

## ANEXO 1

### **Metodología de la encuesta Nacional electoral presentada el día 22 de marzo 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 22 de marzo de 2006.

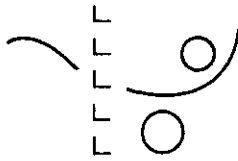
En cumplimiento de los puntos cuatro y cinco del acuerdo citado, Consultores y Marketing Político S.C. garantiza la verificabilidad de los cuestionarios, además se obliga y garantiza a conservar todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para realizar la muestra 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 22 de marzo 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.

1. La encuesta fue patrocinada por Consultores y Marketing Político S.C., con dirección en Carr. Picacho Ajusco #130, int. 502ª, Col. Jardines de la Montaña, Tlalpan, D.F., CP 14210, Tel. 5631-1921 y 2046.
2. Consultores y Marketing Político S.C. diseñó el cuestionario, la muestra, capturó los resultados y elaboró las gráficas. Trabajos Especializados en Campo S.A. de C.V. se encargó del levantamiento de los cuestionarios.
3. Consultores y Marketing Político S.C. ordenó la publicación del estudio en cuestión.
4. Encuesta levantada del 16 al 19 de marzo, a nivel nacional entre 1,196 ciudadanos con credencial de elector.
5. Población objetivo: Población mayor de 18 años en el territorio Nacional. Ésta consistió de hombre y mujeres mayores de 18 años que viven en el territorio nacional y que cuentan con credencial de elector actualizada. El levantamiento de campo fue realizado entre el 16 y 19 de marzo del 2006.
6. El perfil socioeconómico de la muestra fue el siguiente:

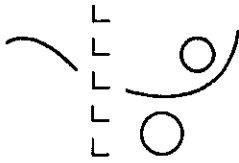
<b>Género</b>		<b>Localidad</b>	
<i>Hombre</i>	48	<i>Urbana</i>	72
<i>Mujer</i>	52	<i>Mixta/rural</i>	28
<b>Edad</b>		<b>Ingresos</b>	
<i>Menos de 30</i>	30.5	<i>Menos de 4,050 pesos</i>	63
<i>De 30 a 50</i>	42.5	<i>De 4,051 a 13,500 pesos</i>	26
<i>Más de 50 años</i>	27	<i>Más de 13,500 pesos</i>	3
<b>Escolaridad</b>		<i>NS/NC</i>	8
<i>Primaria o menos</i>	41		
<i>Secundaria</i>	26		
<i>Preparatoria</i>	21		
<i>Universidad</i>	12		

7. El cuestionario fue aplicado cara a cara a las personas entrevistadas en su domicilio.
8. El muestreo se realizó a partir de la lista nominal de electores del Instituto Federal Electoral. Se eligieron 92 secciones electorales dónde se levantaron 13 cuestionarios por punto muestral. De acuerdo al listado nominal de cada entidad federativa se eligió un determinado número de puntos muestrales. Posteriormente, se realizó un muestreo estratificado por los criterios urbano, mixto y rural de cada entidad federativa. La selección de secciones fue aleatoria 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.
9. El margen de error de la pregunta electoral considerando a las 934 personas que contestaron la pregunta electoral es de +/- 3,5% 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.
10. 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.
11. 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.



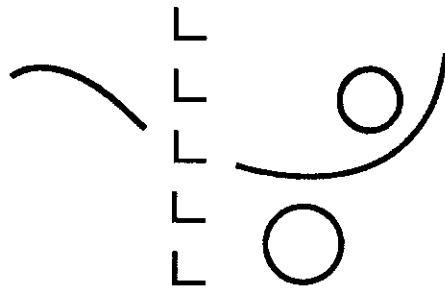
Consultores y Marketing Político, S.C.

12. 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 la selección de 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.
13. 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 auto-llenado fue el de la intención de voto en la boleta electoral.
14. La pregunta electoral fue la número 4 del cuestionario.
15. La supervisión del levantamiento de campo se realizó 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.
16. Participaron en el levantamiento 42 encuestadores y 9 supervisores, 2 responsables de campo, 1 coordinador general, 4 capturistas y 1 analista de sistemas.
17. 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.



Consultores y Marketing Político, S.C.

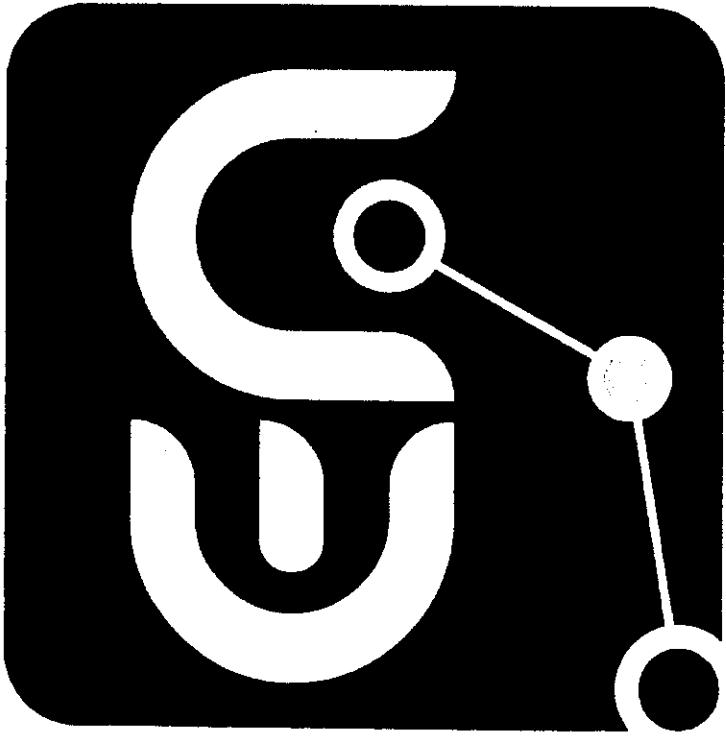
18. La encuesta de mayo del 2005 fue levantada entre 1,600 ciudadanos mayores de 18 años en el domicilio de las personas del 7 al 11 de mayo. El margen de error teórico para la pregunta electoral fue 2.9% con un intervalo del 95% de confianza.



Consultores y Marketing Político, S.C.

## **ANEXO 2**

Versión impresa de la  
Encuesta Nacional Electoral  
Presentada el día 22 de marzo



# CUESTAS

# NACIONAL

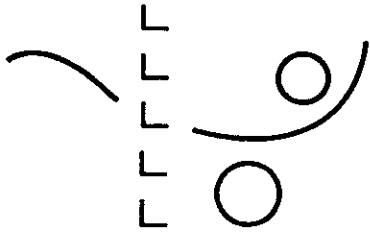
Marzo 2006



**Consultores y Marketing Político, S.C.**

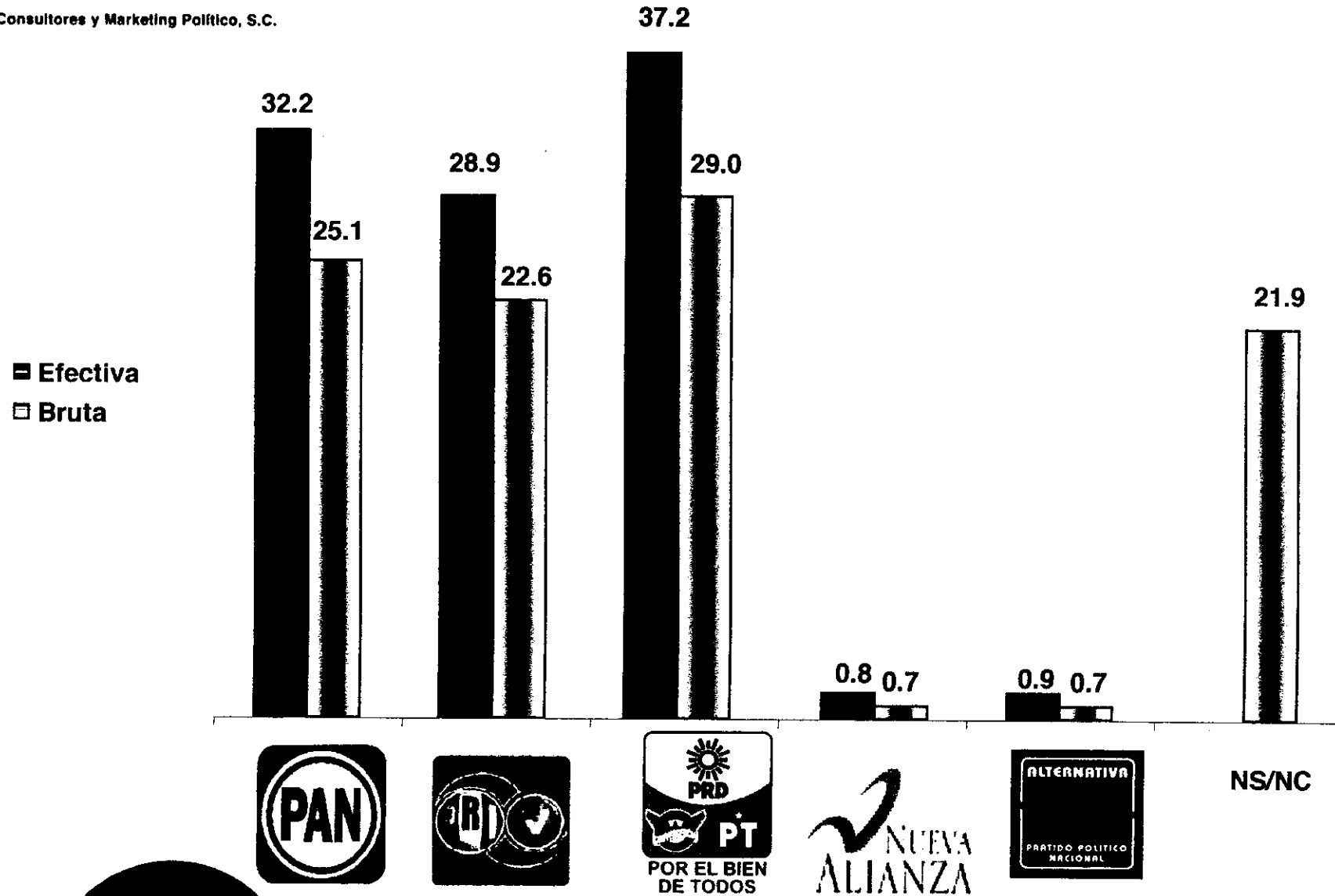
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS © MÉXICO 2006

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

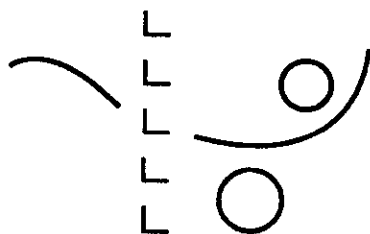


Consultores y Marketing Político, S.C.

# Si el día de hoy hubiera elecciones para Presidente de la República ¿por cuál partido o candidato votaría usted hoy?

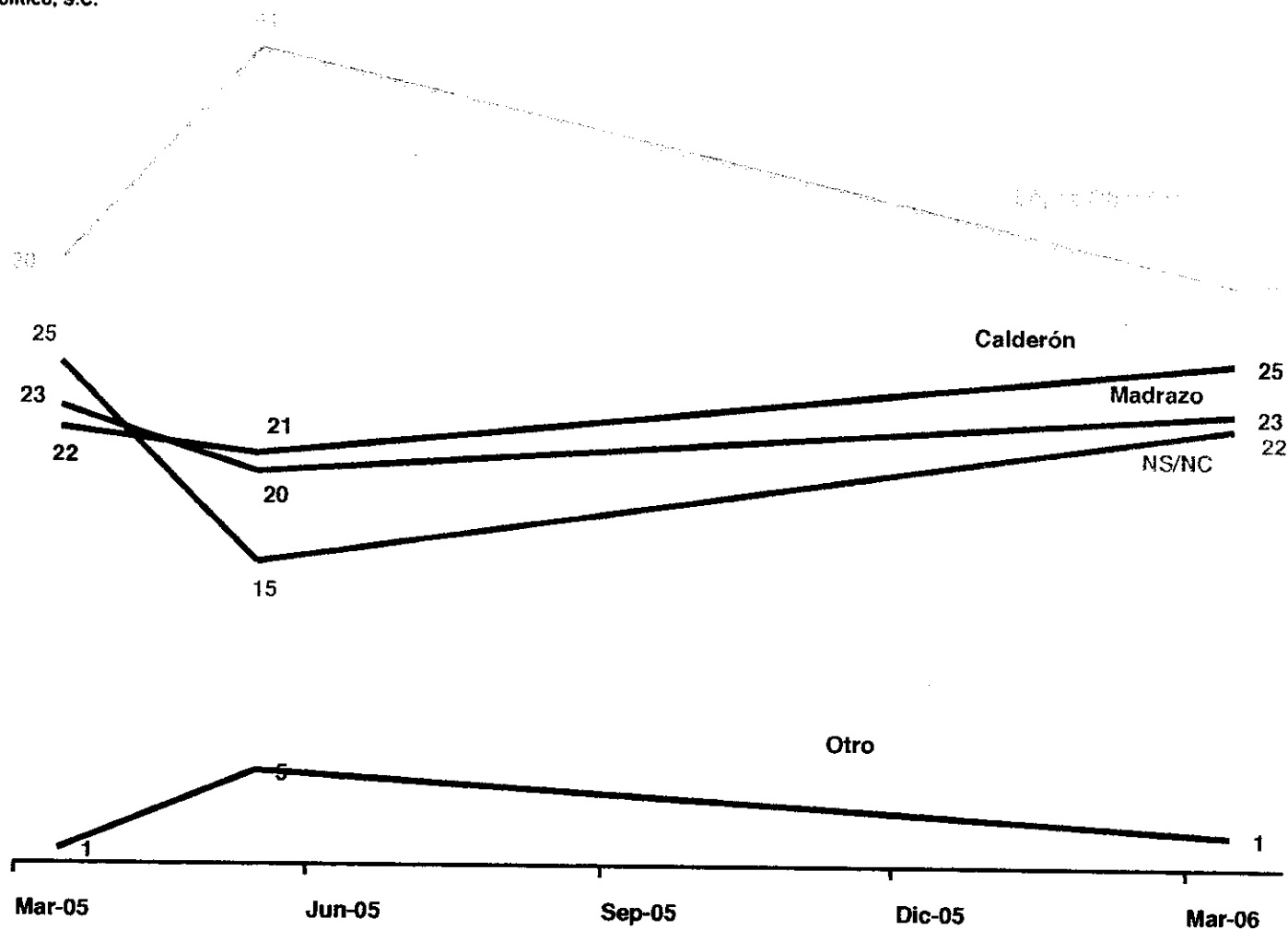


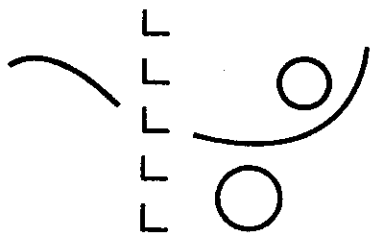




Consultores y Marketing Político, S.C.

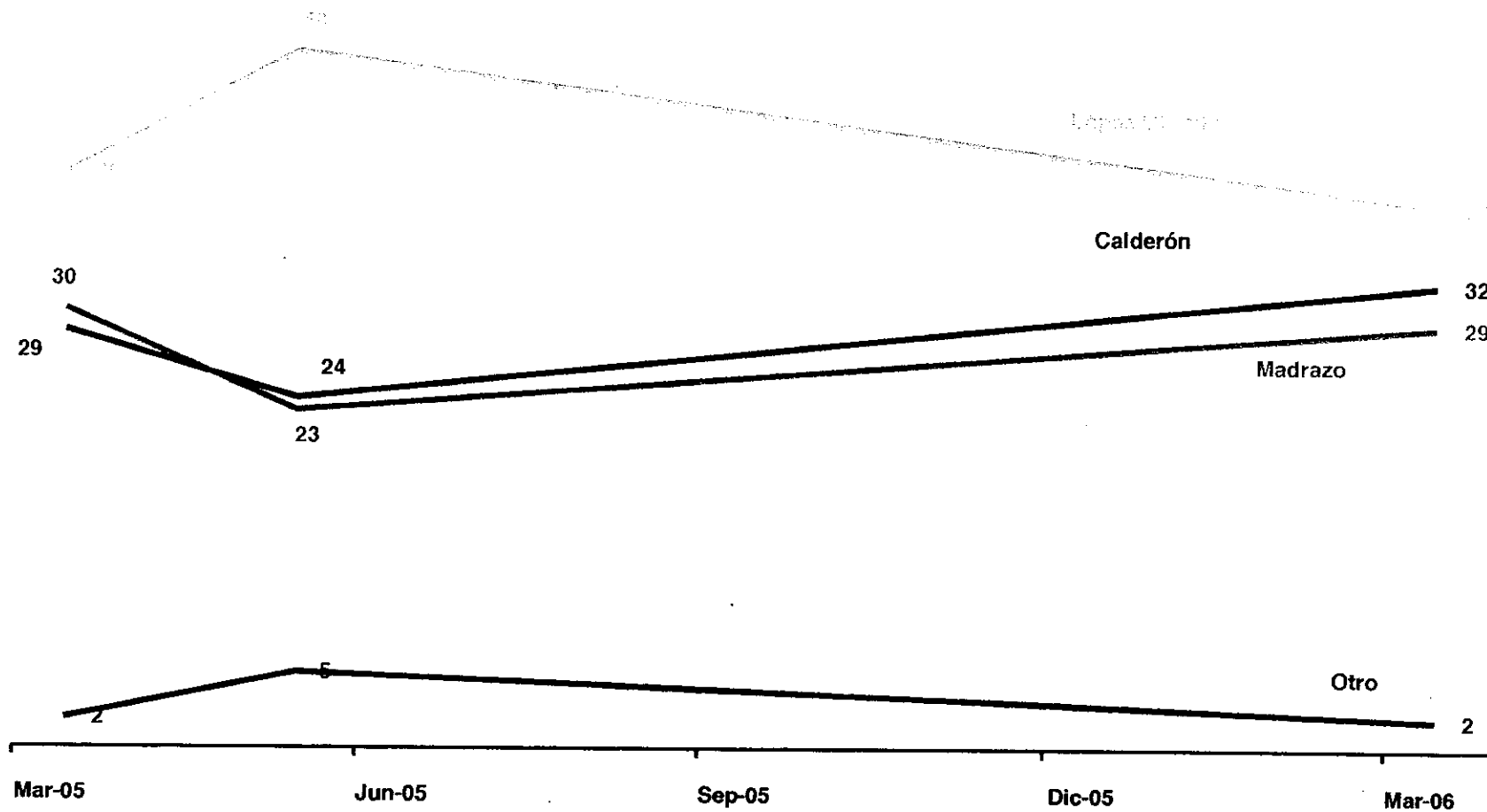
# Si el día de hoy hubiera elecciones para Presidente de la República ¿por cuál partido o candidato votaría usted hoy?

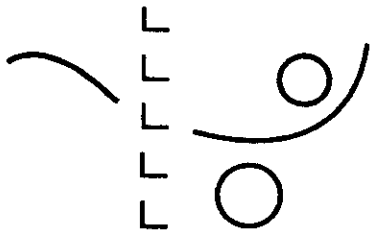




Consultores y Marketing Político, S.C.

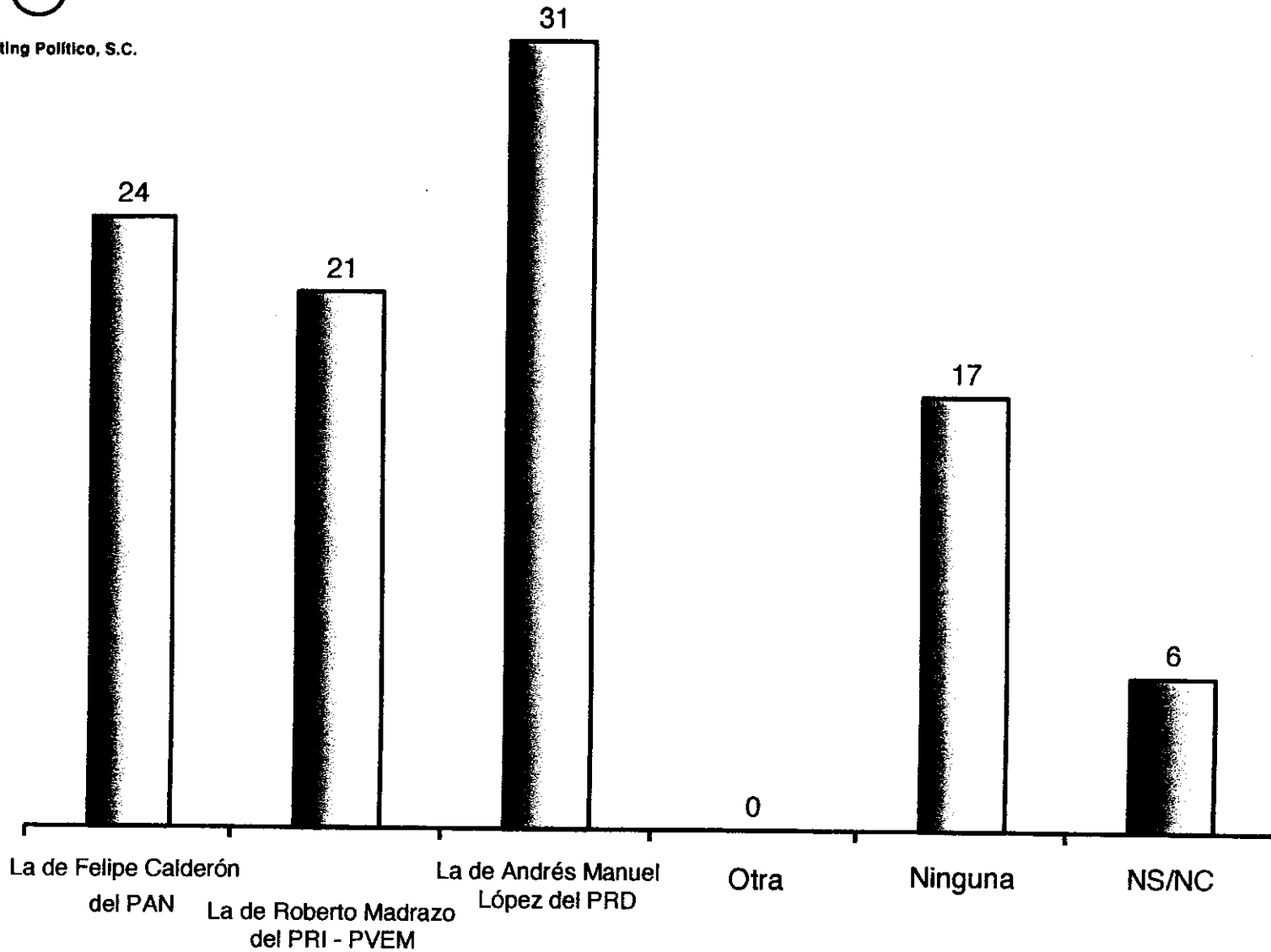
# Si el día de hoy hubiera elecciones para Presidente de la República ¿por cuál partido o candidato votaría usted hoy? (sin indecisos)

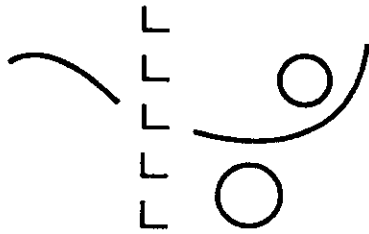




Consultores y Marketing Político, S.C.

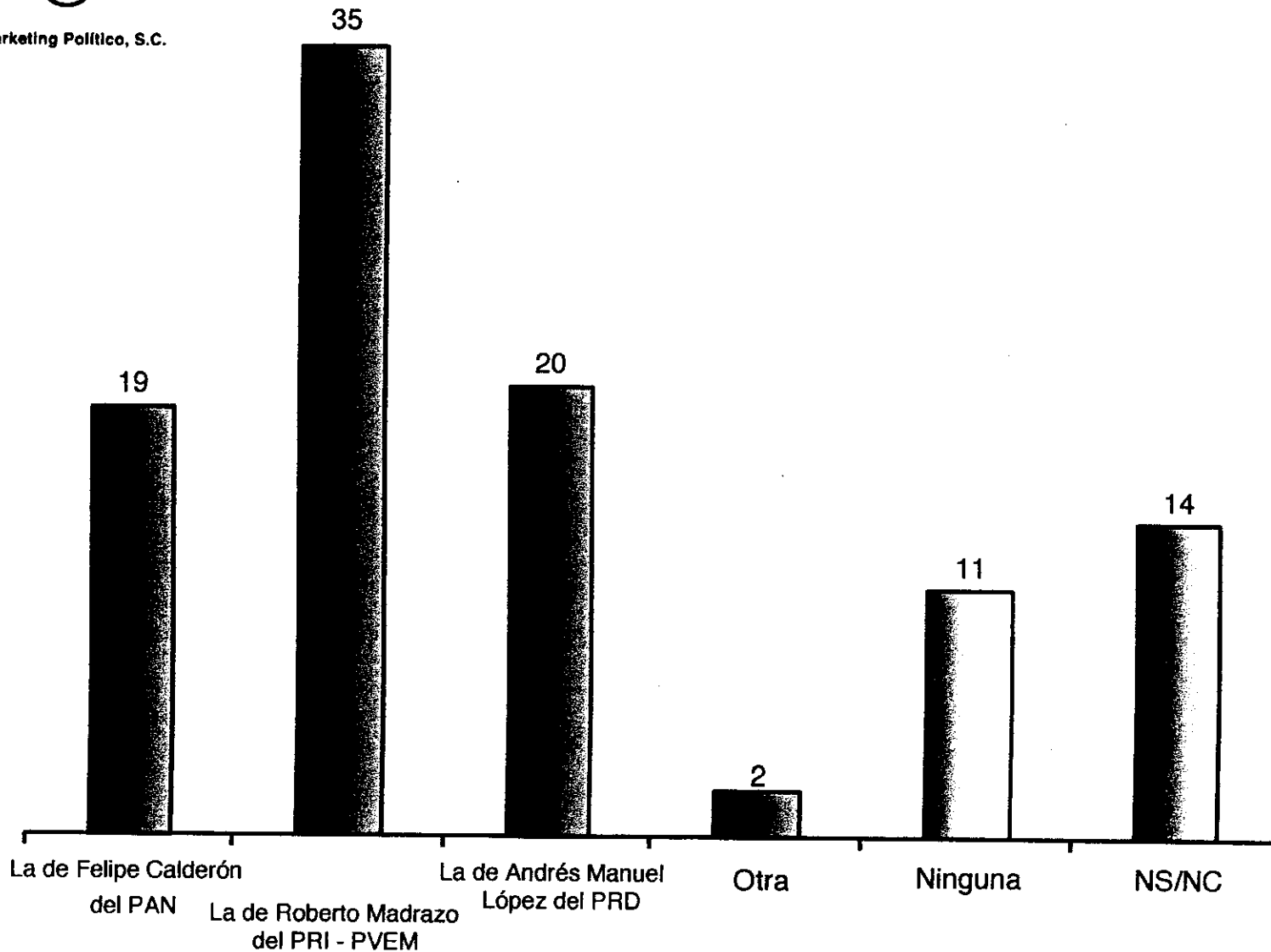
## La campaña para Presidente de la República que ha gustado más

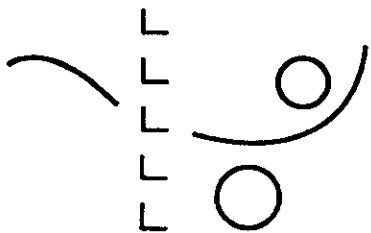




Consultores y Marketing Político, S.C.

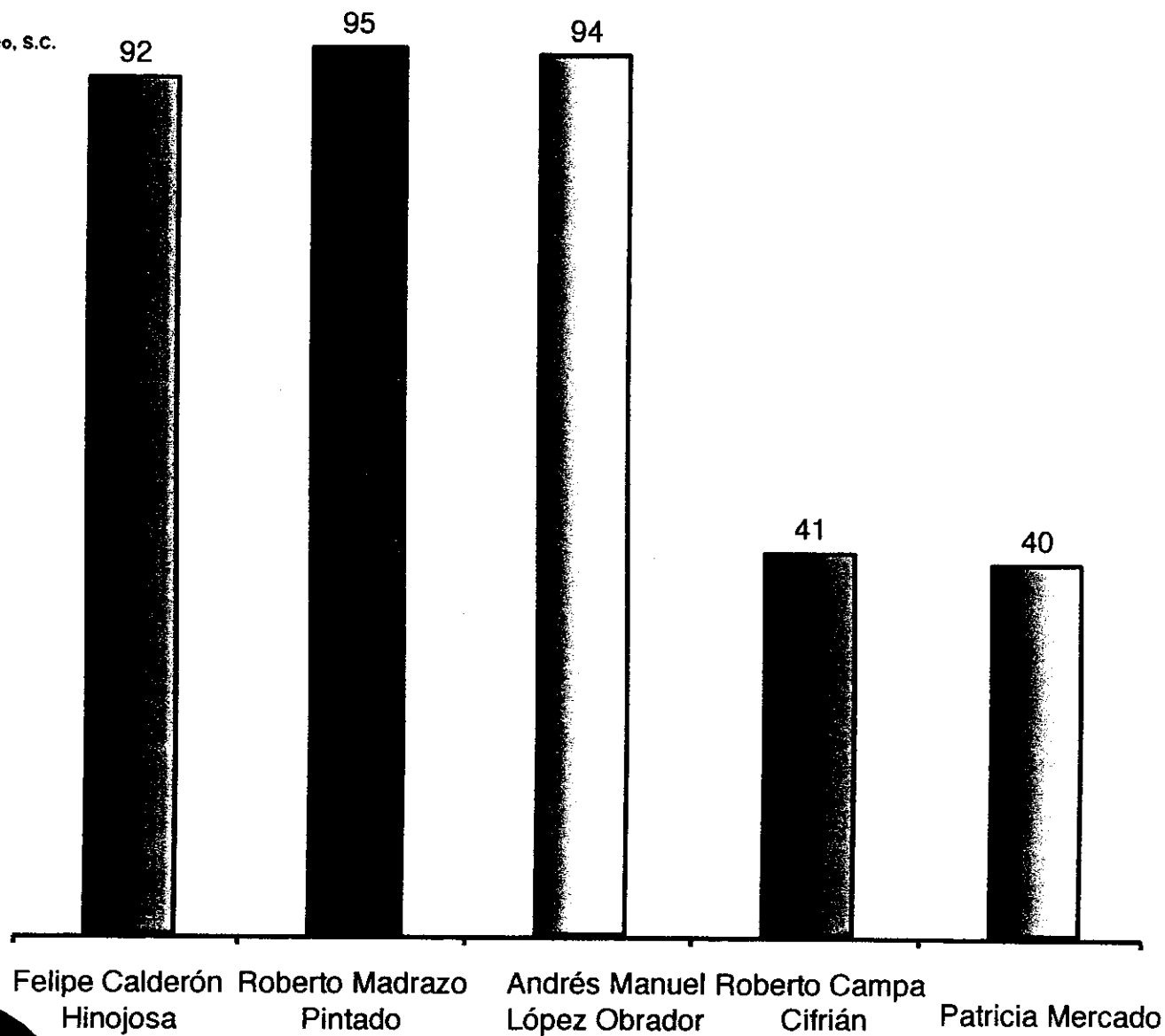
## La campaña para Presidente de la República que ha gustado menos

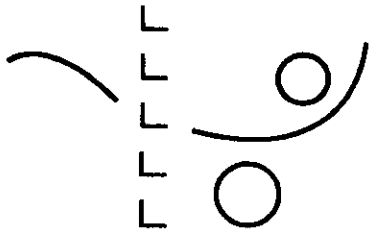




Consultores y Marketing Político, S.C.

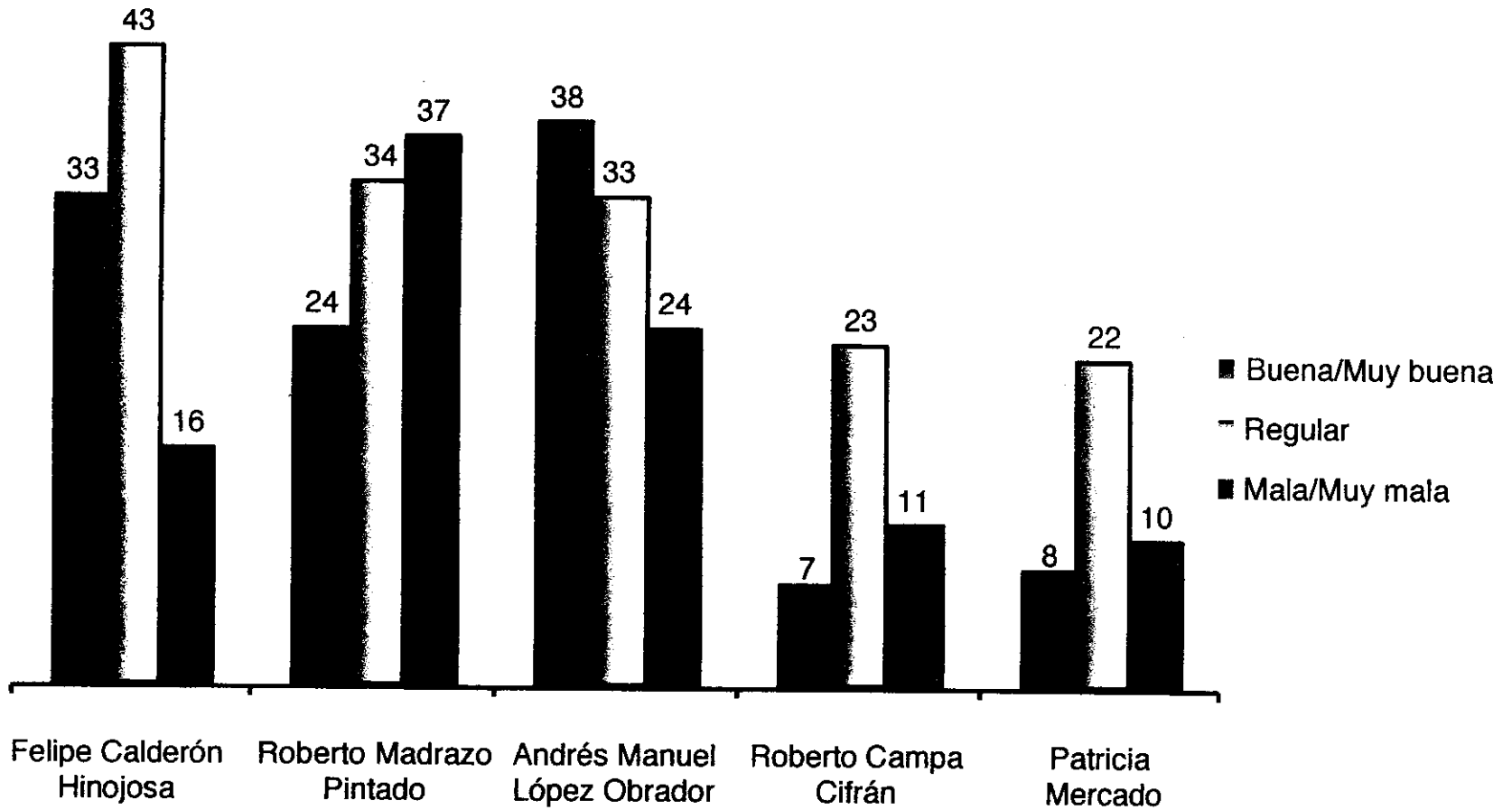
## Conocimiento de los candidatos

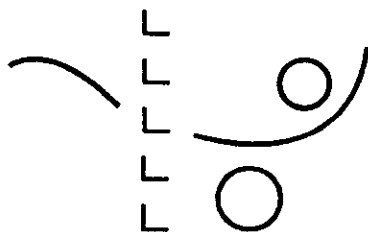




Consultores y Marketing Político, S.C.

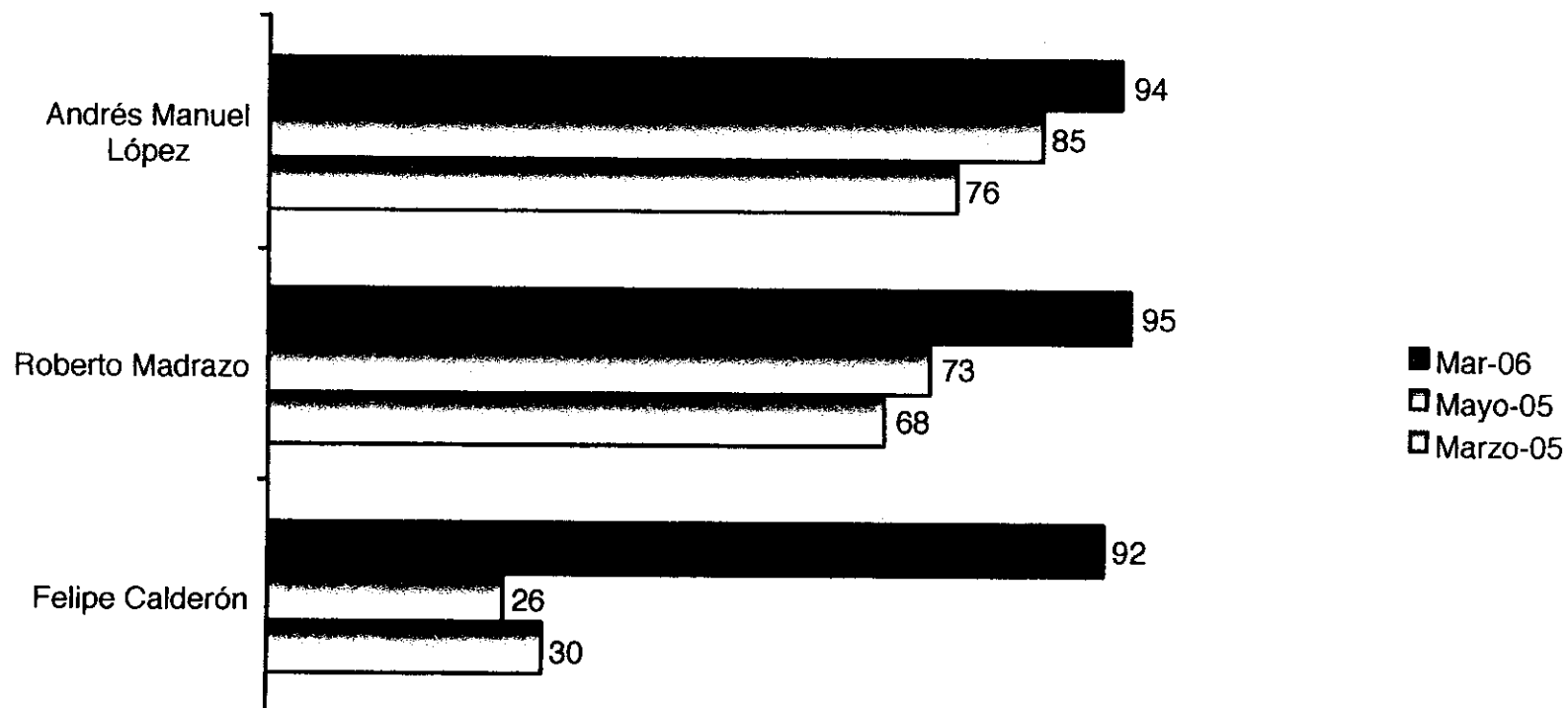
## Opinión de los Candidatos a la Presidencia de la Republica

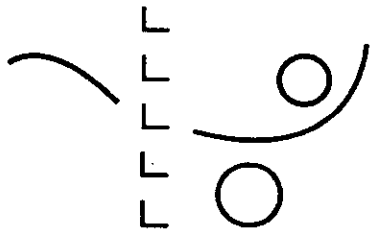




Consultores y Marketing Político, S.C.

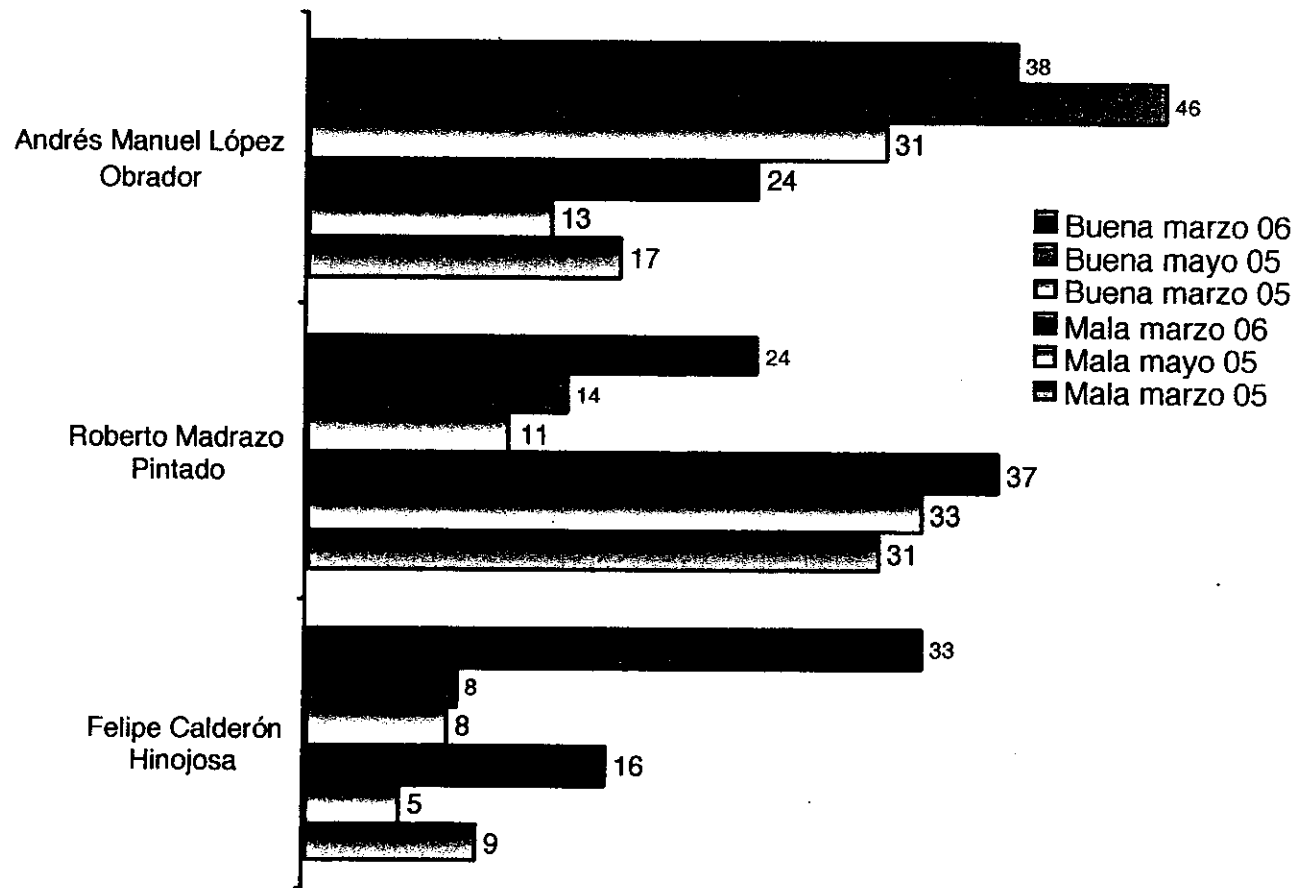
## ¿Conoce Usted a los siguientes personajes políticos del país?



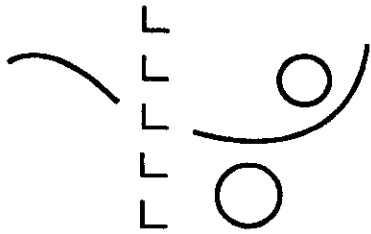


Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Cuál es su opinión de...?



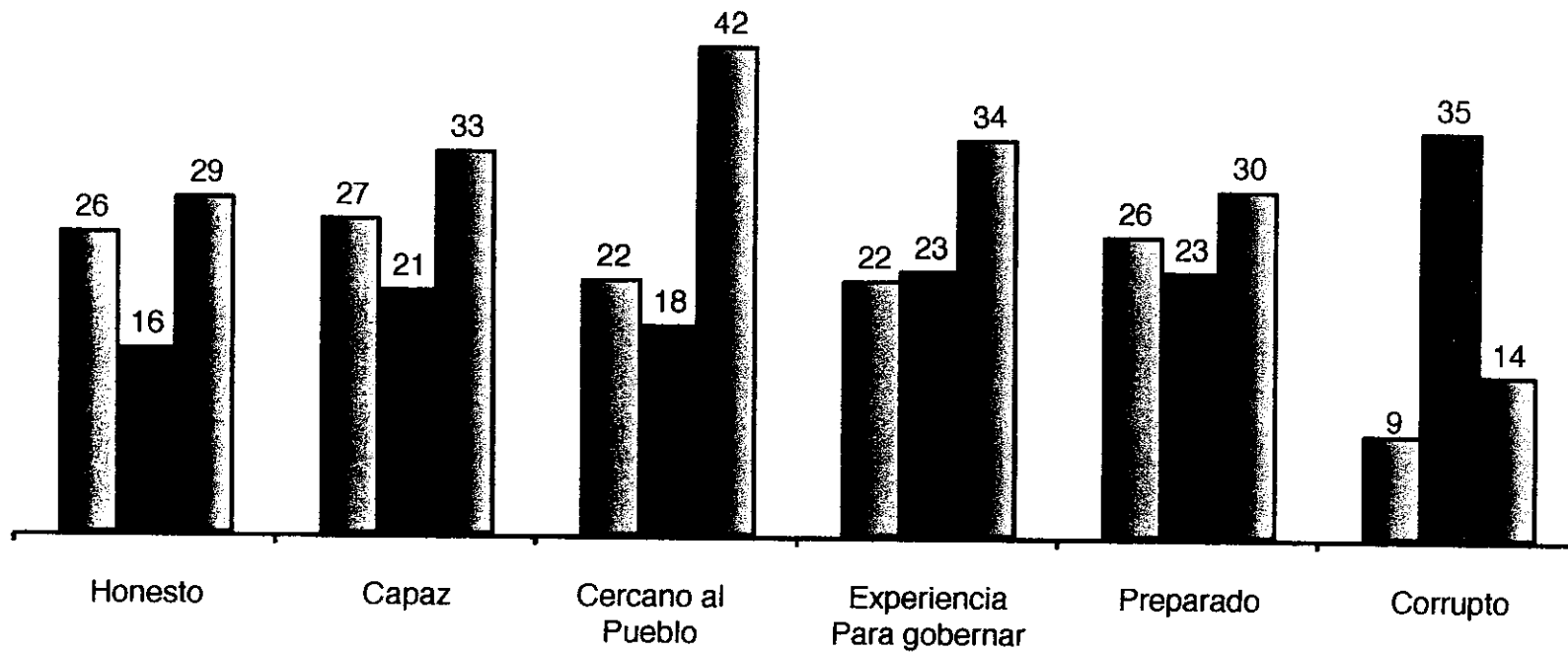


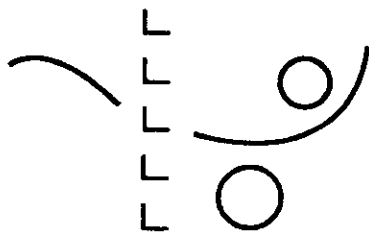


Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Quién cree Usted que es el más...?

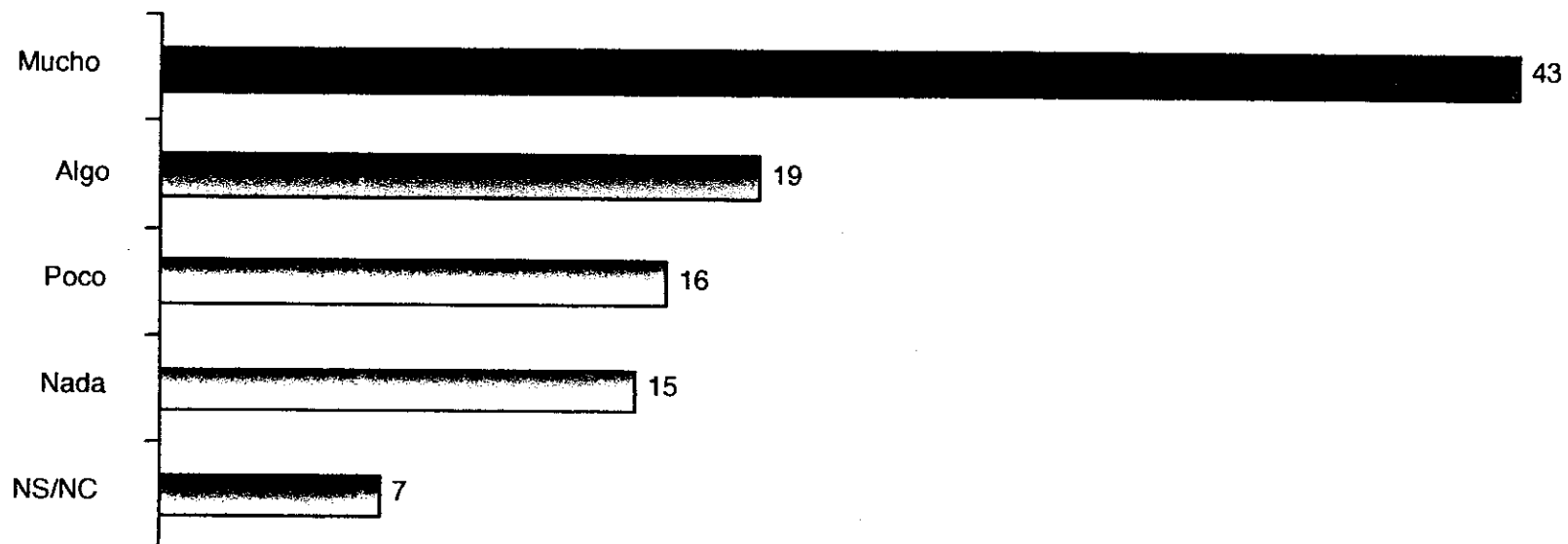
- ▣ Felipe Calderón Hinojosa
- ▣ Roberto Madrazo Pintado
- ▣ Andrés Manuel López Obrador

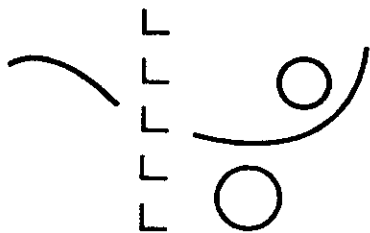




Consultores y Marketing Político, S.C.

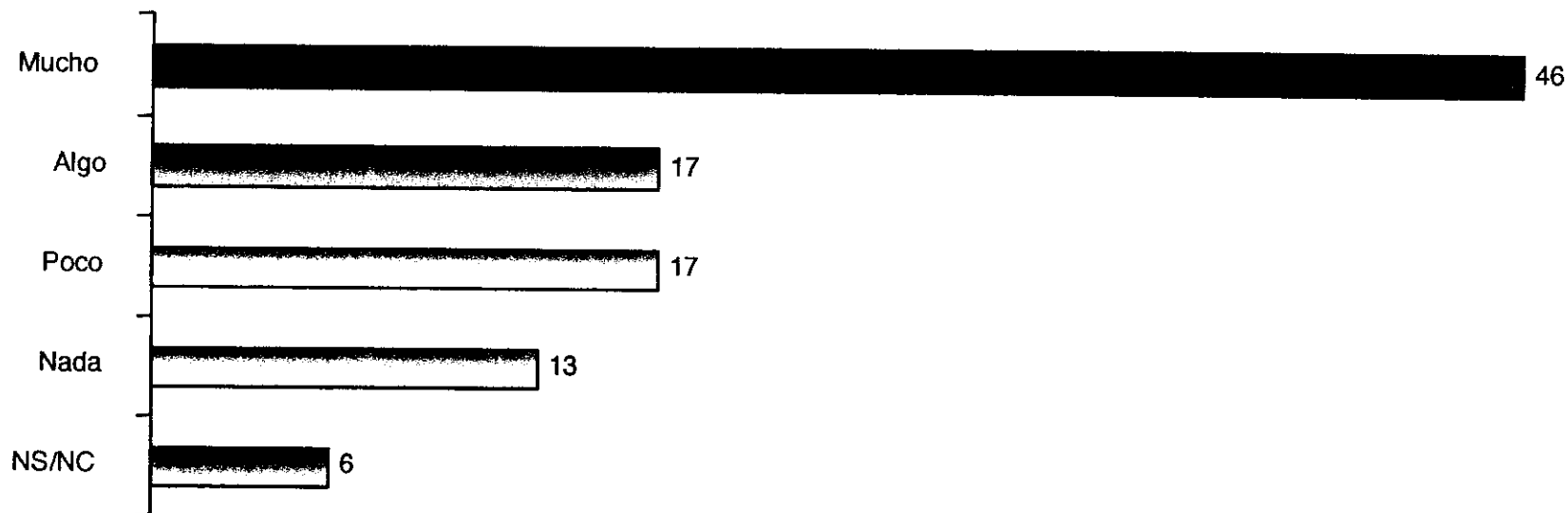
## Políticamente, ¿qué tanto perjudica a López Obrador el haber tenido colaboradores como Rene Bejarano y Gustavo Ponce?

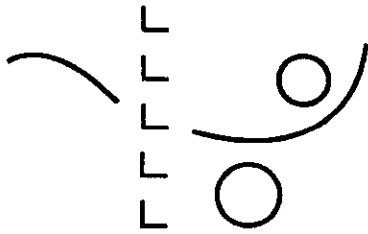




Consultores y Marketing Político, S.C.

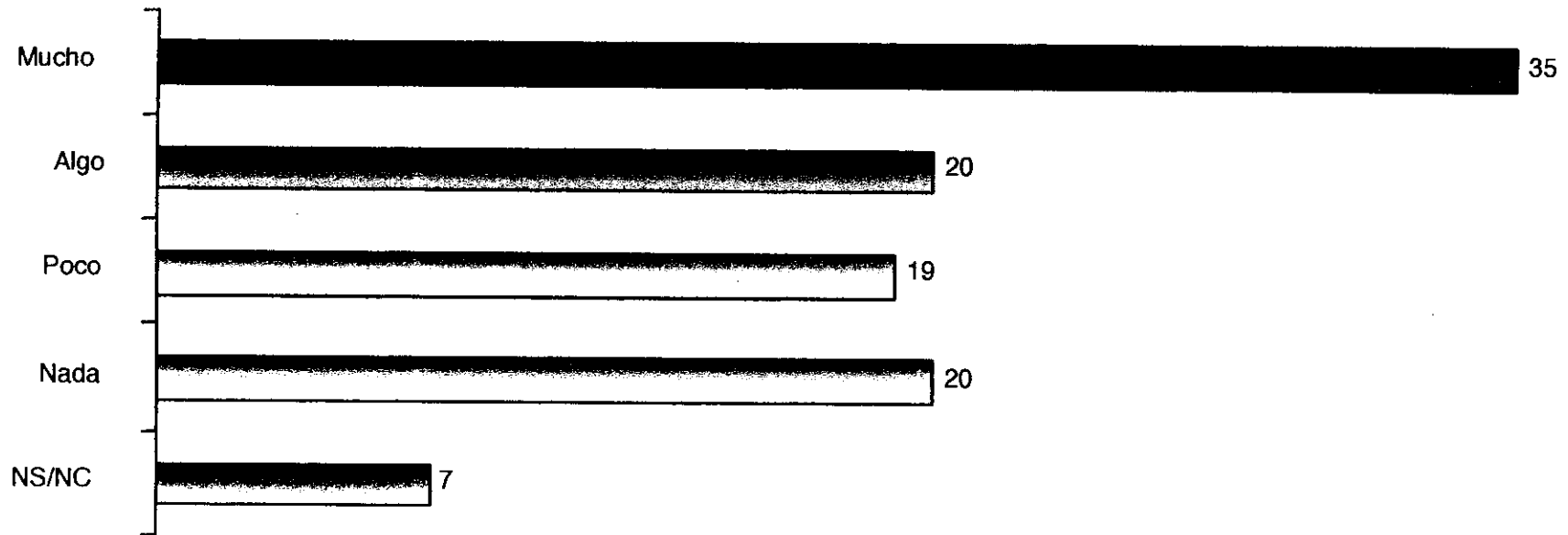
**Políticamente, ¿qué tanto perjudica a Roberto Madrazo el que en su partido haya políticos como Mario Marín (el gober precioso) ó Arturo Montiel?**

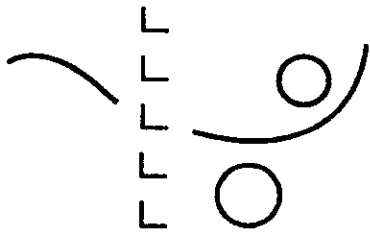




Consultores y Marketing Político, S.C.

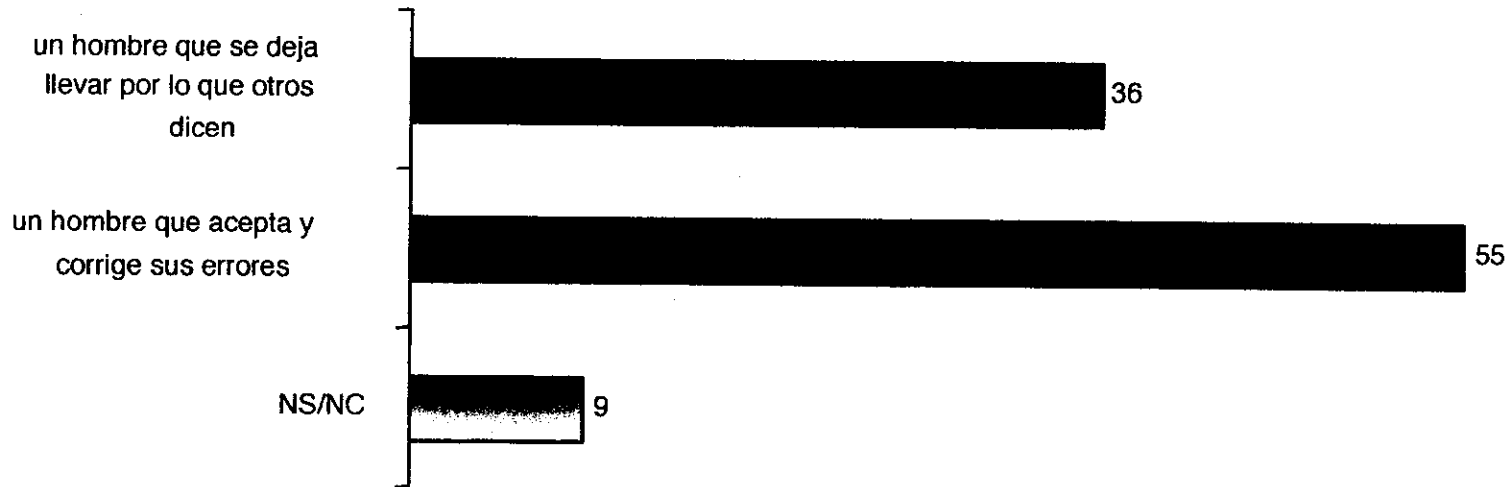
## Políticamente, ¿qué tanto perjudica a Felipe Calderón el posible tráfico de influencias de los Bribiesca, hijos de Marta Sahagún de Fox?

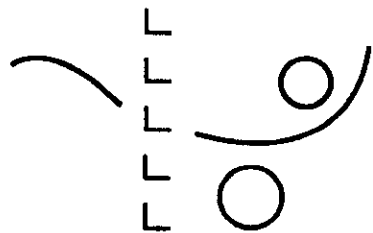




Consultores y Marketing Político, S.C.

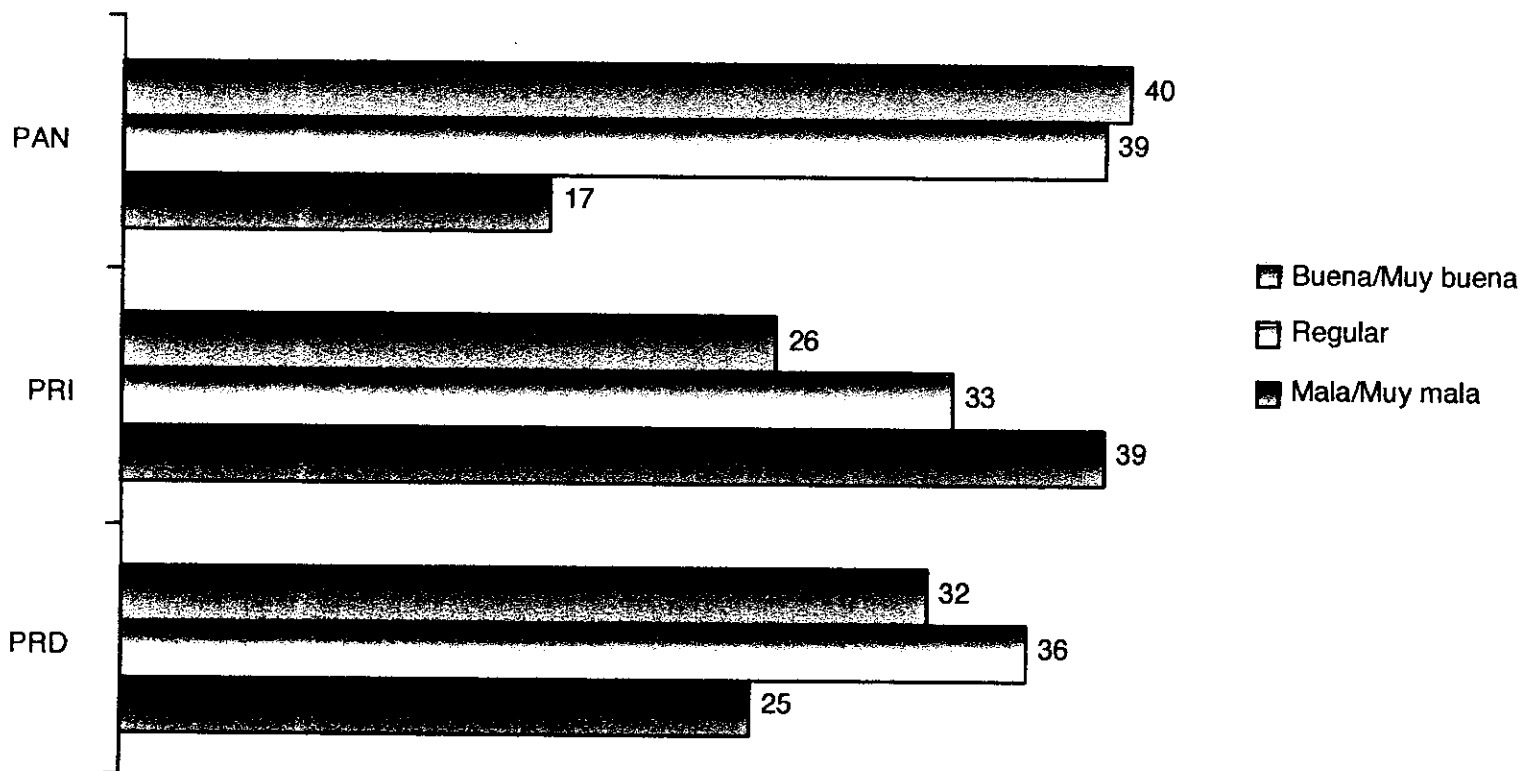
**Recientemente Felipe Calderón cambió a algunos de sus asesores de campaña porque le hacían decir cosas que a él no le quedan. Este hecho lo hace ver como...**

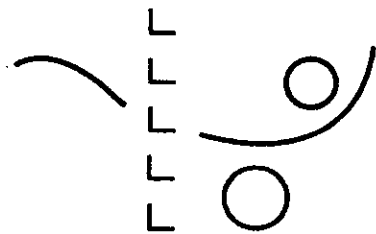




Consultores y Marketing Político, S.C.

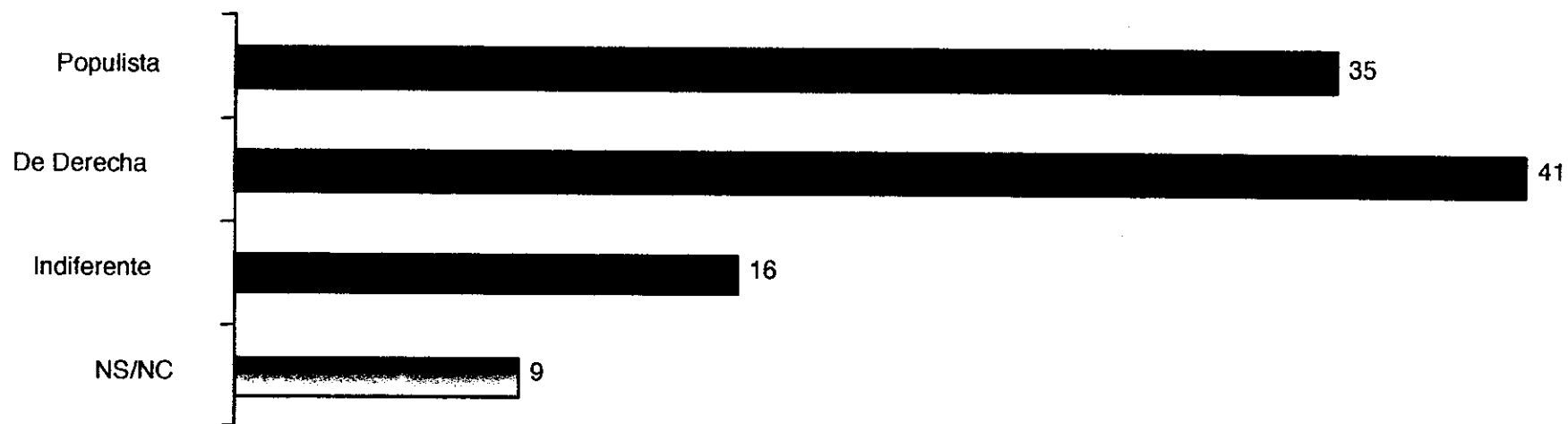
## Opinión de los partidos

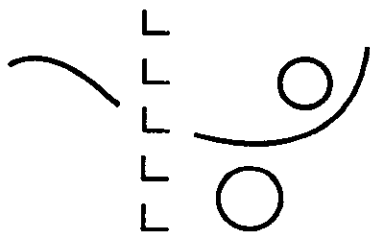




Consultores y Marketing Político, S.C.

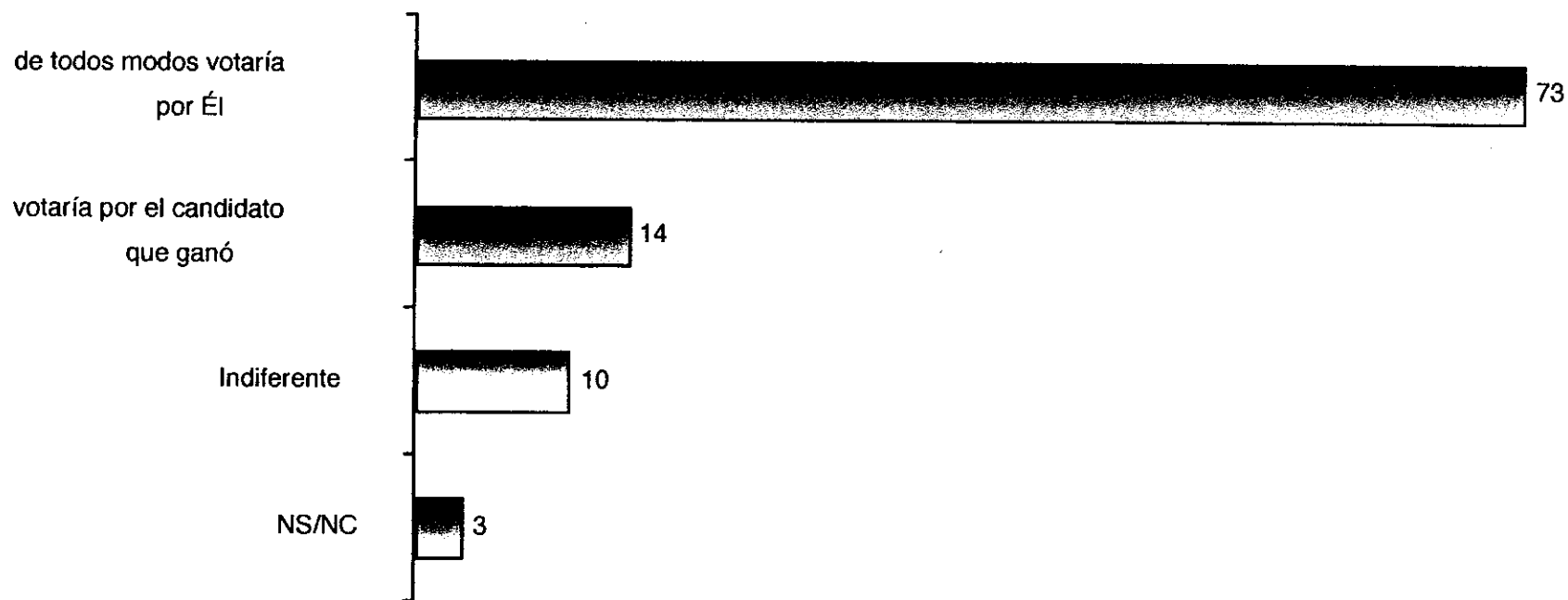
## Es peor que un candidato sea ...



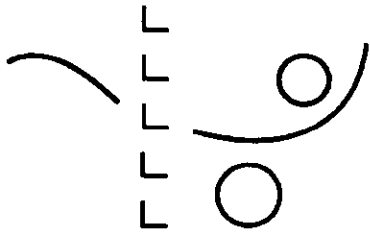


Consultores y Marketing Político, S.C.

## Si su candidato perdiera un debate televisado ...

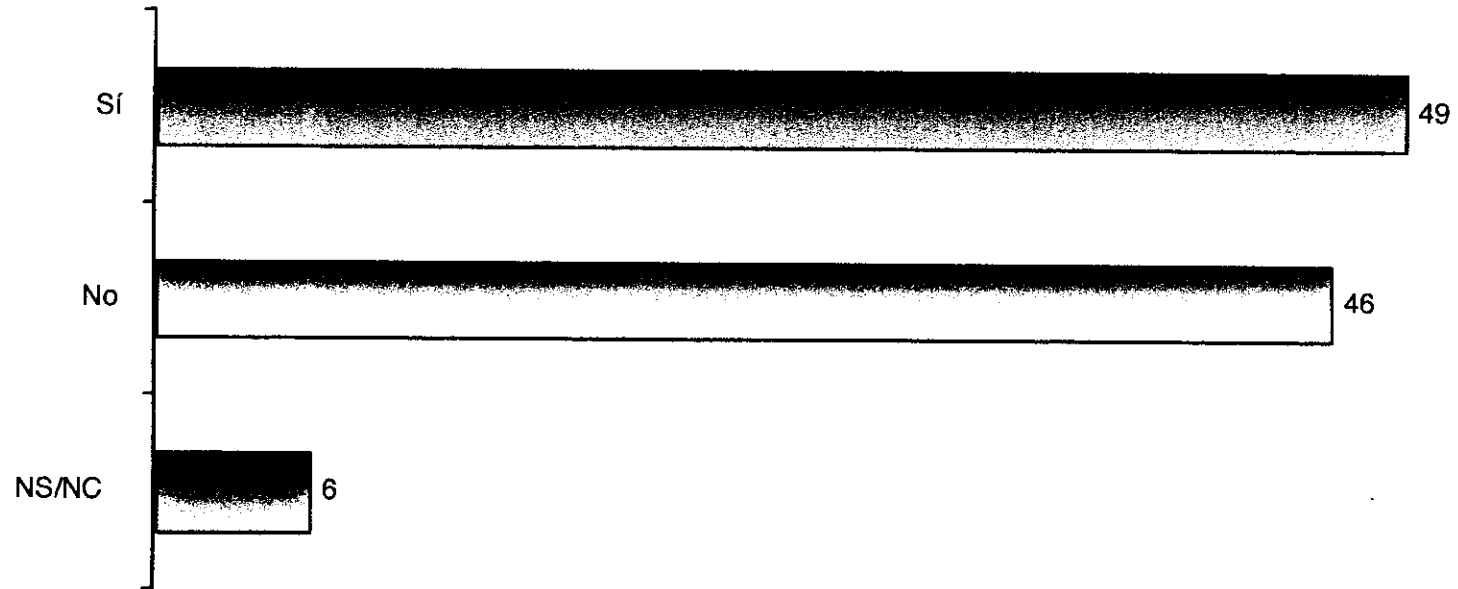


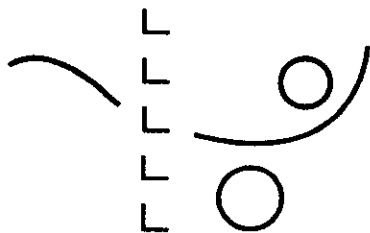




Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Cree Usted que López Obrador esté rehuendo los debates porque tiene temor de perder?



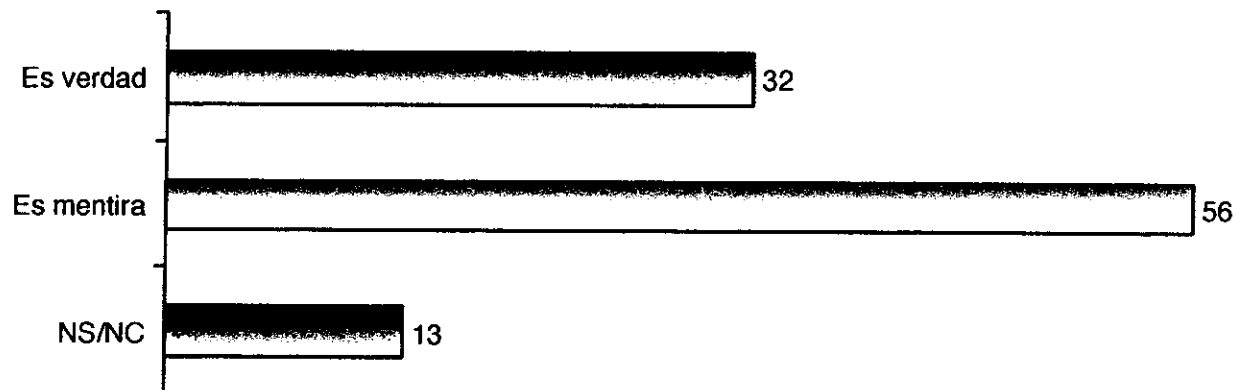


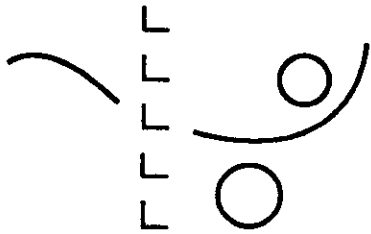
Consultores y Marketing Político, S.C.

## ¿Está bien ó no que López Obrador compare su vida con la de Jesucristo?



## López Obrador dice que Fox, el PRI, el PAN, Salinas están organizando un complot en su contra, ¿es ésto verdad o mentira?

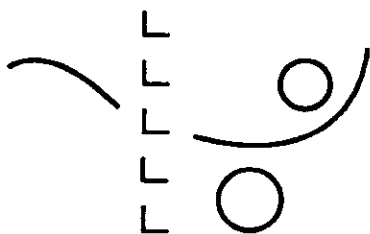




Consultores y Marketing Político, S.C.

## RESUMEN

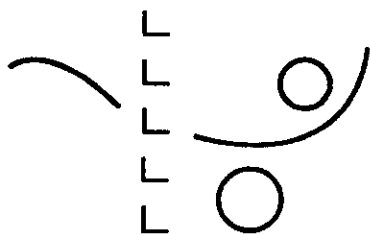
- A mediados de marzo del 2006, López Obrador de la Alianza por el Bien de Todos aventaja con 5 puntos al abanderado del PAN y por 8 puntos al candidato de la Alianza por México. Por lo que todavía con tres meses y medio de campaña todo puede pasar ya que los a los tres candidatos se les liga con figuras involucradas en actos de corrupción.
- A casi un año de haber levantado la última encuesta nacional: Consultores y Marketing Político realizó una encuesta a nivel nacional entre 1,196 ciudadanos cara a cara en su domicilio.
- La elección aún no está definida. No podemos concluir que AMLO es ya el ganador. Madrazo dependerá de cómo va a convencer a su voto duro y que Calderón no crezca.



Consultores y Marketing Político, S.C.

## RESUMEN

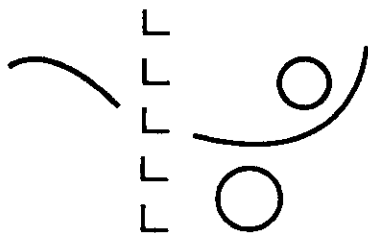
- La ventaja de López Obrador después del evento de desafuero se redujo dado que hace diez meses ni el PAN ni el PRI tenían candidatos oficiales. Con dos meses de campaña los tres candidatos son conocidos por casi toda la población. Sigue siendo negativa la opinión de Madrazo y disminuyó la imagen muy positiva que se tenía de López Obrador.
- La mayoría de la población señala que los actos de corrupción de personas ligadas a su partido está perjudicando la imagen de los candidatos.
- Se encuentra dividida la opinión de la población sobre cuáles son los motivos por los que López Obrador rechaza ir al debate por miedo a perder.
- A los tres partidos les está haciendo ruido en su campaña los actos de corrupción de gente ligada a estos partidos.



Consultores y Marketing Político, S.C.

## PERFIL SOCIOECONOMICO DE LA MUESTRA

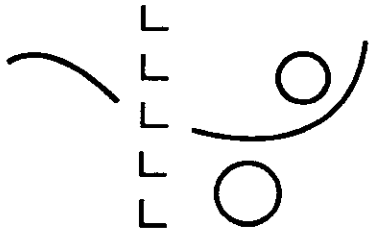
<b>Género</b>			<b>Localidad</b>	
	<i>Hombre</i>	48	<i>Urbana</i>	72
	<i>Mujer</i>	52	<i>Mixta/rural</i>	28
<b>Edad</b>			<b>Ingresos</b>	
	<i>Menos de 30</i>	30.5	<i>Menos de 4,050 pesos</i>	63
	<i>De 30 a 50</i>	42.5	<i>De 4,051 a 13,500 pesos</i>	26
	<i>Más de 50 años</i>	27	<i>Más de 13,500 pesos</i>	3
<b>Escolaridad</b>			NS/NC	8
	<i>Primaria o menos</i>	41		
	<i>Secundaria</i>	26		
	<i>Preparatoria</i>	21		
	<i>Universidad</i>	12		



Consultores y Marketing Político, S.C.

## NOTA METODOLOGICA

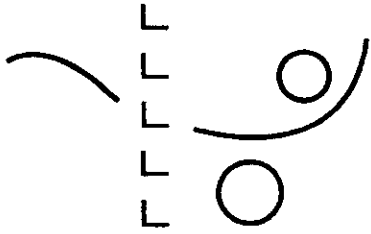
- Encuesta levantada del 16 al 19 de marzo, a nivel nacional entre 1,196 ciudadanos con credencial de elector.
- Población objetivo: Población mayor de 18 años en el territorio Nacional.
- Técnica de recopilación de información: cara a cara en el domicilio de cada persona entrevistada.
- Muestreo: A partir de la lista nominal de electores del IFE de octubre del 2005, se hizo una selección probabilística de 92 secciones electorales en toda la república. 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 78 Municipios, así como 6 delegaciones del Distrito Federal.



Consultores y Marketing Político, S.C.

## NOTA METODOLÓGICA

- Margen de error para la pregunta electoral considerando a las 934 personas que contestaron la pregunta electoral es del +/-3.5% con un intervalo de confianza del 95%.
- Participaron en el levantamiento 42 encuestadores y 9 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.
- 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.

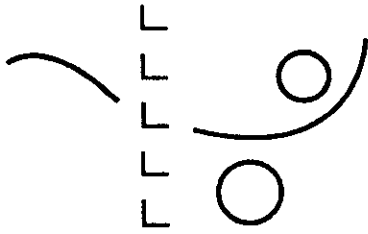


Consultores y Marketing Político, S.C.

## NOTA METODOLÓGICA

- 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 4 del cuestionario.





Consultores y Marketing Político, S.C.

## NOTA METODOLÓGICA

- Patrocinio y realización de la encuesta: Consultores y Marketing Político S. C.
- Persona moral que ordenó la publicación de la encuesta: Consultores y Marketing Político S. C.
- La encuesta fue levantada por Trabajos Especializados en Campo. S.A. de C.V.
- Diseño del Cuestionario y muestreo: Consultores y Marketing Político.
- 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.
- La encuesta de mayo del 2005 fue levantada entre 1,600 ciudadanos mayores de 18 años en el domicilio de las personas 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.
- Medio de difusión: Medios nacionales y locales.