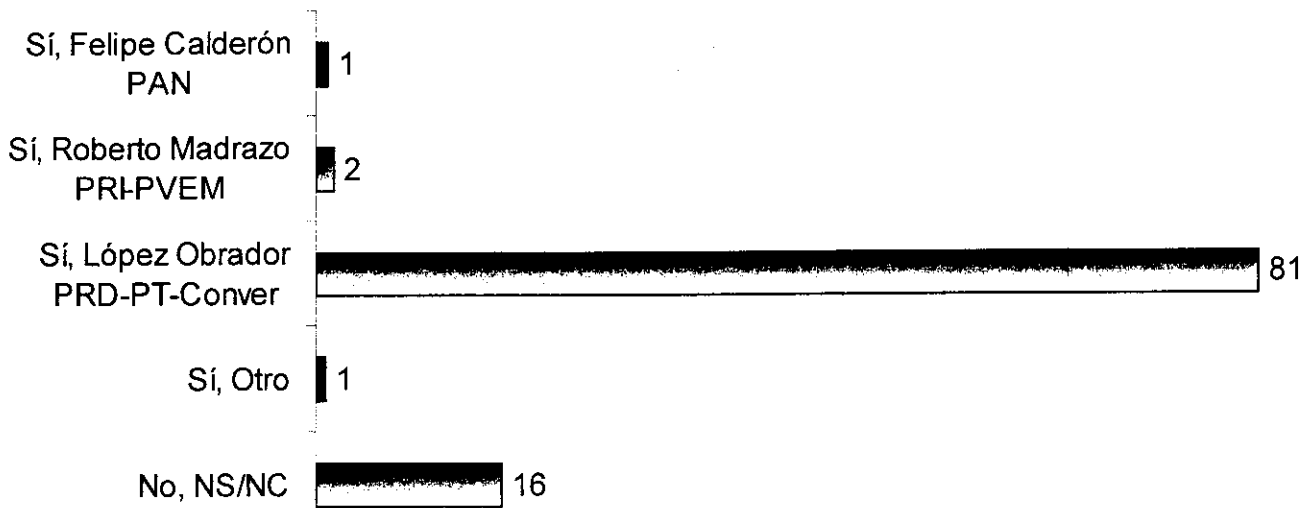
Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Cuál partido cree Usted que va a ganar las elecciones para Presidente de la República en todo el País?

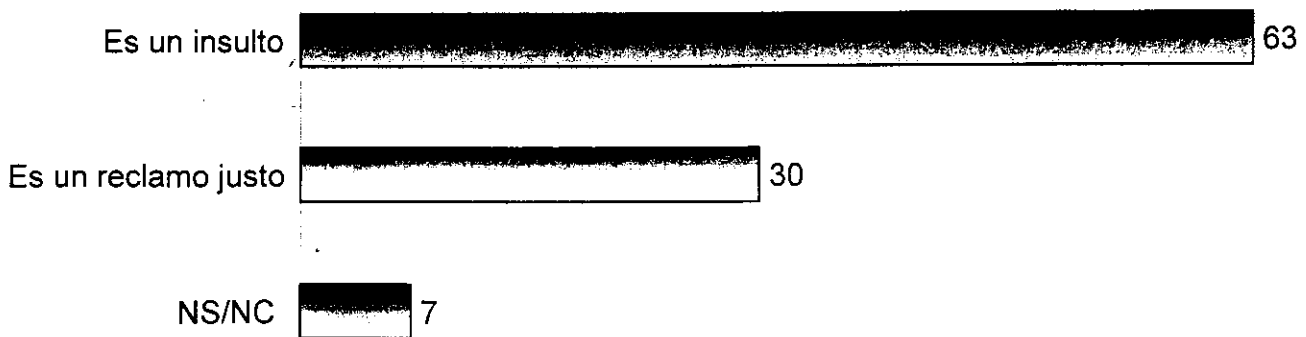


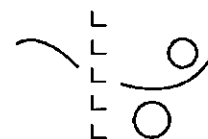


## ¿Se enteró Usted cuál candidato a la presidencia le gritó al Presidente Fox "Cállate Chachalaca"?



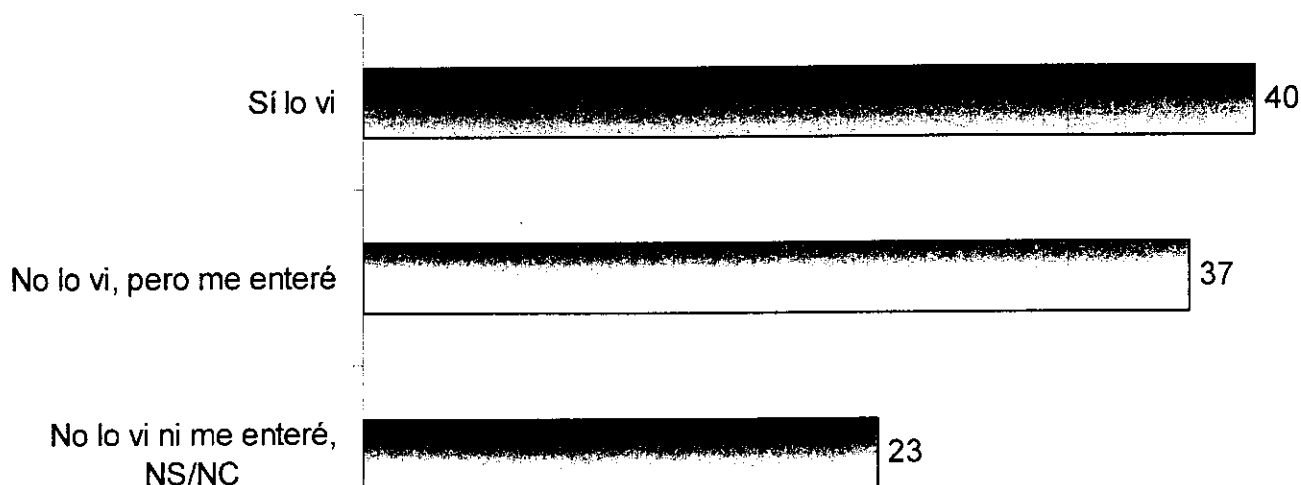
## López Obrador del PRD le gritó al Presidente Fox "Cállate Chachalaca" porque según él Fox estaba interviniendo en las elecciones, ¿usted cree que?



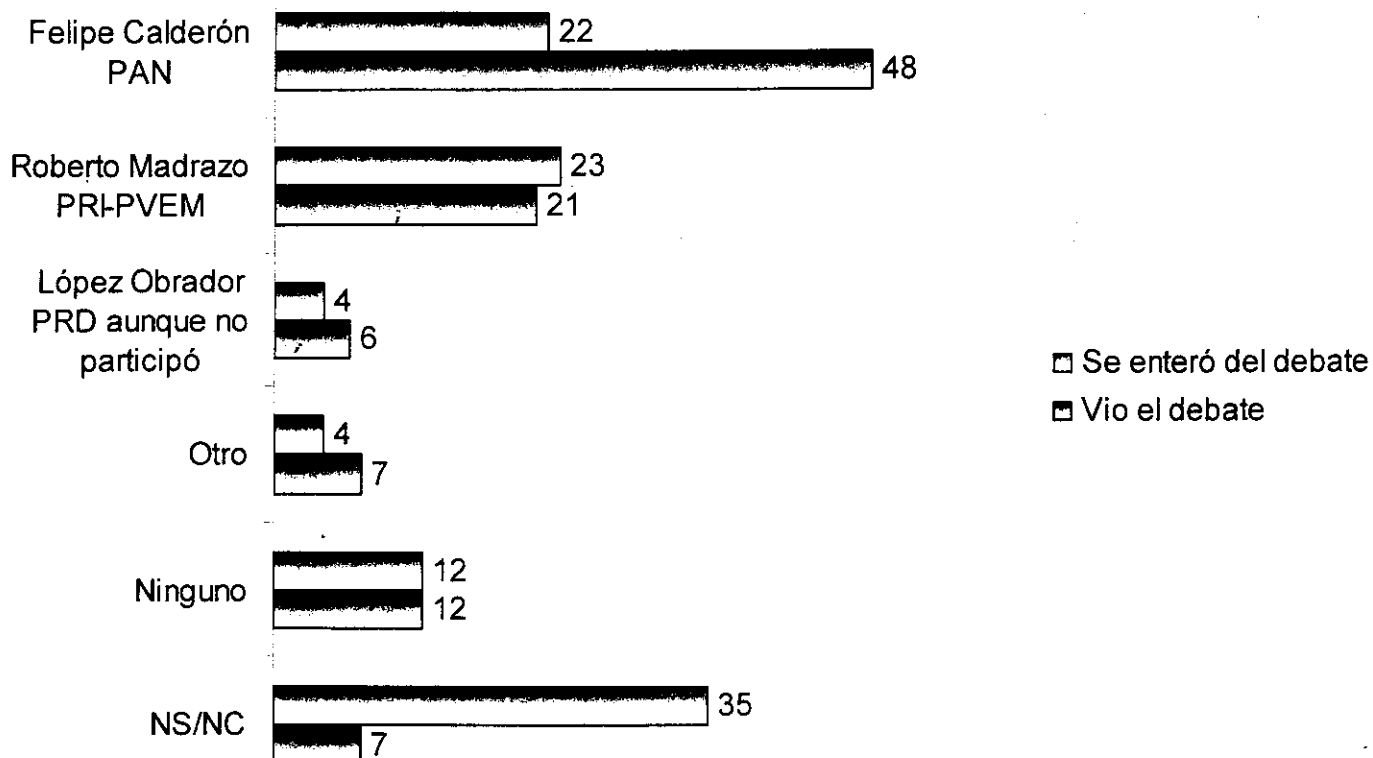


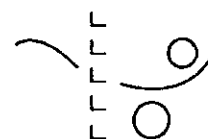
Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Vió Usted o se enteró del debate de los candidatos a la Presidencia de la República, el pasado 25 de abril?



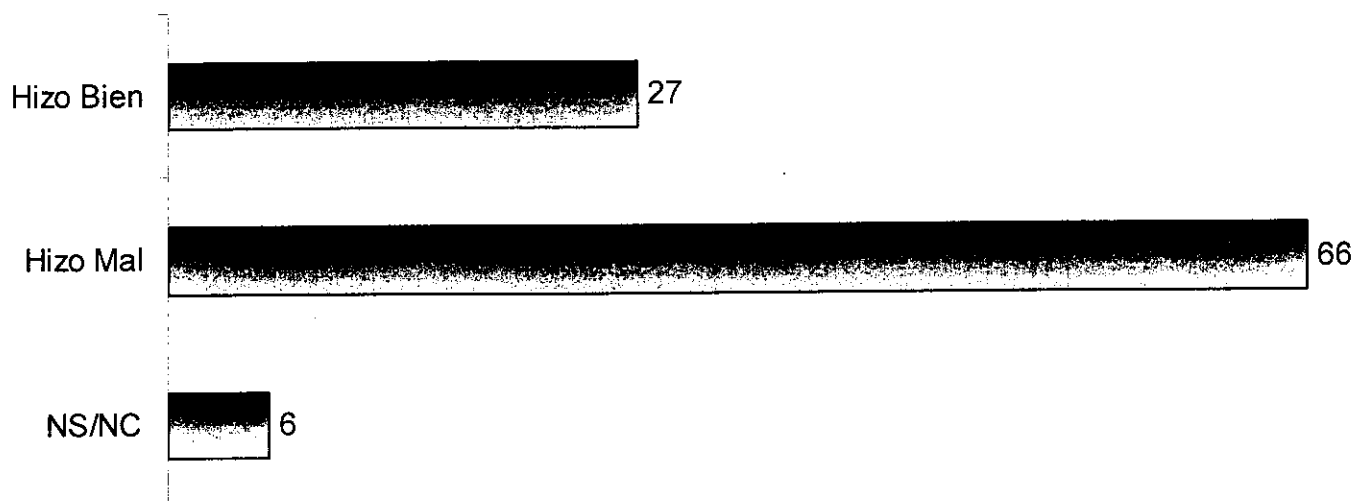
## ¿Quién cree usted que ganó el debate?

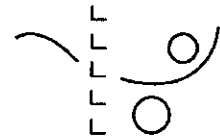




Consultores y Marketing Político, S.C.

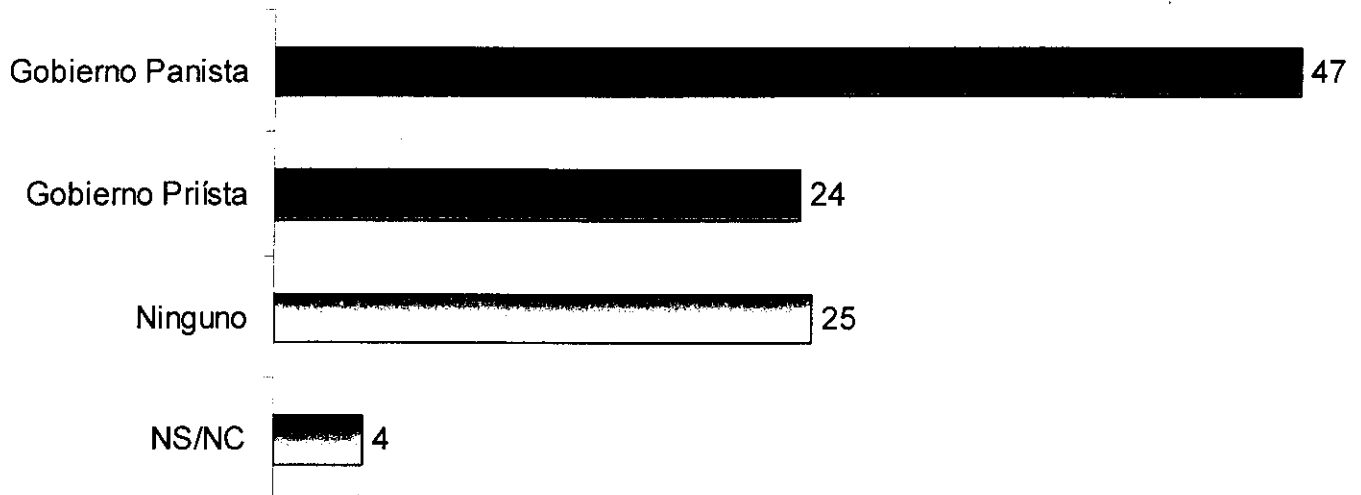
## López Obrador candidato del PRD no asistió al debate, ¿usted cree que...?



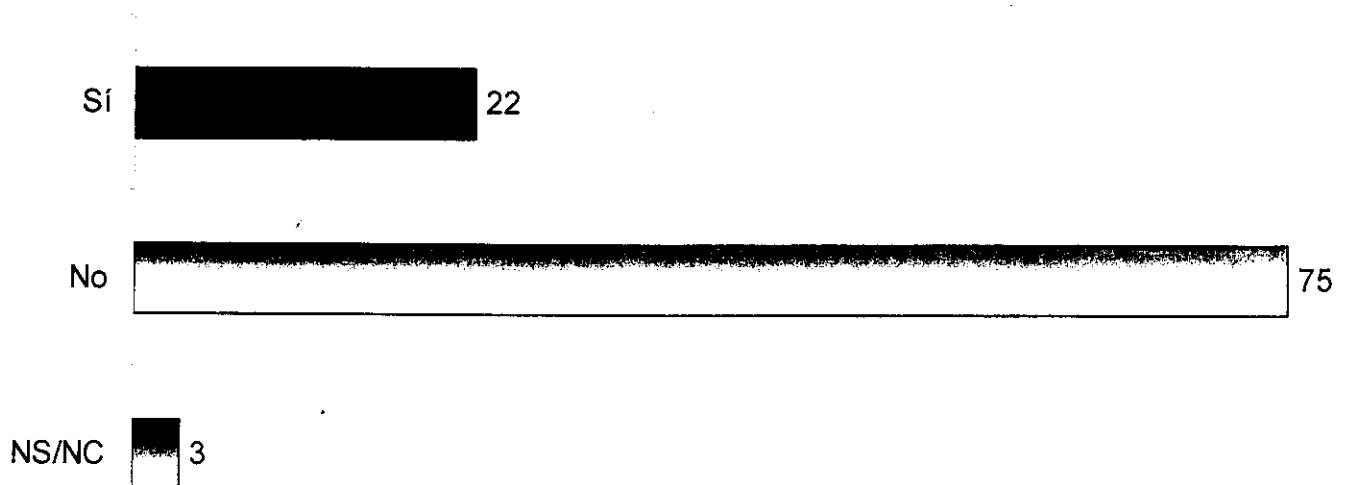


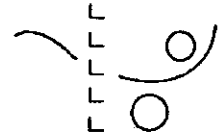
Consultores y Marketing Político, S.C.

## En lo personal, ¿con qué gobierno le ha ido mejor a Usted?



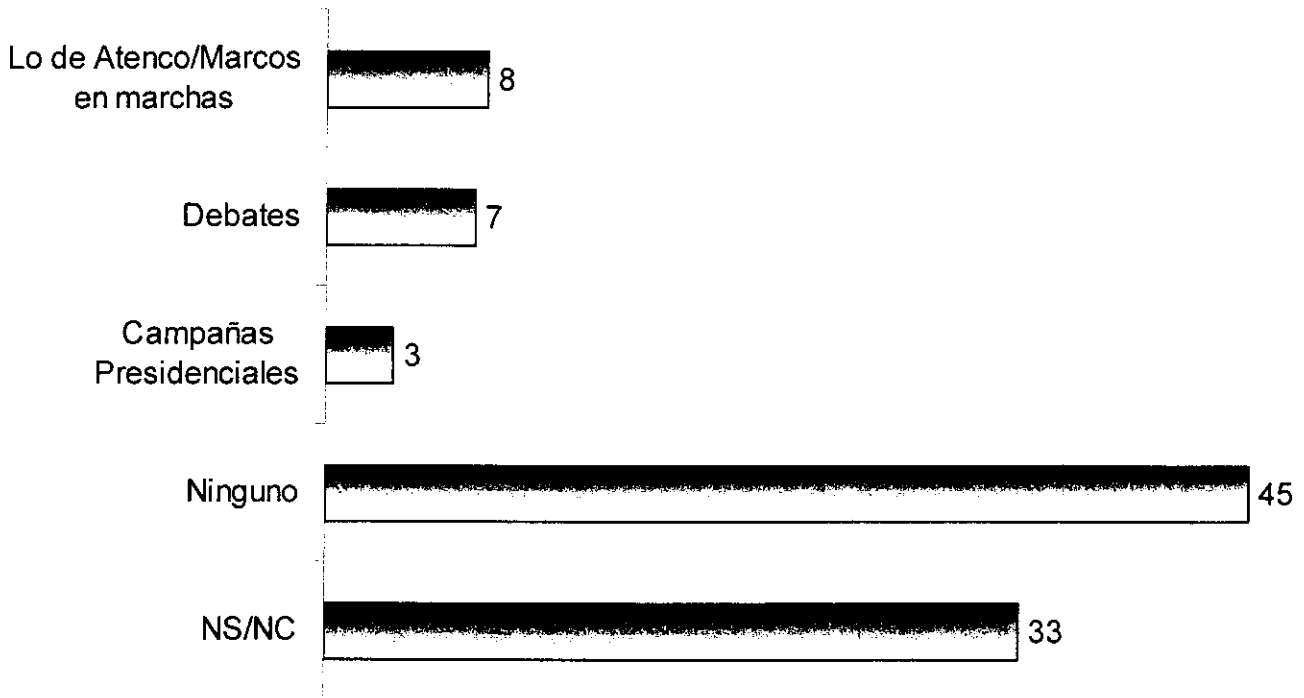
## Cuando oye un pronunciamiento de Roberto Madrazo, por lo general, ¿Tiende Usted a creerle?



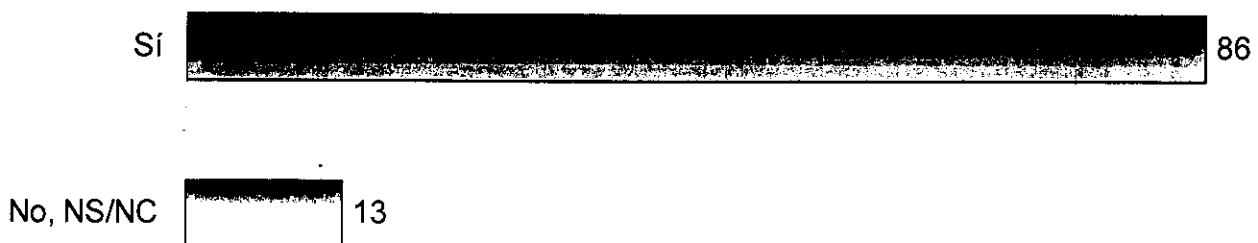


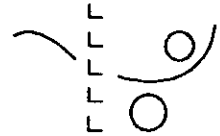
Consultores y Marketing Político, S.C.

**¿Usted se ha enterado de algún acontecimiento político importante en el último mes? ¿Cuál?**

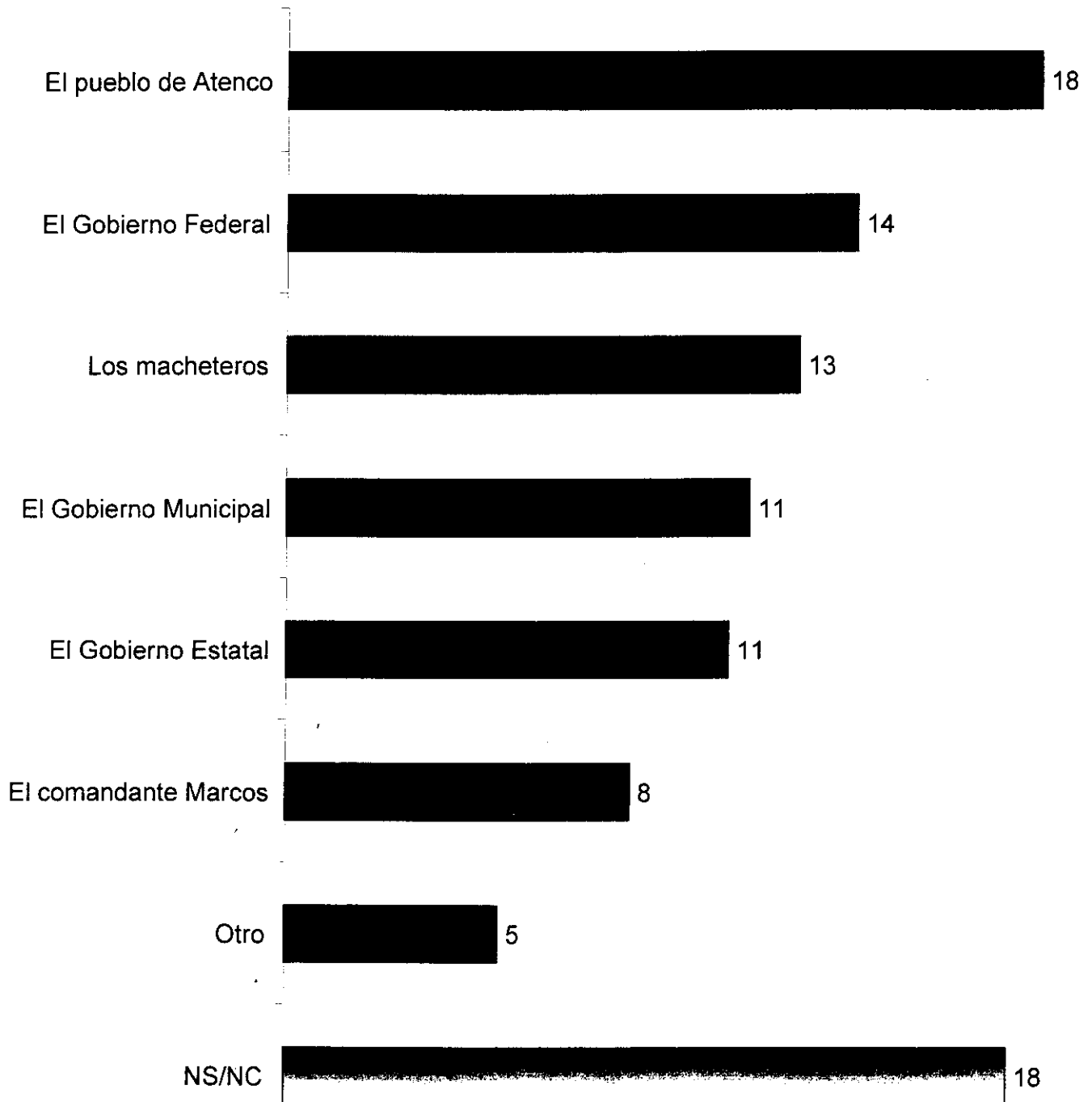


**¿Se enteró Usted de los problemas de San Salvador Atenco?**

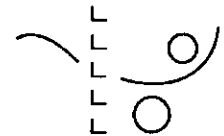




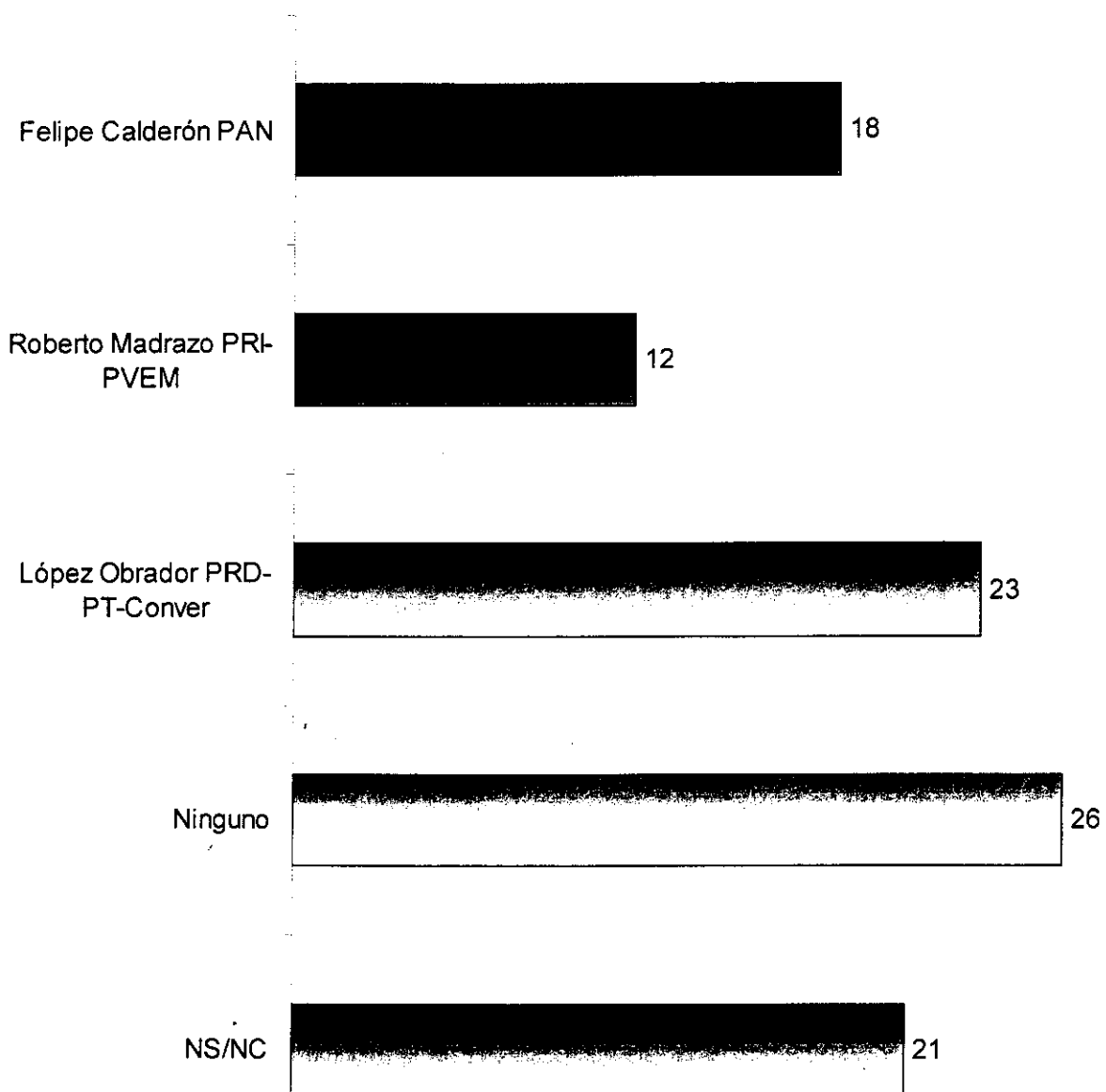
## ¿Quién cree que fue el principal culpable del enfrentamiento?

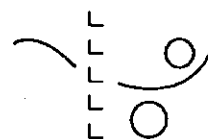






**¿A cuál de los tres candidatos a la presidencia perjudica más el enfrentamiento de mineros hace un mes en Lázaro Cárdenas Michoacán y de Atenco en el Estado de México?**

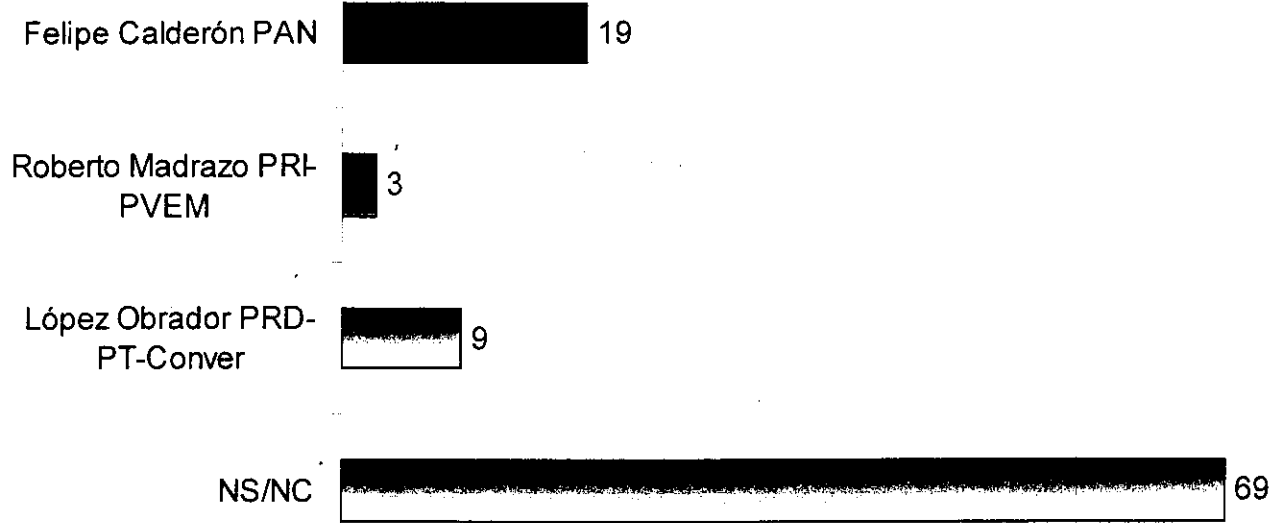


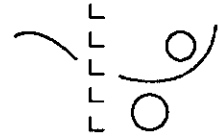


## ¿Usted se ha enterado del resultado de alguna encuesta nacional para Presidente de la República en los últimos tres meses?



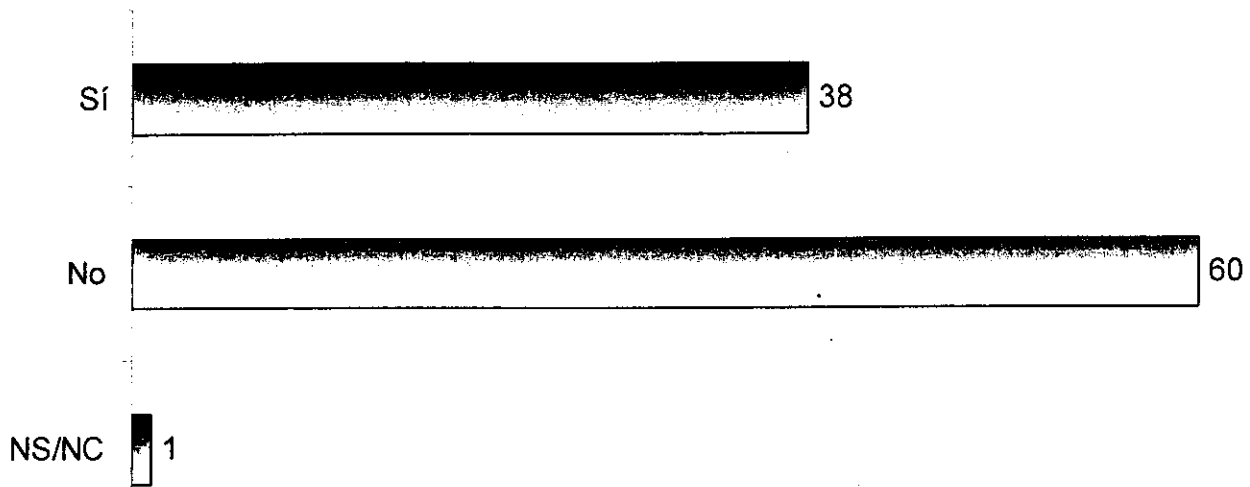
## ¿Quién ganaba en esa encuesta?



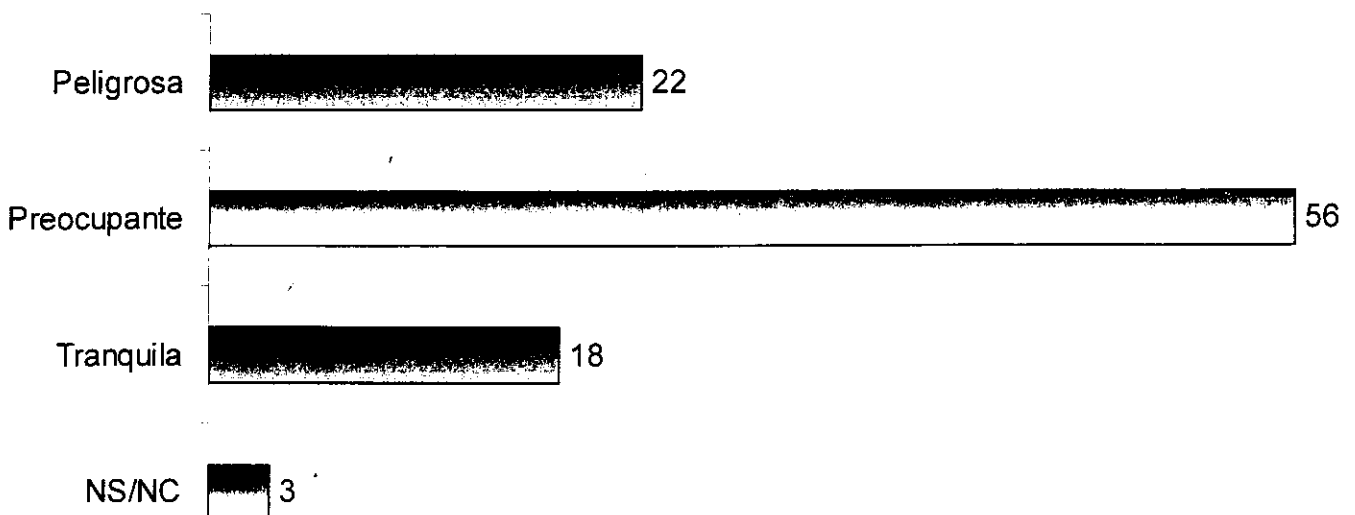


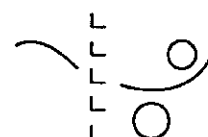
Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Usted conoce ha alguna persona que haya cambiado la intención de votar por algún candidato?

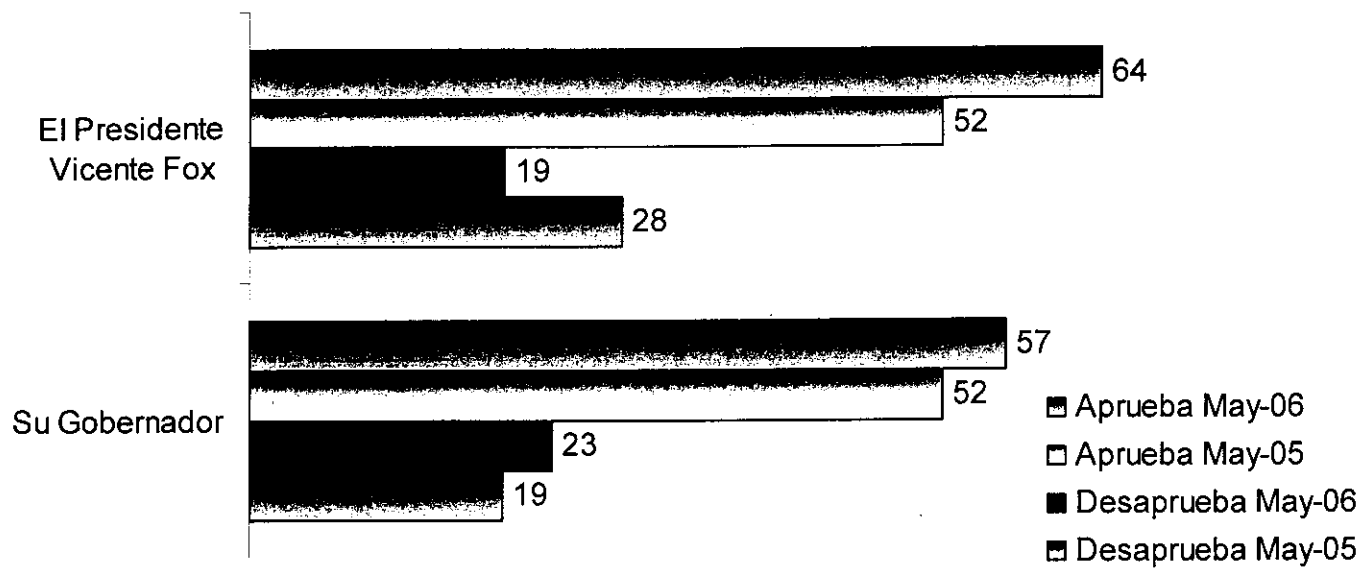


## ¿Cómo ve usted la situación política del país?

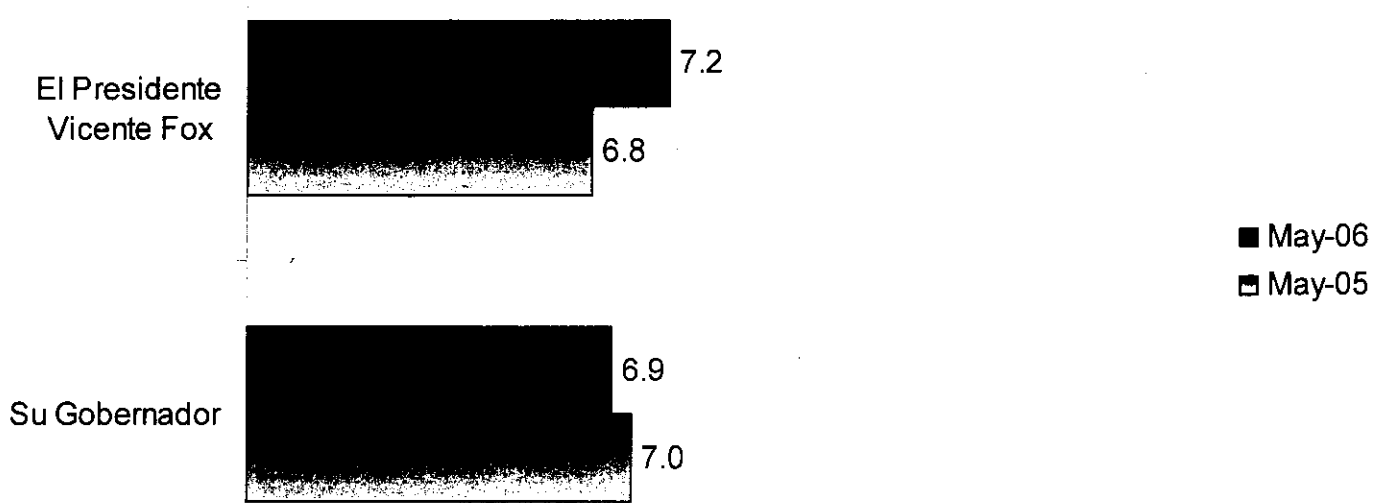


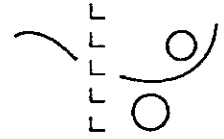


### ¿Aprueba Usted ó no el trabajo realizado por ... ?

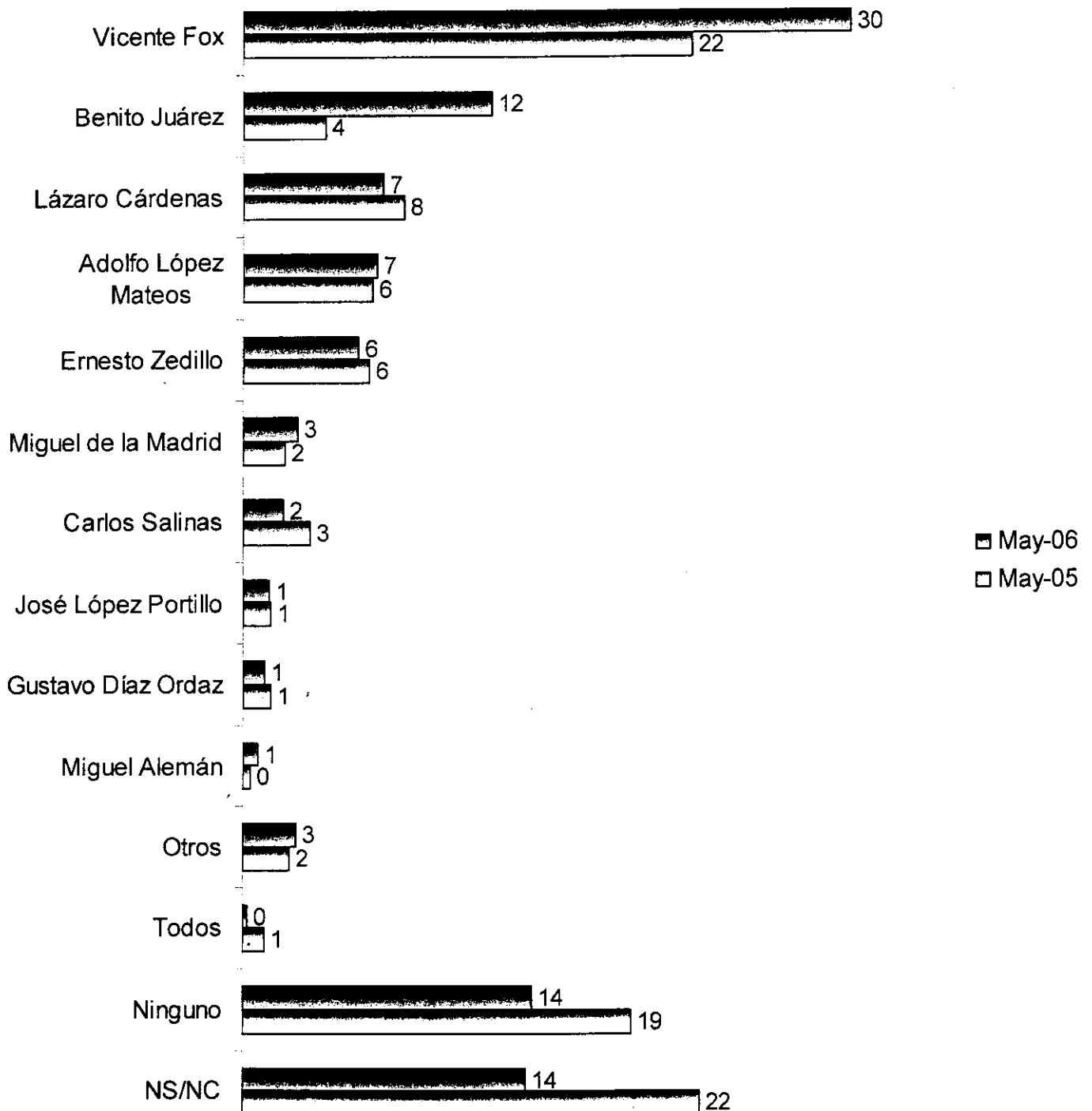


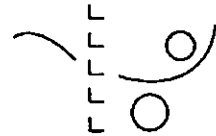
### Calificación de ...



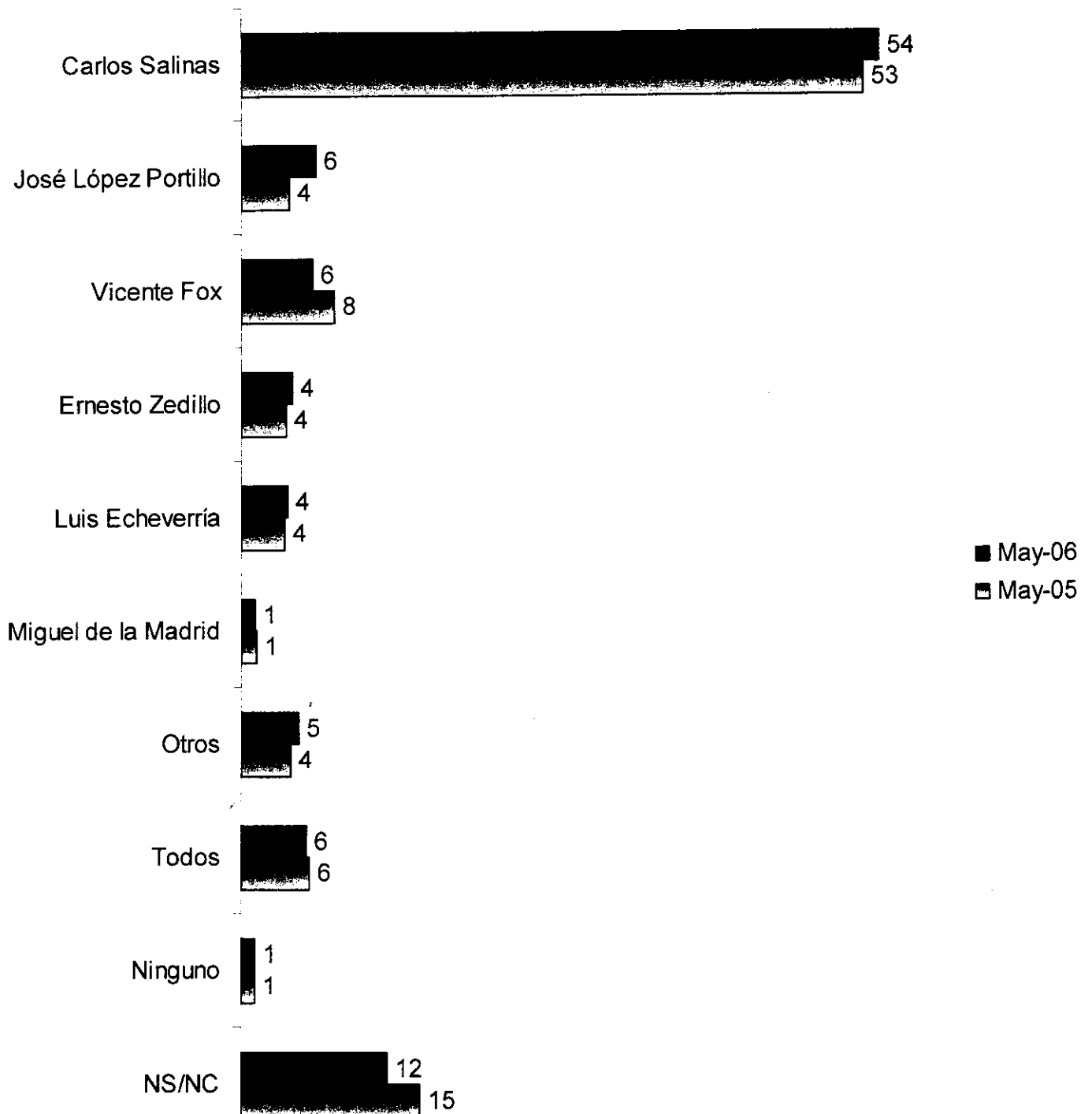


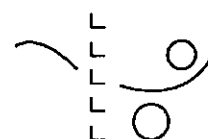
## ¿Quién cree Usted que ha sido el mejor Presidente que ha tenido México?



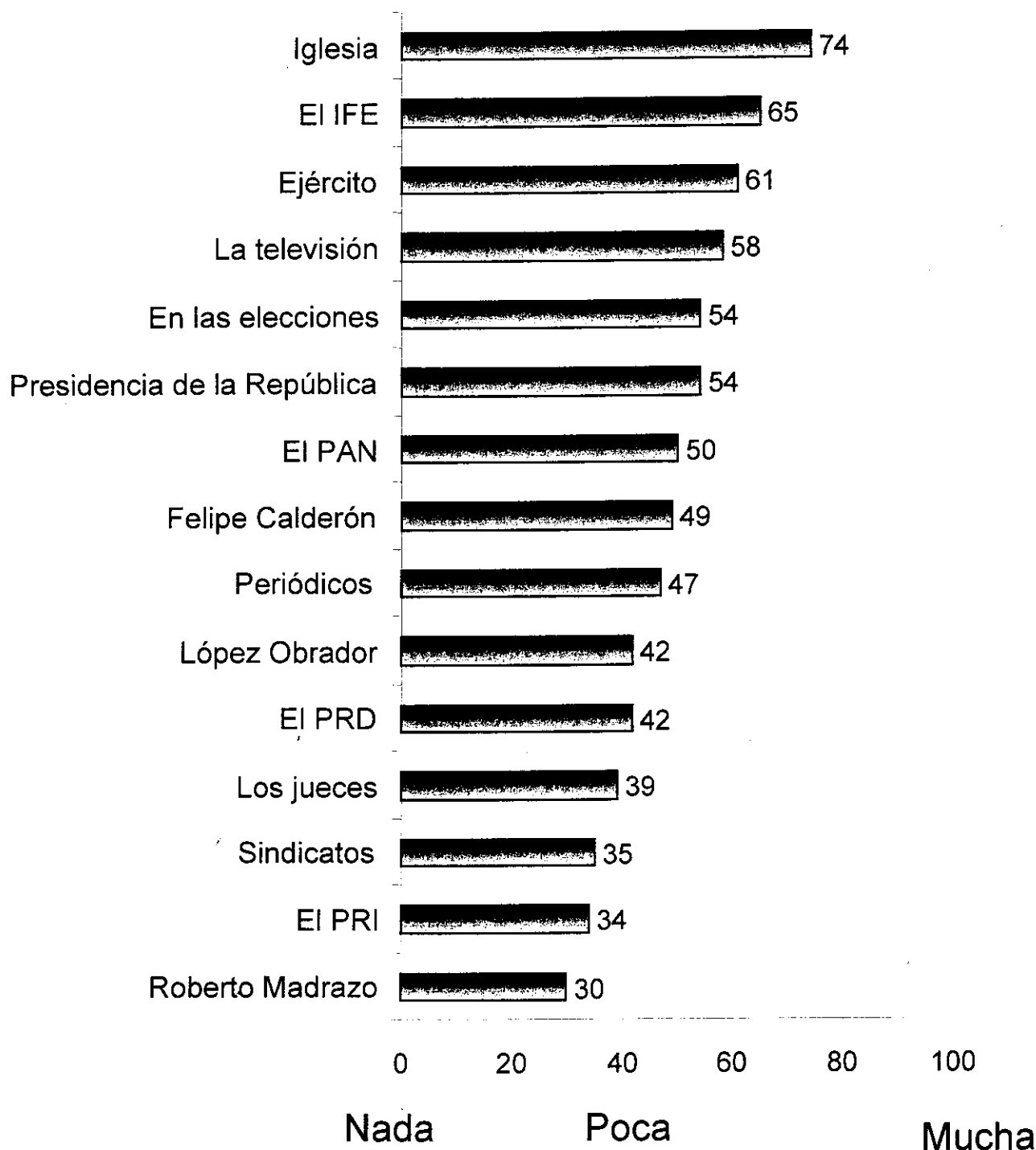


## ¿Quién cree Usted que ha sido el peor Presidente que ha tenido México?



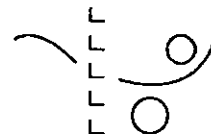


## ¿Qué tanta confianza tiene usted en...? (Índice de Confianza)



# Resumen Ejecutivo

---



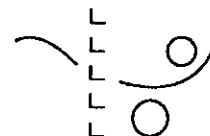
Consultores y Marketing Político, S.C.

- Después de 50 días de haber realizado la encuesta existió un cambio en la estructura de la competencia, de tripartidismo pasó a un bipartidismo, dónde la competencia parece decidirse entre PAN y PRD.
- Los errores cometidos por AMLO de insultar al Presidente Fox que cuenta con un amplio respaldo de la mayoría, y el no haber asistido al debate le costaron valiosos puntos en su imagen que lo llevaron a perder puntos entre el electorado. Además un alto porcentaje de persona perciben a su campaña como muy negativa. Solamente 1% de la población considera a los mítines útiles para informarse de las campañas y la mayoría prefiere las noticias.
- El PRI es el partido menos favorecido por los últimos acontecimientos, la participación de su candidato en el debate fue cuestionada por la mayoría y aproximadamente 75% de la población no cree en sus pronunciamientos y no le tienen confianza.
- El PAN, logró un importante crecimiento producto de la buena imagen de su candidato a la presidencia y de su buena campaña, junto con la percepción de su triunfo en el debate del 25 de abril.
- No obstante, a 46 días de la elección cualquiera de los dos punteros puede ganar ya que la diferencia entre Felipe y AMLO es de tan solo 4 puntos.



## Nota metodológica

---

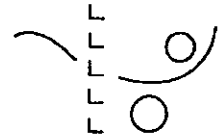


Consultores y Marketing Político, S.C.

- Encuesta levantada del 12 al 15 de mayo, a nivel nacional entre 1,209 ciudadanos con credencial de elector.
- Población objetivo: Población mayor de 18 años en el territorio Nacional.
- Técnica de recopilación de información: cara a cara en el domicilio de cada persona entrevistada.
- Muestreo: A partir de la lista nominal de electores del IFE de octubre del 2005, se hizo una selección probabilística de 93 secciones electorales en toda la República Mexicana.
- Se levantaron 13 encuestas por punto muestral. Se eligieron puntos muestrales para cada entidad federativa de acuerdo al listado nominal de cada una. Posteriormente se realizó un muestreo estratificado polietápica por los criterios urbano, rural y mixto del total de secciones de cada entidad. Finalmente para cada estrato de cada entidad federativa se eligieron las secciones al azar y se dio un salto sistemático cuando fuera necesario. Estuvieron en muestra 30 estados del país y 79 Municipios, así como 9 delegaciones del Distrito Federal.
- Margen de error para la pregunta electoral considerando a las 987 personas que contestaron la pregunta electoral es del +/- 3.4% con un intervalo de confianza del 95%.

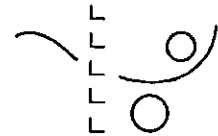
## Nota metodológica

---



Consultores y Marketing Político, S.C.

- Participaron en el levantamiento 50 encuestadores y 10 supervisores, 2 responsables de campo 1 coordinador general, 4 capturistas y 1 analista de sistemas
- Los datos fueron ponderados de acuerdo al género reportado por el IFE en la proporción de 48.15% de hombres y 51,85% de mujeres.



Consultores y Marketing Político, S.C.

---

La pregunta electoral fue:

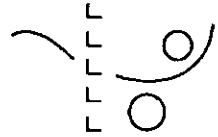
“Sí el día de hoy hubiera elecciones para Presidente de la República ¿por cuál candidato o partido votaría usted hoy?”

Los datos fueron recolectados en una boleta que se entregó para que el encuestado la tachara voluntariamente. La boleta fue en blanco y negro con los logos y nombres de los candidatos, ordenados según lo Reporta el Instituto Federal Electoral.

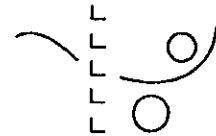
Al llegar a la selección, los encuestadores ubicaron la vivienda Y cada cinco viviendas en el sentido de las manecillas del reloj Fue seleccionado un solo sujeto a encuestar que abriera la puerta, fuera mayor de edad y tuviera credencia del elector.

Como herramienta de recolección de datos se utilizó un cuestionario con 25 preguntas, previamente estructurado y dónde los encuestadores iban preguntando a la población y llenando el cuestionario. El único dato que fue autollenado fue el de la intención de voto en la boleta electoral.

La pregunta electoral fue la número 8 del cuestionario.



- 
- Patrocinio y realización de la encuesta: Consultores y Marketing Político S. C.
  - La encuesta fue levantada por Trabajos Especializados en Campo, S.A. de C.V.
  - Persona moral que patrocinó la encuesta: Consultores y Marketing Político, S. C.
  - Diseño del cuestionario y muestreo: Consultores y Marketing Político, S. C.
  - Responsable de la publicación de la encuesta: Gisela Rubach Lueters.
  - La encuesta de marzo del 2006 fue levantada entre 1,196 ciudadanos en el domicilio de las personas los días del 16 al 19 de marzo. El margen de error teórico para la pregunta electoral fue 3.5% con un intervalo del 95% de confianza.
  - La encuesta de mayo del 2005 fue levantada entre 1,600 ciudadanos mayores de 18 años en el domicilio de las personas los días del 7'al 11 de mayo. El margen de error teórico para la pregunta electoral fue 2.9% con un intervalo del 95% de confianza.
  - La encuesta de marzo del 2005 fue levantada entre 1,200 ciudadanos en el domicilio de las personas los días del 6 al 12 de marzo. El margen de error teórico para la pregunta electoral fue 3.6% con un intervalo del 95% de confianza.



### Perfil socioeconómico de la muestra

		Población	
		Marzo	Mayo
<b>sexo</b>	<i>Total</i>	<b>100</b>	<b>100</b>
	<i>hombre</i>	48	48
	<i>mujer</i>	52	52
<b>Localidad</b>	<i>Urbana</i>	72	72
	<i>Rural</i>	28	28
<b>Edad</b>	<i>De 18 a 29</i>	30	26
	<i>De 30 a 49</i>	43	43
	<i>Más de 50 años</i>	27	31
<b>Escolaridad</b>	<i>Primaria</i>	41	39
	<i>Secundaria</i>	26	24
	<i>Preparatoria</i>	21	21
	<i>Universidad</i>	12	15
<b>Ingresos</b>	<i>Bajos</i>	58	56
	<i>Medios</i>	37	28
	<i>Altos</i>	3	5