



**CONSULTA MITOFSKY**

Empresa certificada en ESIMM

---

**ESTADO DE PUEBLA**

**ENCUESTA EN VIVIENDAS**

---

*Junio 2006*

---

Calle Georgia #38  
Colonia Nápoles  
México, D.F. 03810  
Tel 01 (55) 55-43-59-69



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

Sierra Fria No. 502, Fracc. Bosques Prado Norte,  
Aguascalientes, Ags. C.P. 20120 Tel./Fax (01449)  
912-7610,  
912-7611, 914-2012

---

---

## RESULTADOS A DESTACAR

---

---

**Advertencia:** Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son 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.

### ENTORNO PREELECTORAL

- ✓ Con sólo unas cuantas semanas de por medio para que se efectúen las próximas elecciones federales en nuestro país, este proceso ya es muy conocido por la población de Puebla con el 81% que menciona correctamente el día de su realización. La elección para Presidente de la República es la más conocida con 87% que la menciona espontáneamente, mientras que sólo 64% de los entrevistados refiere la de senadores y 54% la de diputados federales.

### VARIABLES PARTIDISTAS

- ✓ En la simpatía que los ciudadanos manifiestan hacia los partidos políticos el PRI y el PAN se encuentran en una posición muy similar registrando el 23% y el 22% de los ciudadanos identificados como partidarios de estas fuerzas políticas, mientras que el perredismo sólo alcanza al 8% de los ciudadanos. Aunque destaca que 46% no se identifican con los partidos políticos.
- ✓ En el rechazo que generan los partidos el PRI encabeza la lista con 28% de ciudadanos que manifiestan que nunca votaría por él; le siguen en este indicador el PRD con 21% y los partidos de reciente creación Alternativa y Nueva Alianza con 17% cada uno, un poco más atrás el PAN y Convergencia comparten este sitio con 16%. Finalmente el PVEM y el PT que no cuentan con apoyos importantes, aunque tampoco tienen rechazos significativos.

## ELECCIÓN PARA SENADORES POR PUEBLA

- ✓ Los candidatos al senado por Puebla con mayor reconocimiento son el ex gobernador priista Melquiades Morales Flores y el panista Rafael Moreno Valle con el 84% y el 53% de los ciudadanos que los identifican respectivamente. Con una buena diferencia de por medio les siguen el también priista Mario Alberto Montero Serrano (27%) y la segunda fórmula panista Marco Humberto Aguilar Coronado (18%). El resto de los contendientes son muy desconocidos. En las evaluaciones que se les asignan Melquiades Morales nuevamente aparece al frente consolidando su amplio posicionamiento.
- ✓ En la preferencia electoral para senadores por Puebla realizando un ejercicio de simulación de boleta y urna con los nombres de los candidatos que contendrán en 1ª y 2ª fórmula por cada partido, la ventaja es para la “Alianza por México” que con las candidaturas de Melquiades Morales y Mario Montero obtiene el 50% de los apoyos efectivos, en el segundo sitio el PAN con sus candidatos Rafael Moreno Valle y Marco Humberto Aguilar capta el 37% de la intención de voto, mientras que la alianza que encabeza el PRD tiene 13% encontrándose lejos de pelear el segundo sitio, que en esta elección en particular tiene gran relevancia al ingresar al senado la primera fórmula del partido que quede en segundo lugar.
- ✓ De manera consistente con su evaluación, al realizar la asociación de los candidatos que compiten por las tres principales fuerzas políticas, con una serie de atributos personales, los abanderados por el PRI-PVEM son los que captan las mayores menciones en todos los conceptos medidos.
- ✓ Otro aspecto positivo para la alianza PRI-PVEM es la percepción de triunfo que genera, en estos momentos el 36% de los ciudadanos consideran que ésta fórmula será la que se alzara con el triunfo en las elecciones para senadores, mientras que al PAN el 26% de los entrevistados le conceden posibilidades de triunfo.

## LA CARRERA PRESIDENCIAL EN PUEBLA

- ✓ Las campañas por la presidencia de la república que se encuentran en marcha desde inicio del año tienen sus propios apoyos con otra lógica, en el estado de Puebla se registra en estos momentos una delantera para la candidatura de Felipe Calderón en el PAN con 41% de la intención de voto efectiva, mientras que Roberto Madrazo en la alianza PRI-PVEM consigue el segundo sitio con 32%, finalmente Andrés Manuel López Obrador en la “Alianza por el bien de Todos” extiende la votación para su partido a casi el doble llegando al 24% de los apoyos efectivos.

## PROBLEMÁTICA PERCIBIDA

- ✓ El desempleo es el principal problema de Puebla, en la opinión del 33% de sus habitantes, seguido de la inseguridad con 23%. Otras menciones importantes de la población son la pobreza (8%), la corrupción (8%), el mal gobierno (4%) y la situación económica en general (4%). En el entorno municipal esta tendencia es muy similar con el desempleo encabezando la lista de las preocupaciones con 30%, seguido de la inseguridad con 25% y la pobreza con 8%.
- ✓ Por otra parte en los servicios públicos que demandan atención de manera más apremiante, la primera posición la obtiene el reclamo por mayor vigilancia con 26% de las menciones, le siguen las demandas por pavimentación (20%), por el abastecimiento de agua potable (18%) y por alumbrado público (15%).

## CONCLUSIÓN

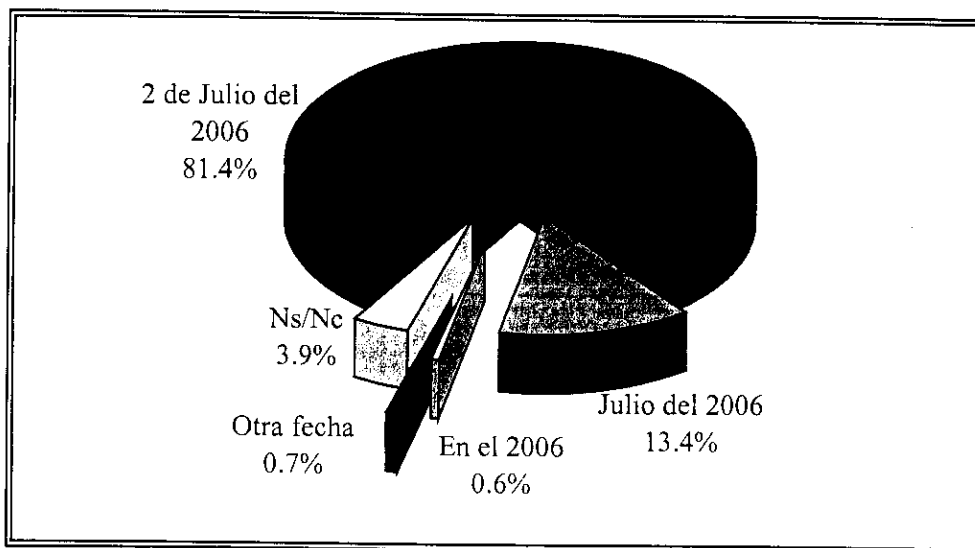
Desde el inicio de este año, el proceso electoral de julio próximo es el evento más difundido en los medios de comunicación, por lo que no resulta extraño el enorme conocimiento que se tiene de este evento.

En estos momentos la proporción mayoritaria de los poblanos se consideran a sí mismos como ciudadanos sin una identificación partidaria específica, lo que sin duda contribuye en la división de los sufragios disponibles en función de las ofertas que presentan los partidos políticos.

En este sentido la alianza PRI-PVEM tiene una ventaja de 13 puntos en las preferencias para senadores por Puebla con la candidatura del ex gobernador Melquíades Morales que cuenta con un posicionamiento muy amplio entre la sociedad. En cambio, en la contienda presidencial es el PAN con Felipe Calderón quien ostenta una delantera de 9 puntos.

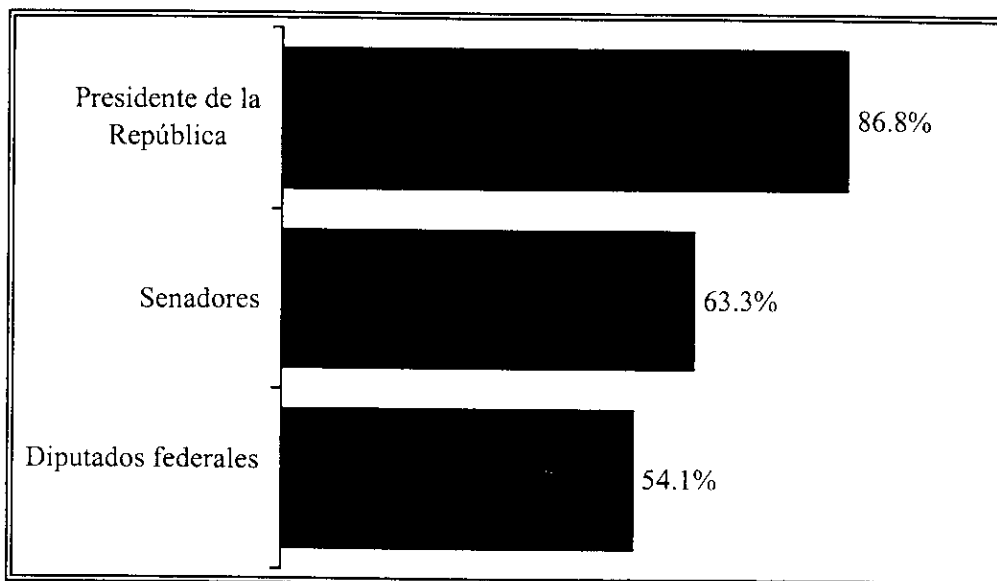
## ENTORNO PREELECTORAL

*¿Sabe usted cuándo serán las próximas elecciones en México?*



*¿Y sabe usted que autoridades se van a elegir este año en México?*

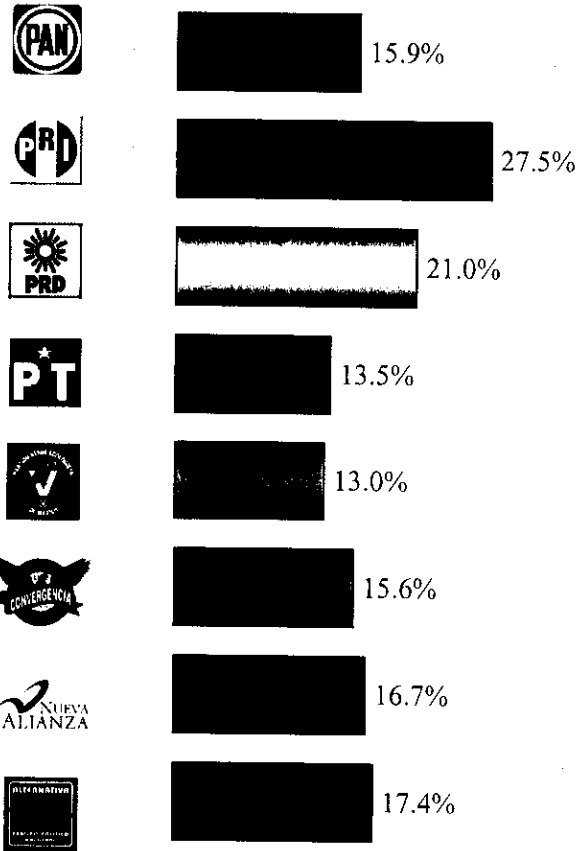
(% de "Sí" mención)



## VARIABLES PARTIDISTAS

IDENTIDAD PARTIDISTA		%	% Acumulado
	DURO	8.8	22.0
	BLANDO	13.2	
	DURO	10.3	22.6
	BLANDO	12.3	
	DURO	3.4	8.2
	BLANDO	4.8	
Otro partido		0.7	0.7
Ningún partido		45.5	45.5
Ns/Nc		1.0	1.0
<b>TOTAL</b>		<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

## % DE RECHAZO A PARTIDOS



*\*Respuestas independientes no suman 100%*



## ELECCIÓN PARA SENADORES POR PUEBLA

### CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE CANDIDATOS

		% que lo conoce	Opinión				Índice de conocimiento y opinión*
			Buena	Regular	Mala	Conoce sin opinión	
			(Sólo al porcentaje que declara conocerlo)				
Melquiades Morales Flores		83.5	41.0	36.0	10.1	12.9	0.67
Rafael Moreno Valle Rosas		53.1	24.4	41.8	11.5	22.3	0.36
Mario Alberto Montero Serrano		26.6	24.7	40.5	12.2	22.6	0.18
Marco Humberto Aguilar Coronado		17.9	19.8	47.2	11.3	21.7	0.11
Ana Maria Verónica Mastretta Guzmán		13.8	13.1	53.0	6.1	27.8	0.09
Benita Villa Huerta		11.3	18.3	45.0	10.5	26.2	0.07
Jesús Morales Y Lechuga		7.5	12.0	49.6	8.6	29.8	0.04
Mariana del Carmen Romano Vergara		4.3	10.8	52.8	11.0	25.4	0.02

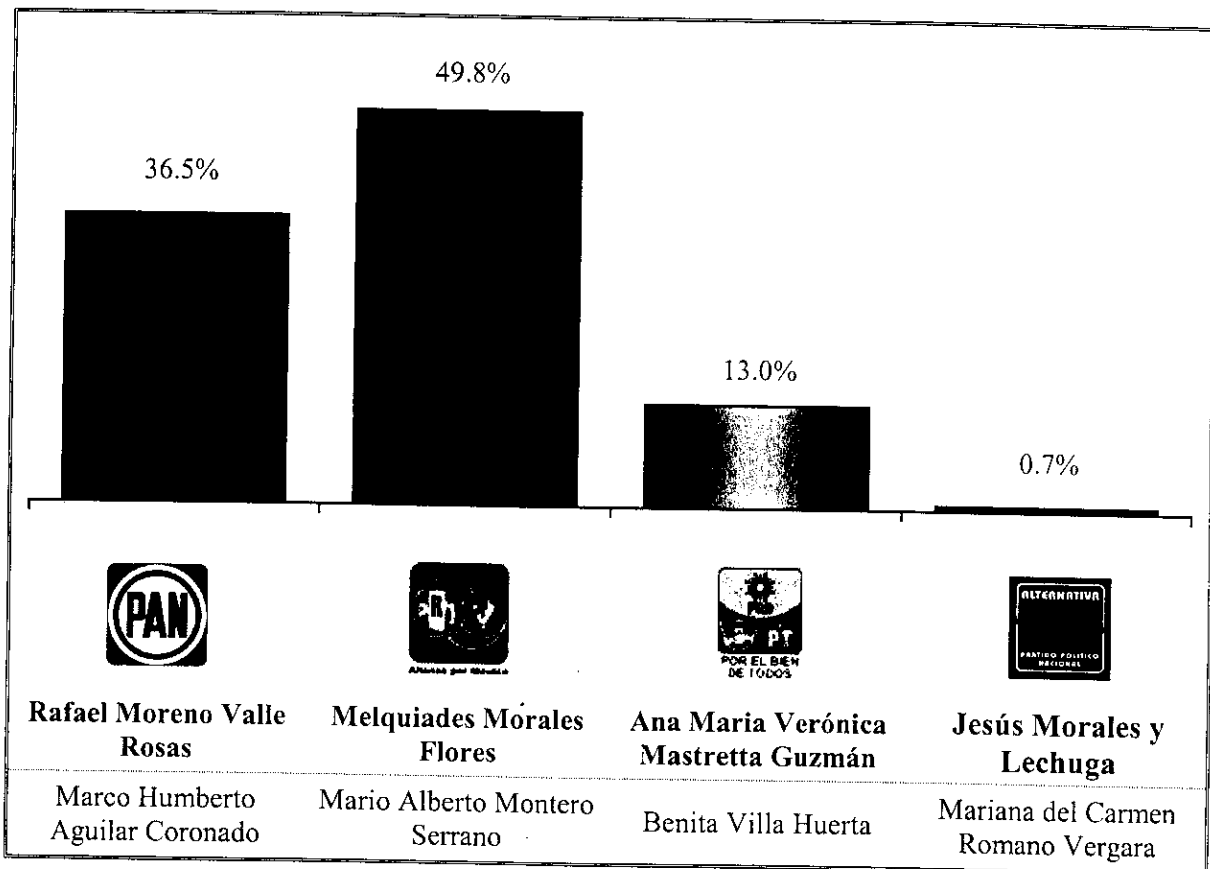
\*Se calcula tomando en cuenta el porcentaje de conocimiento y la opinión. A mayor índice mejor opinión y mayor conocimiento conjuntos.

**Advertencia:** Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son 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 por qué replicarse.

***Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir a los Senadores por Puebla, ¿por cuál partido o candidatos votaría usted?***




**(Porcentajes efectivos)**

*(Utilizando boleta y simulación de urna)*







***Eliminando al 23% de la población que no declara su preferencia electoral a favor de nadie.***

## RECONOCIMIENTO DE ATRIBUTOS DE CANDIDATOS A SENADOR

	Rafael Moreno Valle Rosas + Marco Humberto Aguilar Coronado  	Melquiades Morales Flores + Mario Alberto Montero Serrano  	Ana Maria Verónica Mastretta Guzmán + Benita Villa Huerta  	No los conoce lo suficiente	Ninguno
Es más capaz y preparado	16.2	35.4	2.1	13.4	9.9
Es más firme de carácter	15.6	33.9	2.2	14.8	8.9
Tiene más desempeño y trayectoria	13.6	37.7	1.5	14.6	8.3
Es más honesto	13.0	30.0	2.1	15.3	13.5
Es más amable y sencillo	13.5	33.6	2.2	15.8	10.1
Es más trabajador	14.3	33.0	2.3	15.4	9.5
Se preocupa por los problemas de la gente como usted	14.6	31.9	1.9	15.1	11.0
Conoce más los problemas del estado	13.4	35.1	2.0	15.6	9.6
Es más confiable	13.1	33.2	2.4	15.0	10.4
Es mejor líder	14.5	33.7	1.6	14.8	8.8
Puede hacer más por Puebla en el Senado	14.3	34.9	2.5	15.2	8.4
Se preocupa más por los pobres	13.5	32.5	2.3	14.4	10.7
Sería mejor Senador	14.7	34.3	2.5	14.1	9.0

\*Sumando "Ns/Nc" = 100%

*Independientemente de por quien va a votar, podría decirme, ¿qué partido cree que ganará la elección para Senadores por Puebla el 2 de julio de este año?*

	%
	25.7
	36.2
	8.6
	0.3
Otro	0.6
Ninguno	2.8
Ns/Nc	25.8
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>

# ELECCIÓN PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

## CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE CANDIDATOS PRESIDENCIALES

		% que lo conoce	Opinión				Índice de conocimiento y opinión*
			Buena	Regular	Mala	Conoce sin opinión	
			(Sólo al porcentaje que declara conocerlo)				
Roberto Madrazo Pintado		99.0	23.3	37.5	33.0	6.2	0.41
Andrés Manuel López Obrador		98.6	23.9	38.2	30.5	7.4	0.43
Felipe Calderón Hinojosa		97.5	33.2	42.4	17.3	7.1	0.64
Patricia Mercado		71.9	15.9	42.0	15.3	26.8	0.37
Roberto Campa Cifrián		69.6	6.1	42.3	19.8	31.8	0.16

\*Se calcula tomando en cuenta el porcentaje de conocimiento y la opinión. A mayor índice mejor opinión y mayor conocimiento conjuntos.

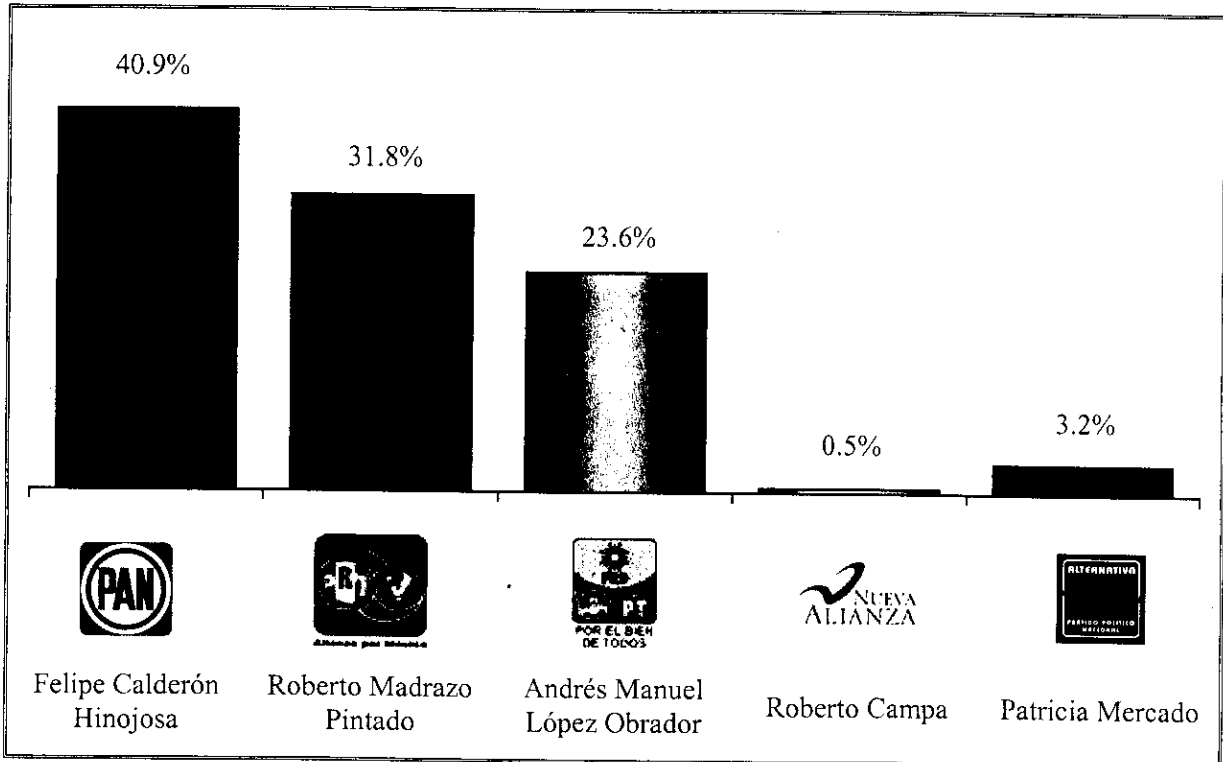
**Advertencia:** Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son 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.

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

**(Porcentajes efectivos)**

*(Utilizando boleta y simulación de urna)*

*(Sólo Estado de Puebla)*



*Eliminando al 17% de la población que no declara su preferencia electoral a favor de nadie.*

## SITUACIÓN ECONÓMICA Y PROBLEMÁTICA

*¿Cuál es hoy el principal problema del estado de Puebla?*

	%
Desempleo	33.1
Inseguridad / Delincuencia	23.0
Pobreza / Ayuda a los pobres	8.1
Corrupción	7.8
Mal gobierno	4.1
Economía	3.8
Bajos salarios	1.5
Educación	1.2
Crisis económica	1.1
Situación del campo	0.6
Servicios públicos / Falta	0.6
Inflación / Alza de precios	0.6
Migración	0.5
Partidos políticos	0.5
Recolección de basura / Contaminación	0.5
*Otro	3.4
Ninguno	0.7
Ns/Nc	8.9
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>

*\*Menciones menores al 0.5%*

*Y en el caso particular de este municipio, ¿cuál cree usted que es el principal problema?*

	%
Desempleo	29.7
Inseguridad / Delincuencia	24.8
Pobreza / Ayuda a los pobres	8.3
Corrupción	4.1
Bajos salarios	1.8
Agua potable / Abastecimiento	1.5
Mal gobierno	1.4
Recolección de basura / Contaminación	1.4
Servicios públicos / Falta	1.1
Economía	1.1
Pandillerismo / Vandalismo	1.1
Pavimentación	0.9
Educación	0.8
Situación del campo	0.7
Inflación / Alza de precios	0.6
Vialidad	0.6
Migración	0.5
Obras públicas	0.5
Ayuda a la gente	0.5
Drenaje	0.5
Alumbrado público / Falta de	0.5
Mala policía	0.5
*Otro	3.6
Ninguno	1.2
Ns/Nc	12.3
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>

*\*Menciones menores al 0.5%*



*Y en su opinión, ¿cuál es el principal servicio público que debe mejorarse en su colonia o localidad?*

	%
Vigilancia	25.6
Pavimentación	19.7
Abastecimiento de agua potable	17.7
Alumbrado público	14.5
Drenaje	6.9
Transporte público	4.9
Recolección de basura	4.5
Otro	1.2
Ninguno	2.9
Ns/Nc	2.1
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>

## Metodología de la Encuesta en Viviendas sobre tendencias electorales


<b>POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO</b>	Ciudadanos en viviendas particulares del <b>Estado de Puebla</b> .			
<b>FECHAS DE LEVANTAMIENTO</b>	Del <b>09 al 12 de Junio</b> de 2006.			
<b>ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA</b>	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) <b>100</b> secciones electorales en el <b>Estado de Puebla</b> , 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.			
<b>TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<b>1,000</b> ciudadanos del <b>Estado de Puebla</b> .			
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	El estudio fue llevado a cabo en <b>viviendas particulares</b> a través de entrevistas " <i>cara a cara</i> " 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).			
<b>PERSONAL INVOLUCRADO</b>	<b>20</b>	Encuestadores	<b>15</b>	Capturistas de información
	<b>7</b>	Supervisores	<b>2</b>	Supervisor de captura
	<b>1</b>	Coordinadores de campo	<b>2</b>	Analistas de sistemas
	<b>1</b>	Responsable de campo	<b>2</b>	Investigadores analistas
	<b>20</b>	Codificadores	<b>1</b>	Responsable de Investigación
<b>DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS</b>	Departamento de diseño y análisis de Información / <b>CONSULTA MITOFSKY</b> .			
<b>MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	Los resultados presentados <b>no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión</b> , 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 <b>preferencia electoral</b> son estimaciones realizadas <b>considerando sólo a los entrevistados con mayor probabilidad de asistir a votar</b> el día de la elección.			
<b>TASA DE RECHAZO GENERAL A LA ENTREVISTA</b>	<b>37.19%</b>			

## Metodología de la Encuesta en Viviendas sobre tendencias electorales

<b>ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES</b>	<p>Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones generales al menos <b>95</b> de cada <b>100</b> veces, el error no sobrepasa el <math>\pm 3.1\%</math>, este error y confianza aplica para todas las distribuciones de preferencias electorales estatales incluidas en el reporte y que se refieren a la población bajo estudio.</p> <p>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.</p>
<b>PREGUNTAS ELECTORALES</b>	<p><i>En 2 de julio próximo, además de elegir Senadores los mexicanos elegiremos a los Diputados Federales Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir diputados federales, ¿por cuál partido votaría usted?</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Utilizando boleta con partidos, alianzas y candidatos</b></p> <p><i>Si el día de hoy fuera la elección para Senadores por el Estado de Puebla, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Utilizando boleta con partidos, alianzas y candidatos</b></p> <p><i>Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Utilizando boleta con partidos, alianzas y candidatos</b></p>
<b>LEGAL</b>	<p>En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) vigente y en los términos de lo dispuesto en su <b>Artículo 190, párrafo 3</b> 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>”<sup>1</sup>, se entrega dentro de los diez días naturales siguientes a su publicación de manera impresa y en medio magnético por parte de la empresa <b>CONSULTA MITOFSKY</b> copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral.</p>
<b>ACLARACIÓN</b>	<p>“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><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. CG282/2005, 19 de diciembre de 2005.</i></p>
<b>ADVERTENCIA</b>	<p>Los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población bajo estudio <b>solamente</b> al momento de la aplicación de las entrevistas. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son sólo un <b>indicador</b> de la situación presente en el momento de la encuesta; <b>nada garantiza</b> que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral y por lo tanto <b>los resultados no tienen porqué replicarse</b>.</p>

<sup>1</sup> 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

CONTACTO PARA INFORMACIÓN	<p><b>PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE OPINIÓN:</b>  <b>CONSULTA MITOFSKY</b>, con dirección en Calle Georgia #38; Colonia Nápoles; México, Distrito Federal. Tel/Fax: +52 (55) 55.43.59.69 / <a href="mailto:consulta@consulta.com.mx">consulta@consulta.com.mx</a></p> <p><b>PERSONA MORAL QUE PATROCINÓ LA ENCUESTA DE OPINIÓN:</b>          COMPAÑÍA PERIODÍSTICA “EL SOL DE PUEBLA S.A DE C.V”</p> <p><b>PERSONA MORAL QUE ORDENÓ LA PUBLICACIÓN Y MEDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL:</b>          COMPAÑÍA PERIODÍSTICA “EL SOL DE PUEBLA S.A DE C.V”</p> <p><b>MEDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL:</b>          PERIÓDICO “EL SOL DE PUEBLA” 19 DE JUNIO DE 2006</p>
CONSULTA	<p>La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán <b>disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY</b>; <a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a> 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>
<b>CALIDAD ESIMM</b> 	<p><b>CONSULTA MITOFSKY</b> 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 <b>CONSULTA MITOFSKY</b> 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 <b>más altos lineamientos</b> técnicos posibles, los proyectos de investigación que se le soliciten, dicha certificación que nos ha sido <b>ratificada cada año</b>, garantiza no sólo la <b>máxima calidad</b> sino la evolución en los nuevos estándares generados con los <b>adelantos tecnológicos</b>.</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](mailto: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.

# ANEXO

ACUERDO 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.

**Primero.-** En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 190, párrafo 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General ha determinado criterios generales de carácter científico 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. Dichos criterios están contenidos en el documento anexo al presente acuerdo y que forman parte integrante del mismo.

**Segundo.-** Para facilitar el cumplimiento de esa misma disposición por parte de quienes lleven a cabo ese tipo de sondeos o encuestas, el Consejo General divulgará ampliamente los criterios establecidos y además los pondrá a la disposición de los interesados en la página de internet del Instituto y en las oficinas del Secretario Ejecutivo.

**Tercero.-** En los términos de lo dispuesto por el artículo 190, párrafo 3, del mismo código, se previene a quienes soliciten u ordenen la publicación original y por cualquier medio públicamente accesible de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre las preferencias del electorado o las tendencias de la votación, que deberán entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral, en su caso, a través de las Vocalías Ejecutivas del instituto en el país. Esta obligación deberá cumplirse dentro de los diez días naturales siguientes a su publicación. El estudio deberá entregarse en medio impreso y magnético.

**Cuarto.-** La persona responsable de llevar a cabo la encuesta deberá estar en posibilidad de presentar la información que utilizó para delimitar a la población de estudio y para seleccionar la muestra; el instrumento que se utilizó para la recopilación de la información; así como todos y cada uno de los mecanismos usados para llegar a seleccionar a los individuos entrevistados.

También, deberá estar en posibilidad de presentar por escrito todas y cada una de las operaciones que llevó a cabo para determinar el tamaño de la muestra; 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 una descripción detallada de la forma en que se llevó a cabo el trabajo de supervisión de campo.

Con el objeto de garantizar la verificabilidad de los cuestionarios, la persona responsable deberá conservar en su poder todos y cada uno de los originales de los cuestionarios utilizados para las entrevistas y, en caso de haberse utilizado medios magnéticos para la recopilación de la información, deberá estar en posibilidad de presentar los programas de captura y la base de datos que se hayan generado a partir de dicha recopilación.

Para la verificabilidad de los datos, la persona responsable de llevar a cabo el estudio, deberá conservar todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para el análisis de la información.

**Quinto.-** La información a que se refiere el punto de acuerdo anterior deberá conservarse de manera integral hasta quince días después de que la elección se haya llevado a efecto y los resultados oficiales de la elección se hayan publicado.

**Sexto.-** Quienes publiquen o difundan por cualquier medio públicamente accesible y en forma original resultados de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre las preferencias del electorado o las tendencias de la votación deberán recabar y entregar al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral los datos que permitan identificar fehacientemente la persona física o moral que ordenó su publicación o difusión, incluyendo nombre o denominación social, domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios.

**Séptimo.-** Quienes soliciten un ordenen la publicación original y por cualquier medio públicamente accesible de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre las preferencias de electoral o tendencias de la votación deberán entregar al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral, junto con la copia del estudio completo, los datos que permitan identificar fehacientemente la persona física o moral que patrocinó la encuesta o sondeo de opinión y la que lo llevo a efecto, incluyendo para cada una de ellas su nombre o denominación social, domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios.

**Octavo.-** Quienes soliciten u ordenen la publicación original y por cualquier medio públicamente accesible de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre las preferencias del electorado o las tendencias de la votación, deberán publicar invariablemente las características metodológicas fundamentales de dichos estudios, con el fin de facilitar su lectura e interpretación, y así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada. En caso de que se difunda por medios electrónicos, la metodología podrá presentarse en algún lugar publico, ya sea una pagina web o un medio impreso, donde de forma gratuita pueda ser consultada por los interesados.

**Noveno.-** En cumplimiento de lo dispuesto por el párrafo 4, del artículo 190, del código en la materia, queda prohibida la publicación o difusión por cualquier medio, de encuestas o sondeos de opinión para dar a conocer las preferencias del electorado o las tendencias de la votación, durante los ocho días previos a la elección y hasta la hora del cierre de las casillas que se encuentren en los husos horarios más occidentales del país.

La violación de esta disposición será castigada con diez a cien días de multa y prisión de seis meses a tres años, de conformidad con el artículo 403 del Código Penal para el Distrito Federal en materia de fuero común, y para toda la República en materia de fuero federal.

**Décimo.-** 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.

**Décimo Primero.-** El Secretario Ejecutivo presentará en sesión del Consejo General informes que den cuenta del cumplimiento de este acuerdo. Estos informes deberán contener la siguiente información: 1) quién patrocinó, realizó y ordenó la publicación del estudio; 2) medio de publicación original; 3) criterios cumplidos por encuesta; 4) características generales de la encuesta en las que se detalle la vitrina metodológica y principales resultados.

**Décimo Segundo.-** Una vez que el Secretario Ejecutivo presente los informes a los que se refiere el párrafo anterior, la Unidad Técnica de Servicios de Informática y la Coordinación Nacional de Comunicación Social, incluirá en la página de Internet del Instituto Federal Electoral un vínculo especial que contenga dichos informes.

**Décimo Tercero.-** El presente acuerdo y su anexo deberán ser difundidos ampliamente en los medios de comunicación y publicados en el Diario Oficial de la Federación.

**CRITERIOS GENERALES QUE DEBEN ADOPTAR LAS PERSONAS FÍSICAS O MORALES QUE PRETENDAN DAR A CONOCER LAS PREFERENCIAS ELECTORALES DE LOS CIUDADANOS O LAS TENDENCIAS DE LA VOTACIÓN, UTILIZANDO PARA ELLO ENCUESTAS POR MUESTREO.**

1. Todo resultado de encuesta o sondeo de opinión que se publique de manera original y por cualquier medio públicamente accesible con el fin de dar a conocer las tendencias de la votación de los ciudadanos deberá indicar la persona física o moral que patrocinó la encuesta o sondeo, la que lo llevó a efecto y la que ordenó su publicación o difusión.
2. El reporte de resultados publicado deberá definir detalladamente la población de estudio a la que se refieren los resultados de la encuesta, especificando claramente en el análisis de los resultados que se den a conocer, que los mismos se refieren a la población estudiada y que sólo tienen validez para expresar la opinión de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos.
3. El reporte de resultados publicado deberá explicar el método que se utilizó para recopilar la información, detallando si se hizo mediante entrevistas persona a persona o mediante algún método indirecto alternativo. Se deberá especificar también si las entrevistas se llevaron a cabo vía telefónica, entrevistas en la calle, entrevistas en domicilios o si se utilizaron métodos mixtos para recopilarla.
4. El reporte de resultados publicado deberá detallar el método de muestreo que se utilizó para seleccionar la muestra del estudio, indicando todos y cada uno de los mecanismos utilizados para llegar a seleccionar a los individuos entrevistados.
5. El reporte de resultados publicado deberá especificar el tamaño de la muestra que se utilizó para el estudio, expresar el fraseo exacto que se utilizó en los reactivos publicados que tengan que ver con las preferencias electorales y señalar la tasa de rechazo general a la entrevista frecuencia de no respuestas, detallando el nivel de confianza y el error estadístico máximo implícito para cada reactivo con la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias publicada.
6. El reporte de resultados publicado deberá especificar las fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de la información.
7. En caso de que los resultados publicados incluyan estimaciones de resultados, pronósticos de votación o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la encuesta, deberá especificarlo, aunque puede reservarse el método de cálculo aplicado para la transformación de las variables en pronósticos.
8. Toda la información relativa al estudio, desde su diseño hasta la obtención de sus resultados publicados, deberá conservarse de manera integral por parte de la persona física o moral responsable de su realización, hasta quince días después de que la elección se haya llevado a efecto y los resultados oficiales se hayan hecho públicos.