

Con fundamento en el artículo 10, párrafo 2, del Reglamento de Transparencia, se ha elaborado una versión pública del documento toda vez que el mismo contenía información confidencial relativa a datos personales.

Así Van...

LA CONTIENDA POR LA PRESIDENCIA DE MÉXICO

Por: Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

ENERO; INICIAN LAS CAMPAÑAS

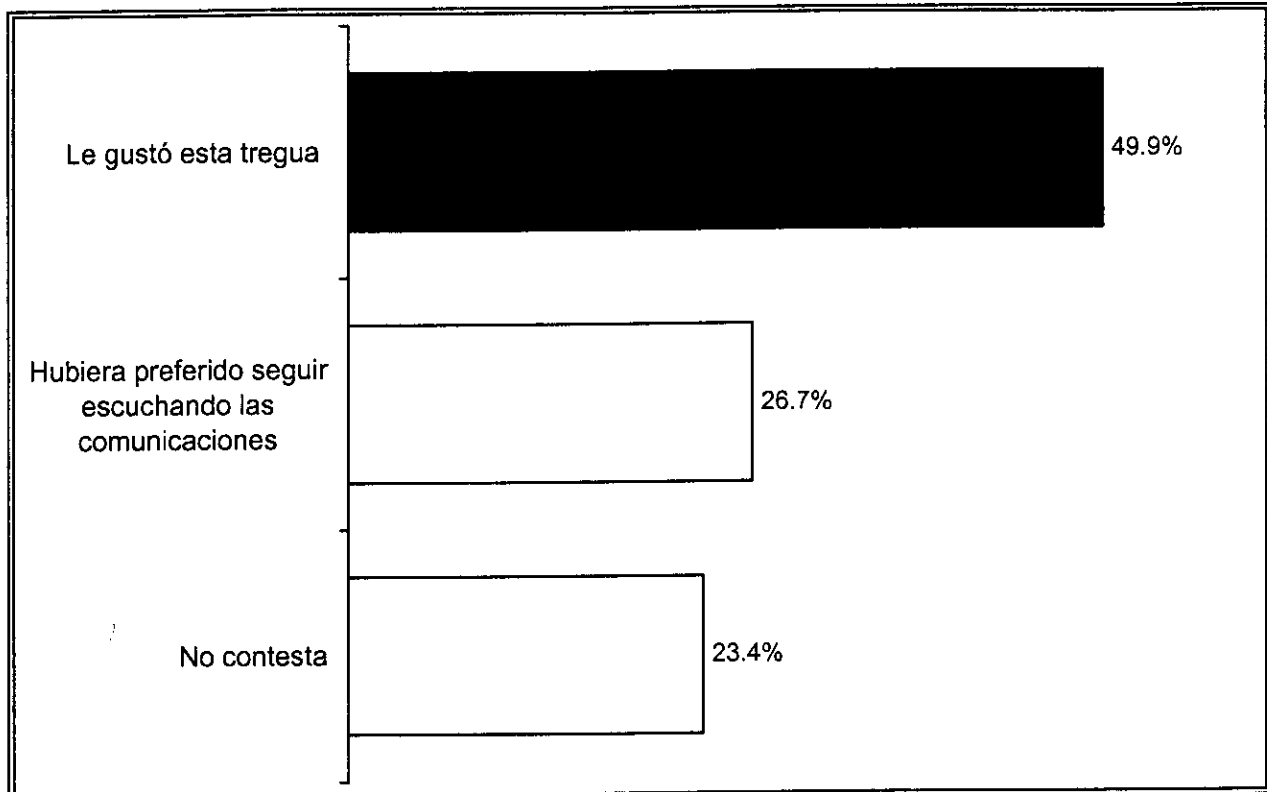
Después de una larga etapa iniciada prácticamente a mediados de 2003 en que los mexicanos vivimos precampañas, pleitos, escándalos, nacimiento y muerte de partidos políticos y muchos otros eventos que hemos registrado en nuestra serie de encuestas, por fin el 19 de enero de 2006 inician formalmente las campañas que habrán de desembocar en los comicios del 2 de julio de este año y que estaremos siguiendo y tratando de registrar los cambios en la opinión, en el conocimiento y en las preferencias de los ciudadanos por medio de las mediciones mensuales para Noticieros Televisa.

A.- LA TREGUA

- El 18 de enero finaliza un periodo de “tregua” pactada entre el Instituto Federal Electoral (IFE) y los partidos políticos; ésta tregua inicio el 11 de diciembre de 2005 por lo que durante cinco semanas las actividades públicas y los mensajes políticos estuvieron limitados, fuera de los medios masivos y muy supervisados por la autoridad electoral; en este periodo sin embargo se eligió un nuevo candidato (Roberto Campa por el Partido Nueva Alianza) y observamos la división de otro partido que llevó a la solicitud de registro de dos personas por el partido Alternativa (Patricia Mercado y Víctor González) siendo la decisión del IFE ratificar la nominación de Patricia Mercado como la abanderada oficial de este partido.

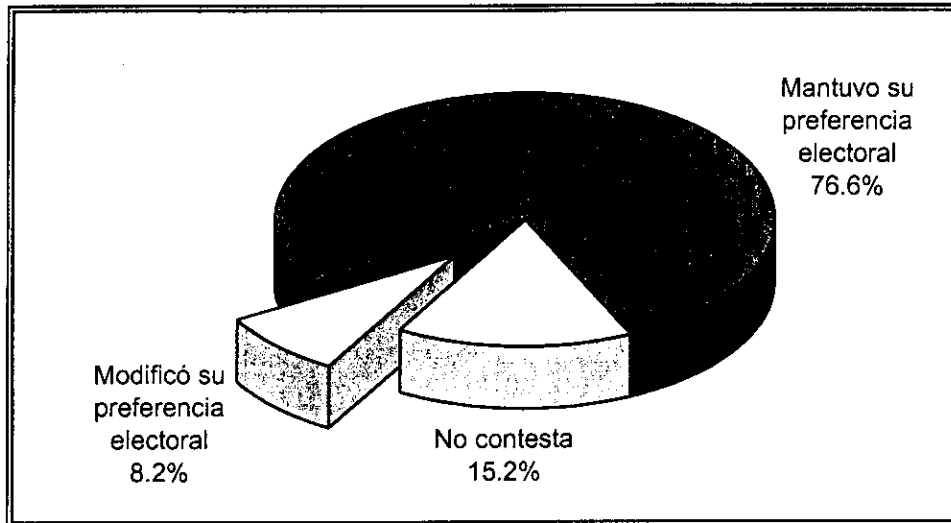
- El periodo de disminución de la comunicación política es aprobado por la población; 1 de cada 2 ciudadanos así lo manifiesta por sólo 27% que hubiera preferido seguir escuchando mensajes políticos.

APROBACIÓN CON LA TREGUA



- 8% de los ciudadanos dicen que durante las cinco semanas de “silencio relativo” su preferencia electoral cambió, de ser cierto, éste sería un indicador importante de su efecto. Como se verá más adelante, esto parece corroborarse al momento en que los entrevistados expresan su preferencia.

¿Qué paso con la preferencia durante la tregua?



- A pesar de la ausencia de campañas electorales, en el transcurso de diciembre a enero el conocimiento de que en julio del próximo año habrá elecciones se incrementa de 41% a 60%. Este resultado, al igual que el incremento en el reconocimiento de los nombres de los candidatos, son prueba de que existen mecanismos de información que los ciudadanos utilizan más allá de los medios masivos.

¿Cuándo serán las próximas elecciones?






	Dic/05	ENE/06
Julio del 2006	40.7	60.2
En el 2006	29.7	17.0
Otra fecha	7.0	4.8
No contesta	22.6	18.0
TOTAL	100.0	100.0

B.- LOS CANDIDATOS

- Después de ser conocido el fallo el IFE, los cinco candidatos que podrán aparecer en la boleta una vez que los ocho partidos con registro establecieron alianzas (PRI-PVEM en la “Alianza por México” y PRD-PT-CD en la “Alianza por el Bien de Todos”) ya se encuentran definidos.

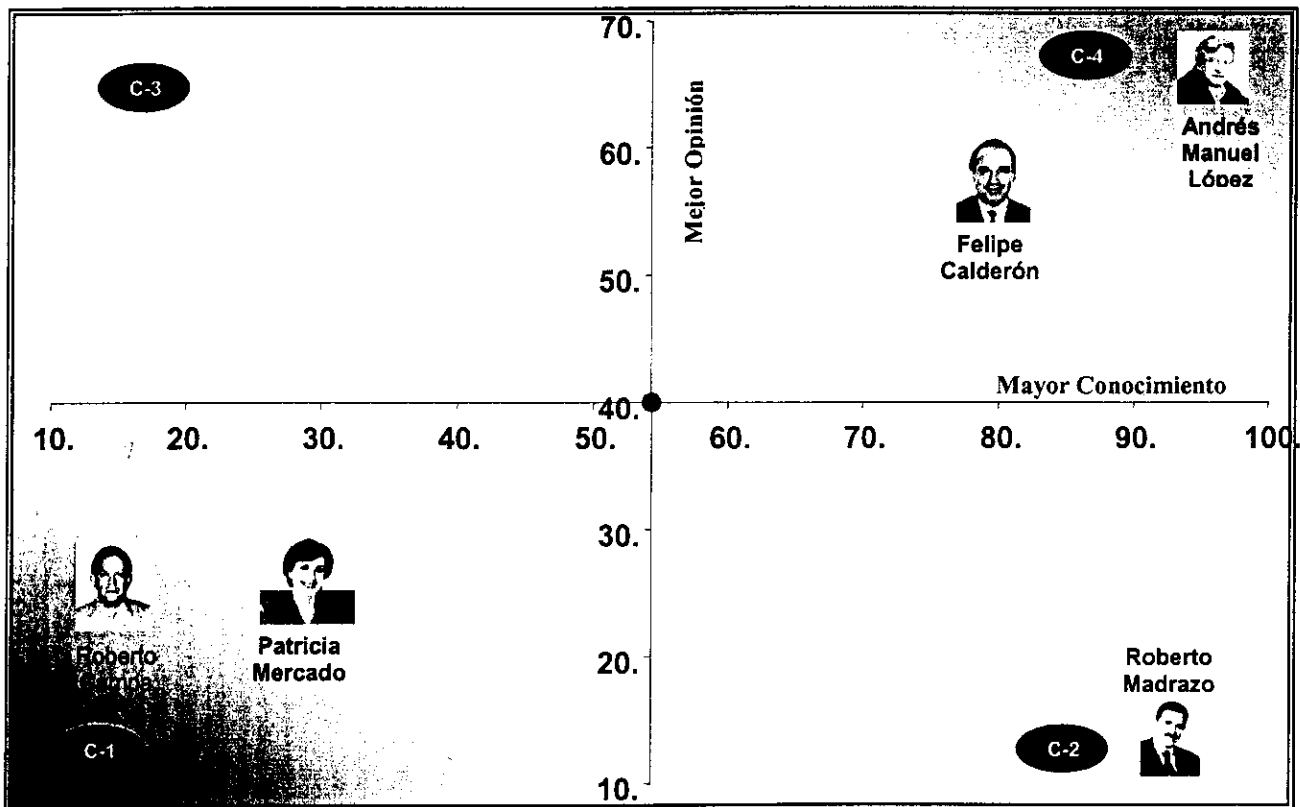
- En el reconocimiento del nombre de los candidatos aparecen ya desde hace casi un año Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y Roberto Madrazo (ROMA) con más de 90%; en el caso de Felipe Calderón (FCH), ha subido de 30% a 50% en menos de un año destacando que aún con la tregua sube de 63% a 80% el grupo de ciudadanos que lo reconoce; Patricia Mercado (PM) es ubicada por el 29% (destacando su rápido crecimiento de 19 puntos porcentuales en dos meses y durante el periodo de “tregua”); y por último, Roberto Campa (RCC) que por primera vez medimos y que alcanza un 13% de reconocimiento.

- Vale la pena destacar que al inicio de las campañas y a más de cinco meses de los comicios, 76%, es decir, 3 de cada 4 ciudadanos, conoce ya el nombre de los tres candidatos con mayores posibilidades de competir por el triunfo, indicativo del largo proceso por el que se llegó a sus candidaturas.

		% DE RECONOCIMIENTO DE NOMBRE			
		FEB/05	Nov/05	Dic/05	ENE/06
	Andrés Manuel López Obrador	91.0	91.3	94.4	95.2
	Roberto Madrazo	88.2	90.2	91.1	93.0
	Felipe Calderón Hinojosa	29.8	62.9	73.4	79.7
	Patricia Mercado	9.4	10.3	20.7	29.1
	Roberto Campa Cifrián	-	-	-	13.4

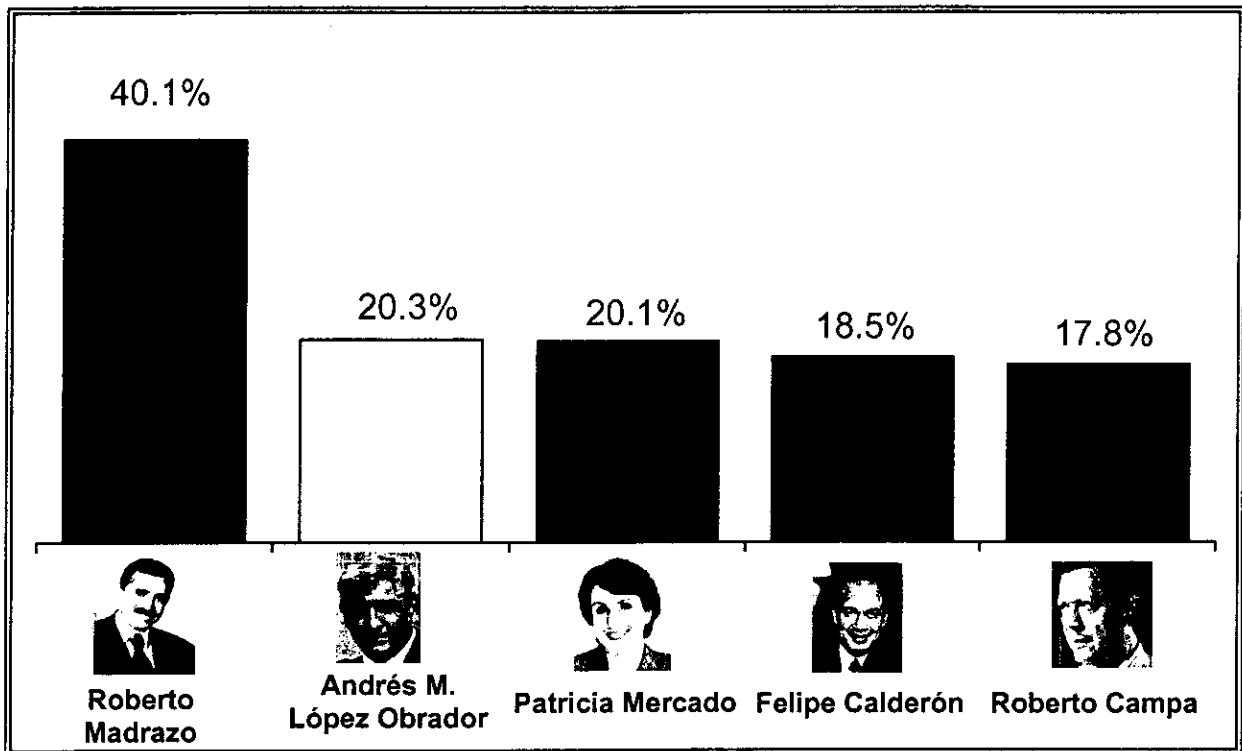
- En el siguiente plano, se observa la posición de cada aspirante presidencial en los ejes “Conocimiento” y “Opinión”; en él podemos ver como los mejor ubicados son AMLO y FCH; en el caso de ROMA necesita incrementar las opiniones positivas para igualarlos; los tres restantes, aparecen aún en el lado izquierdo del plano y al ir avanzando las campañas conoceremos si se logran ubicar en el cuadrante IV compitiendo por los positivos, o en el cuadrante II, lugar de los negativos.

UBICACIÓN CANDIDATOS EN EL PLANO CONOCIMIENTO OPINIÓN



- En el rechazo que generan los candidatos, encontramos realmente dos grupos, uno homogéneo con rechazos de aproximadamente 1 de cada 5 ciudadanos y otro en el que sólo aparece Roberto Madrazo con el doble de ese rechazo.









PORCENTAJE DE RECHAZO



C.- LOS PARTIDOS

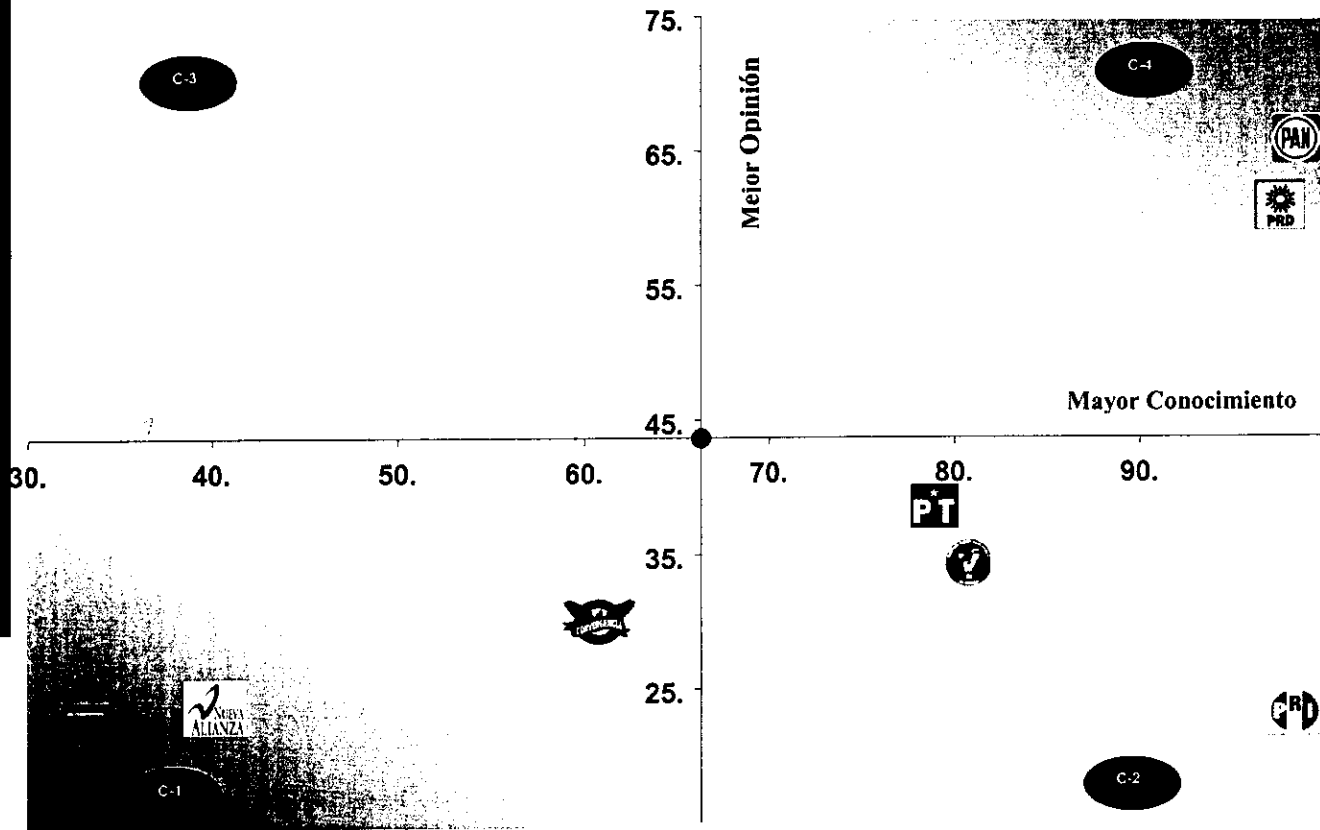
- Dado que en esta elección aparecen dos nuevos partidos, presentamos también el posicionamiento que cada una de las ocho fuerzas políticas tiene. Como es lógico el PRI, PAN y PRD prácticamente son conocidos por toda la población; el PVEM y el PT por 8 de cada 10 ciudadanos; Convergencia por el 61%; el Partido Nueva Alianza por 40% y el Partido Alternativa por 1 de cada 3 mexicanos. En la tabla siguiente se observa como entre noviembre y enero el único que disminuye en este indicador es el PVEM al haberse unido al PRI y los que más incrementan son los dos nuevos partidos.

CONOCIMIENTO DE PARTIDOS









		Nov/05	Dic/05	ENE/06
	Partido Revolucionario Institucional (PRI)	99.3	99.3	99.2
	Partido Acción Nacional (PAN)	99.2	98.6	98.7
	Partido de la Revolución Democrática (PRD)	98.3	98.6	98.0
	Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	87.2	82.1	80.6
	Partido del Trabajo (PT)	77.5	76.8	79.4
	Convergencia	49.1	54.2	60.7
	Nueva Alianza	23.8	28.8	40.2
	Partido Alternativa	14.8	22.0	33.4

- En el segundo plano que presentamos podemos analizar nuevamente la imagen de cada uno de los partidos. En el cuadrante IV aparecen PAN y PRD, coincidiendo con la posición de sus candidatos; en el cuadrante II, el menos deseable, aparecen PRI y PVEM, los dos partidos que postulan a Roberto Madrazo y que en el primer plano fue ubicado precisamente ahí; en el caso del PT, su imagen es negativa lo que no coincide con la de su candidato. El resto aún está en construcción de imagen iniciando todos ellos desde la parte negativa de las opiniones.

UBICACIÓN DE LOS PARTIDOS EN EL PLANO DE CONOCIMIENTO Y OPINIÓN



- El rechazo hacia los partidos difiere con respecto al que captan los candidatos ya que sus posicionamientos presentan diferencias; en general los partidos generan mayores rechazos que sus candidatos (sobre todo en los llamados “partidos pequeños”).
- Para explicar porque el PRI continúa triunfando en la mayoría de los comicios locales y se mantiene en la pelea por la presidencia a pesar de la aparente mala evaluación que los ciudadanos hacen de su candidato y del partido, es importante explicar que este instituto político mantiene aún el mayor porcentaje de ciudadanos identificados con él, lo que explica que gobierne 17 de las 32 entidades y sea mayoría en 2 de cada 3 congresos locales, además de las dos cámaras de legisladores federales.

		% DE RECHAZO	IDENTIDAD CON EL PARTIDO
	Partido Acción Nacional (PAN)	21.9	20.2
	Partido Revolucionario Institucional (PRI)	37.5	24.4
	Partido de la Revolución Democrática (PRD)	22.8	16.0
	Partido del Trabajo (PT)	27.7	ND
	Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	28.1	ND
	Convergencia	33.9	ND
	Nueva Alianza	35.4	ND
	Partido Alternativa	35.0	ND
Sin identidad		-	36.3




Respuestas independientes, no suman 100%

D.- LAS PREFERENCIAS

- Recordando que toda medición de preferencias es solamente un acercamiento a la forma de pensar y al conocimiento de una población en el momento de la encuesta y que por lo tanto dista mucho de ser un pronóstico, mostramos el resultado de la pregunta sobre las preferencias electorales de los ciudadanos, aplicada ya desde noviembre de 2005, utilizando urna y boleta simulada.

*Y si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República,
¿por cuál partido o candidato votaría usted?*

**(UTILIZANDO BOLETA Y URNA SIMULADA)
(CALCULADA SOBRE LOS PROBABLES VOTANTES)**

PREFERENCIA EFECTIVA	Nov/05	Dic/05	ENE/06
 Felipe Calderón	28.8	31.5	31.0
 Roberto Madrazo	30.4	32.7	29.2
 Andrés Manuel López Obrador	34.8	34.7	38.7
Otros Partidos	6.0	1.1	1.1
TOTAL	100.0	100.0	100.0
<i>% Que no declara preferencia</i>	15.3	7.9	14.9
<i>% De los ciudadanos considerados probables votantes</i>	66.2	61.3	62.6

▪ Del cuadro anterior podemos inferir:


- A) La contienda por la presidencia inicia con una diferencia de menos de ocho puntos entre el primer y segundo lugar (PRD y PAN respectivamente) y menos de 10 puntos del primero al tercero (PRI).
- B) Los partidos nuevos inician en un escenario incierto, ya que requieren al menos dos puntos para conservar el registro y en este momento ninguno alcanza el 1%.
- C) En diciembre pudimos medir el efecto inmediato del PVEM al hacer alianza con el PRI, observando en ese momento (sin considerar otros factores como el impulso que en ese momento mostraba FCH, los conflictos del PRI y la elección para candidato a Jefe de Gobierno en el PRD) que sus 5 puntos obtenidos en noviembre se dividieron entre el PAN y el PRI.
- D) De diciembre a enero podemos deducir el efecto de la tregua que parece fue favorable a AMLO (que ya se había auto-impuesto una tregua y había pagado el costo de agosto a noviembre); en este periodo Madrazo regresa prácticamente a los valores de noviembre y Calderón se estanca, es decir, el PRI pierde el efecto inicial de la alianza con el PVEM, y el PAN pierde el impulso positivo que llevaba desde la primera etapa de su elección interna el 11 de septiembre.

- Por grupos de ciudadanos, registramos algunas diferencias importantes:
 - A) Por sexo, son los hombres los que más le dan ventaja a AMLO y las mujeres las que apoyan más a ROMA, aunque de manera marginal.
 - B) Los jóvenes, que en el 2000 apoyaron al candidato Vicente Fox, ahora apoyan a AMLO e incluso FCH aparece en tercer lugar de las preferencias de este grupo.
 - C) El PRI es primer fuerza en el norte del país; el PRD en la ciudad de México; en el Sur hay competencia entre PRI y PRD y en el centro del país hay fuerte competencia entre los tres partidos.
 - D) El 35% de los que dicen que votaron por Fox en el año 2000, declaran el día de hoy que votarían por AMLO. En sentido inverso 19% de los que votaron por Cárdenas hoy no se inclinan por AMLO.


PREFERENCIA EFECTIVA		PAN	PRI	PRD	OTROS	TOTAL
Sexo	Hombre	31.0	28.1	40.9	0.0	100.0
	Mujer	31.1	30.2	36.4	2.3	100.0
Edad en tres grupos	18 a 29 años	27.1	30.5	42.4	0.0	100.0
	30 a 49 años	34.3	27.7	35.7	2.3	100.0
	50 a más años	31.7	29.4	37.9	1.0	100.0
Regiones	Norte	36.3	50.0	13.7	0.0	100.0
	Centro	34.4	26.7	37.8	1.1	100.0
	Sur	19.5	34.5	41.6	4.4	100.0
	Área Metropolitana	27.3	10.1	62.6	0.0	100.0
Voto 2000	Vicente Fox	53.6	8.4	35.3	2.7	100.0
	Francisco Labastida	6.6	75.7	17.7	0.0	100.0
	Cuauhtémoc Cárdenas	6.9	12.3	80.8	0.0	100.0
TODOS		31.0	29.2	38.7	1.1	100.0

- Al analizar la composición de las preferencias de los candidatos con mayores posibilidades de obtener el triunfo podemos sacar algunas conclusiones.


COMPOSICIÓN DE LAS PREFERENCIAS

 FELIPE CALDERÓN	Nov/05	Dic/05	ENE/06
Panistas	18.8	21.6	21.5
Priistas	1.3	0.5	1.1
Perredistas	0.7	1.2	0.5
Otros partidos	0.2	0.2	0.0
Sin partido	7.9	8.0	7.9
TOTAL	28.9	31.5	31.0

- En el caso de Felipe Calderón, 22 de sus 32 puntos los encuentra entre los simpatizantes de su partido y 8 puntos provienen de los independientes, situación que logra desde diciembre; aquí se observa que si bien la tregua no lo perjudica, si detiene el crecimiento del panismo que alimentaba los incrementos en su preferencia.

 ROBERTO MADRAZO	AGO/05	Nov/05	Dic/05	ENE/06
Panistas	1.0	1.4	0.2	0.2
Priistas	22.5	24.2	27.6	22.5
Perredistas	0.5	0.6	0.2	1.0
Otros partidos	0.4	0.2	0.2	0.5
Sin partido	5.7	3.9	4.5	5.0
TOTAL	30.1	30.3	32.7	29.2

- Para Roberto Madrazo la disminución de noviembre a enero es de apenas 1 puntos porcentual y se genera por el decremento marginal en el sentimiento priista, lo que se puede atribuir a los conflictos internos de ese partido.




 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	Ago/05	Nov/05	Dic/05	ENE/06
Panistas	3.1	2.9	1.3	2.1
Priistas	4.5	2.7	1.2	2.0
Perredistas	17.7	15.2	16.5	19.1
Otros partidos	0.4	0.2	0.2	0.0
Sin partido	20.0	13.9	15.5	15.5
TOTAL	45.6	34.9	34.7	38.7

- Por lo que respecta a López Obrador podemos registrar primero una pérdida de los apoyos que lograba entre simpatizantes panistas y priistas, pero por otro lado, la tregua hizo crecer su preferencia al parejo con el sentimiento perredista, ésta es una evidencia de lo que durante la campaña se podrá observar, un traslado de preferencias por el candidato a una identificación por el partido (así paso en 2000 donde ciudadanos que apoyaron a Vicente Fox llegaron a considerarse panistas). Condición que no veremos en el caso de los otros candidatos ya que basan su fuerza en un partidismo ya consolidado.

E.- VOTO DIFERENCIADO

- Como lo hemos señalado, desde 1997 los presidentes de México no cuentan con mayoría absoluta en el congreso y particularmente a partir de 2000 los mexicanos tomaron conciencia de la importancia de las Cámaras de Diputados y Senadores en la conducción de las políticas pública, por ello es importante tratar de estimar no sólo las condiciones de la contienda presidencial, sino también la de los legisladores. En el siguiente cuadro mostramos cómo va el voto por los diputados federales cuando no hay candidatos; se puede observar el mismo patrón que las identidades partidistas con el PRI en primer lugar, el PAN en segundo y el PRD en tercero, condición que no se repite en la elección presidencial, donde el peso de las candidaturas plantea escenarios distintos.

PREFERENCIA ELECTORAL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA Y DIPUTADO FEDERAL

	DIPUTADOS FEDERALES	PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA
	33.5	31.0
	35.0	29.2
	30.4	38.7
Otros	1.1	1.2
TOTAL	100.0	100.0

CONCLUSIONES

Esta medición marca el arranque de la competencia real por la presidencia de la república en 2006, ya que las campañas inician el 19 de enero; los resultados muestran que Andrés Manuel López Obrador tal como ha aparecido desde 2003, tiene ventaja sobre sus adversarios; por primera vez en las mediciones el candidato del PAN Felipe Calderón logra superar al priista Roberto Madrazo; los dos partidos nuevos no garantizan en estos momentos alcanzar el 2% que deben fijarse como meta mínima para garantizar su permanencia; sin embargo contra los que muchos pregonan, todos los datos aquí mostrados pueden (y seguramente lo harán) cambiar radicalmente en cinco meses tal como sucedió en el año 2000, nosotros continuaremos midiendo y esperaremos para ver campañas, debates y propuestas para llegar al 2 de julio con un escenario más claro de lo que podrá ocurrir.

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA EN VIVIENDAS SOBRE TENDENCIAS ELECTORALES


POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar vigente residentes en el territorio nacional en viviendas particulares.			
FECHAS DE LEVANTAMIENTO	Del 12 al 16 de enero de 2006.			
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2003, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.			
TAMAÑO DE MUESTRA	Diciembre 2005	1,200 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar		
	Noviembre 2005	1,200 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar		
	Enero 2006	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar		
PERFIL DE LA MUESTRA ENCUESTADA	SEXO		NSE	
		%		%
	Hombre	47.2	Alto y medio	42.0
	Mujer	52.8	Bajo	58.0
	EDAD		ESCOLARIDAD	
		%		%
	De 18 a 29 años	36.6	Ninguno y Primaria	37.3
De 30 a 49 años	40.2	Secundaria	25.9	
De 50 y Más años	23.2	Preparatoria	24.5	
		Universidad y Más	12.3	
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas " cara a cara " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).			
PERSONAL INVOLUCRADO	200	Encuestadores	25	Capturistas de información
	50	Supervisores	5	Supervisores de captura
	5	Coordinadores de campo	4	Analistas de sistemas
	1	Responsable de campo y proyecto	5	Investigadores analistas
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY.			
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra. Los resultados de las preguntas de preferencia electoral son estimaciones realizadas considerando sólo a los entrevistados con mayor probabilidad de asistir a votar el día de la elección.			
TASA GENERAL DE RECHAZO A LA ENTREVISTA	Noviembre 2005	35.6%		
	Diciembre 2005	40.2%		
	Enero 2006	32.6%		

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA EN VIVIENDAS SOBRE TENDENCIAS ELECTORALES

ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones generales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±3.1% , este error y confianza aplica para todas las distribuciones de preferencias electorales incluidas en el reporte y que se refieren a la población bajo estudio.			
	En el caso de las preferencias marcadas para subgrupos poblacionales , manteniendo el 95% de confianza, los errores máximos implícitos son:			
	SEXO	ERROR	REGIÓN	ERROR
	Hombre	4.6	Norte	6.3
	Mujer	4.2	Centro	4.6
	EDAD	ERROR	Sur	8.3
	De 18 a 29 años	6.1	AMCM	7.8
	De 30 a 49 años	4.5	VOTO EN 2000	ERROR
	De 50 y Más años	6.1	Vicente Fox	4.9
			Francisco Labastida	6.4
		Cuauhtémoc Cárdenas	11.6	
	En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.			
PREGUNTAS ELECTORALES	<p style="text-align: center;"><i>Y si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted? Utilizando urna y boleta simulada</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Y si el día de hoy fueran las elecciones para Diputado Federal, ¿por cuál partido o candidato votaría usted? Utilizando tarjeta con logos de partidos</i></p>			
LEGAL	En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) vigente y en los términos de lo dispuesto en su Artículo 190, párrafo 3 en el que se establece que " <i>Quien solicite u ordene la publicación por cualquier medio públicamente accesible de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto</i> " ¹ , se entrega dentro de los diez días naturales siguientes a su publicación de manera impresa y en medio magnético por parte de la empresa CONSULTA MITOFSKY copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral.			
ACLARACIÓN	<p style="text-align: center;">"El cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente acuerdo no implica, en ningún caso, que el Instituto Federal Electoral avale en modo alguno la calidad de los estudios a que hace referencia, o la validez de los resultados o cualquier otra conclusión que se derive de dichos estudios".</p> <p style="text-align: center;"><i>Párrafo 10 del Acuerdo del Consejo General del IFE por el que se establecen los criterios generales para la realización y difusión de encuestas por muestreo.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>CG282/2005, 19 de diciembre de 2005.</i></p>			

¹ Lic. Manuel López Bernal; Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral, mlbernal@ife.org.mx, Tel. 56-55-33-48, 56-55-32-56, 56-55-32-57, Fax 56-55-90-63; Domicilio: oficinas centrales edificio "A", Viaducto Tlalpan no. 100, col. Arenal Tepepan, Delegación Tlalpan, C.P. 14610, México, D.F.

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA EN VIVIENDAS SOBRE TENDENCIAS ELECTORALES

ADVERTENCIA	<p>Los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población bajo estudio solamente al momento de la aplicación de las entrevistas. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son sólo un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta; nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral y por lo tanto los resultados no tienen porqué replicarse.</p>
CONTACTO PARA INFORMACIÓN	<p>PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE OPINIÓN: CONSULTA MITOFSKY, con dirección en Calle Georgia #38; Colonia Nápoles; México, Distrito Federal. Tel/Fax: +52 (55) 55.43.59.69 / consulta@consulta.com.mx</p> <p>PERSONA MORAL QUE PATROCINÓ LA ENCUESTA DE OPINIÓN: TELEVISA S.A DE C.V. Av. Chapultepec #18, Colonia Doctores, Del. Cuauhtémoc, México, Distrito Federal. C.P.06720. Tel/Fax: +52 (55) 55.24.52.90 noticieros@televisa.com.mx</p> <p>PERSONA MORAL QUE ORDENÓ LA PUBLICACIÓN LA ENCUESTA DE OPINIÓN: TELEVISA S.A DE C.V. Av. Chapultepec #18, Colonia Doctores, Del. Cuauhtémoc, México, Distrito Federal. C.P.06720. Tel/Fax: +52 (55) 55.24.52.90 noticieros@televisa.com.mx</p> <p>MEDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL: XEW-TV 2, Canal 2 de Televisa, Programa "Noticiero Con Joaquín López Dóriga", 18 de enero de 2005, 22:30 horas.</p>
CONSULTA	<p>La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY; www.consulta.com.mx donde de forma gratuita podrá ser consultada por los interesados con el fin de facilitar su lectura e interpretación, para así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada.</p>
CALIDAD ESIMM 	<p>CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados) que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles, los proyectos de investigación que se le soliciten, dicha certificación que nos ha sido ratificada cada año, garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos.</p>

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** © 1995-2006, Todos los derechos reservados.

NOTAS A LA METODOLOGÍA:

- 1) La metodología anterior incluye y cumple con todos los requisitos solicitados por el IFE en su **Artículo 190** del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (**COFIPE**) vigente y del acuerdo **CG282/2005** del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se establece que todas aquellas personas físicas y morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo, adopten criterios estadísticos de carácter científico para la realización de las mismas (Anexo 1), por lo que recomendamos a los medios de comunicación y personas en general que deseen publicar el presente estudio incluir en su totalidad la presente metodología para cumplir a cabalidad con los lineamientos acordados por el Consejo General del IFE.

- 2) Conforme al párrafo 4 del Acuerdo General **CG282/2005** para la realización y difusión de encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de la votación, la empresa **CONSULTA MITOFSKY**, con dirección en Calle Georgia #38; Colonia Nápoles; México, Distrito Federal. Tel/Fax: +52 (55) 55.43.59.69 e-mail: consulta@consulta.com.mx está en posibilidades, de presentar:
 - a. La información que utilizó para delimitar a la población de estudio y para seleccionar la muestra.
 - b. El instrumento que se utilizó para la recopilación de la información.
 - c. Todos y cada uno de los mecanismos usados para seleccionar cada una de las etapas de muestreo, hasta la selección de ciudadanos.
 - d. Todas y cada una de las operaciones que llevó a cabo para determinar el tamaño de la muestra así como todos los elementos valorados para el diseño de la misma.
 - e. El cálculo de las varianzas obtenidas para las variables del estudio que se refieren a las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de votación, así como todos los elementos valorados para el diseño muestral.
 - f. Una descripción detallada de la forma en que se llevó a cabo el trabajo de supervisión de campo.
 - g. Con el objeto de garantizar la verificabilidad de los cuestionarios, se conservarán todos y cada uno de los originales de los cuestionarios utilizados para las entrevistas y además de los programas de captura y la base de datos que se hayan generado a partir de dicha recopilación.
 - h. Para la verificabilidad de los datos, se conservarán todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para el análisis de la información.

Toda la información anterior se conservará de manera integral hasta que la elección se haya llevado a efecto y los resultados oficiales de la elección se hayan publicado.