



INSTITUTO FEDERAL
ELECTORAL

0009990

LF-908-3665

México DF, a 20 de julio de 2006

INGARROLADOS
C. D. ANEXO.

SECRETARIA EJECUTIVA

LIC. MANUEL LÓPEZ BERNAL
SECRETARIO EJECUTIVO DEL
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
PRESENTE

En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (**COFIPE**) vigente, en los términos de lo dispuesto en su **Artículo 190, párrafo 3**, en donde se establece que “*quienes soliciten u ordenen la publicación o difusión original de cualquier encuesta de salida o conteo rápido que dé a conocer las preferencias del electorado o las tendencias de la votación, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral del 2 al 22 de julio de 2006*”, contemplando también los requerimientos asentados en el acuerdo **CG134/2006** del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se establecen los lineamientos y criterios generales de carácter científico que deberán observar las personas físicas o morales que pretendan realizar encuestas de salida y/o conteos rápidos para la jornada electoral del día 2 de julio.

La empresa **CONSULTA MITOFSKY** envía a usted copia de la información requerida por el Instituto Federal Electoral, tanto de manera impresa como en medio magnético como lo establece la ley.

Quedamos a su disposición para cualquier indicación que fuese necesaria y aprovechamos para saludarle respetuosamente.

Atentamente,

ACT. ROY CAMPOS ESQUERRA
DIRECTOR GENERAL



2 de julio de 2006






ANÁLISIS PRELIMINAR DE LA ELECCIÓN

ENCUESTA DE SALIDA

2 de julio de 2006

ANÁLISIS PRELIMINAR DE LA ELECCIÓN ENCUESTA DE SALIDA CONSULTA MITOFSKY



Después de una larga campaña precedida de una aún más larga precampaña, el 2 de julio de 2006 se realizaron las primeras elecciones presidenciales del siglo XXI en México. Las encuestas preelectorales adelantaban una fuerte pelea entre Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón Hinojosa. Los resultados finales de nuestra encuesta de salida y conteo rápido realizado para Noticieros Televisa son:

	ENCUESTA DE SALIDA Y CONTEO RÁPIDO RESULTADO FINAL	COMPUTO OFICIAL DEL IFE
 Felipe Calderón	36.5	36.96
 Andrés Manuel López Obrador	36.5	36.36
 Roberto Madrazo	23.0	22.92
 Patricia Mercado	3.0	0.99
 Roberto Campa	1.0	2.77
TOTAL	100.0	100.0

Sin embargo, la riqueza de la encuesta de salida permite generar indicadores para explicar el voto y al votante. A continuación se presenta el resultado **preliminar** de algunas de las variables captadas en la encuesta, los cuales presentaremos en forma definitiva con otras variables de interés en entregas posteriores.


VOTO POR DISTINTOS SEGMENTOS

SEXO: Mientras en los hombres la preferencia se inclinó por López Obrador, las mujeres mostraron un perfil más dividido, dando algunos votos a Patricia Mercado y sobre todo, alejándose del candidato perredista mucho más que los hombres.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
SEXO							
Hombre	31.7	19.0	34.8	0.8	1.8	11.9	100.0
Mujer	32.0	20.9	29.4	1.0	3.4	13.3	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0





EDAD: Para Felipe Calderón, el grupo donde consiguió más apoyo fue el de los jóvenes, donde no alcanza los niveles de hace 6 años con Vicente Fox (48%) al compartir preferencias con López Obrador.

Roberto Madrazo, además de que no logra gran votación entre los jóvenes (como normalmente ocurre), pierde presencia en los ciudadanos mayores de 50 años donde López Obrador gana. Este grupo, el de los adultos mayores de 50 años, fue el que más alta tasa de no respuesta presentó.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
EDAD							
De 18 a 29 años	33.6	18.8	32.1	1.2	4.3	10.0	100.0
De 30 a 49 años	32.8	19.7	32.1	0.8	2.3	12.3	100.0
De 50 y más años	28.6	21.7	31.4	0.7	1.5	16.1	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

ESCOLARIDAD: El candidato del PRI presenta el tradicional patrón de votación por nivel educativo, a mayor escolaridad menor votación. En los mexicanos con estudios máximos de primaria Roberto Madrazo obtiene sus mejores porcentajes.




Felipe Calderón por el contrario y como normalmente ocurre con el PAN, sube su votación al incrementarse la escolaridad; en el caso de Andrés Manuel López Obrador, no hay diferenciales importantes entre los niveles de escolaridad.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	NO CONTESTA	TOTAL
ESCOLARIDAD							
Primaria	26.6	25.0	30.7	0.7	1.3	15.7	100.0
Secundaria	29.9	20.9	32.7	1.2	2.6	12.7	100.0
Preparatoria	35.0	15.7	33.8	0.9	4.5	10.1	100.0
Universidad y más	41.8	13.1	31.5	0.8	3.7	9.1	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

PROBLEMAS QUE IDENTIFICAN: Los ciudadanos que consideraron a la pobreza y al desempleo como principal problema del país, inclinaron su voto por López Obrador; es decir, Calderón no logró la ventaja que pretendía al identificarse como candidato del empleo. La oferta de combate a la inseguridad de Roberto Madrazo tampoco lo hizo destacar entre quienes identifican ese problema como el principal en México, obteniendo Calderón ventaja entre estos ciudadanos.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	NO CONTESTA	TOTAL
PROBLEMA DEL PAÍS							
Desempleo	31.2	20.9	32.7	0.9	3.0	11.3	100.0
Inseguridad	36.6	20.0	27.8	0.6	2.8	12.2	100.0
Pobreza	26.8	22.1	34.9	1.1	2.2	12.9	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0




ACUERDO CON EL PRESIDENTE: En este rubro se presenta una clara división entre quienes mostraron su aprobación con el trabajo de Vicente Fox y quienes lo desapruban. En el primer grupo Felipe Calderón es el primer lugar por amplio margen, en cambio en el segundo grupo el candidato del partido en el poder se desploma drásticamente al tercer lugar.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	NO CONTESTA	TOTAL
ACUERDO PRESIDENCIAL							
Acuerdo	45.7	16.5	22.7	0.7	2.5	11.9	100.0
Desacuerdo	9.6	25.3	48.4	1.1	2.3	13.3	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

NIVEL DE INGRESOS: Al igual que la escolaridad, Roberto Madrazo generó su mayor porcentaje de votos entre quienes menos ingresos declaran y Felipe Calderón al revés, a mayor ingreso mayores porcentajes. En el caso de Andrés Manuel López Obrador, su mejor porcentaje lo logró en los grupos de 0 a 3 y de 3 a 7 salarios mínimos.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
INGRESO MENSUAL							
0-3 SM	26.4	23.3	33.0	1.0	2.2	14.1	100.0
3-7 SM	34.9	17.0	34.0	0.9	3.5	9.7	100.0
7-10 SM	43.5	13.7	29.9	0.7	3.8	8.4	100.0
10 + SM	54.2	10.3	25.9	0.3	2.7	6.6	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

IDENTIDAD PARTIDISTA: Los votantes que mostraron más fidelidad a su candidato fueron los perredistas y los que menos los priistas. En este caso, los que abandonaron a su candidato, Roberto Madrazo, se dividieron entre Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador con ligera ventaja del perredista. Los ciudadanos independientes optaron en general por López Obrador, aunque con importante competencia con Felipe Calderón.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
IDENTIDAD PARTIDISTA							
Panista	84.6	3.1	4.9	0.4	1.1	5.9	100.0
Priista	5.8	78.3	8.3	0.4	0.5	6.7	100.0
Perredista	2.6	1.4	90.9	0.1	0.7	4.3	100.0
De otro partido	16.2	11.5	25.1	7.0	21.5	18.7	100.0
Independiente	31.1	10.2	35.2	1.1	3.5	18.9	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

PERFIL DEL VOTANTE DE...




A.- FELIPE CALDERÓN: Sus votantes son en general mujeres. Los ciudadanos que votaron por Calderón, contra lo que pudiera pensarse, no ubican al desempleo como el principal problema del país sino a la inseguridad. En este grupo, la aprobación por el Presidente Fox es extremadamente alta, casi de 9 de cada 10.

6 de cada 10 de los ciudadanos que decidieron votar por Calderón ya eran panistas, en cambio casi 30% se manifiestan independientes.

B.- ROBERTO MADRAZO: Para el candidato del PRI, también la mayoría de sus votos proviene de mujeres y posee un gran componente, muy por arriba de sus adversarios, de voto de ciudadanos con escolaridad máxima de primaria y de ingreso menor a 3 salarios mínimos.

Entre los votantes por Madrazo, el Presidente de la República apenas pasa el 50% de aprobación; sólo la sexta parte aproximadamente proviene de ciudadanos independientes.

C.- ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: De los 3 principales candidatos, el perredista es el único que presenta mayor componente masculino en su voto, la polarización de la campaña hizo que los que votaron por la principal opción de oposición dieran la aprobación al trabajo del Presidente Fox en apenas 4 de cada 10. Una característica clara del voto por Andrés Manuel López Obrador es que posee menor carga partidista que sus adversarios y mayor de los independientes en el perfil de sus votantes.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR
SEXO			
Hombre	45.7	43.6	50.2
Mujer	54.3	56.4	49.8
EDAD			
De 18 a 29 años	28.6	25.6	27.4
De 30 a 49 años	48.6	46.7	47.5
De 50 y más años	22.8	27.7	25.1
ESCOLARIDAD			
Primaria	32.9	49.2	38.0
Secundaria	21.0	23.4	22.9
Preparatoria	20.1	14.4	19.4
Universidad y más	25.8	12.9	19.4
PROBLEMA DEL PAÍS			
Desempleo	25.7	27.7	27.3
Inseguridad	30.4	26.5	23.3
Pobreza	15.6	20.6	20.5
ACUERDO PRESIDENCIAL			
Acuerdo	88.7	53.3	45.4
Desacuerdo	10.2	44.5	52.6
INGRESO MENSUAL			
0-3 SM	44.6	62.8	55.8
3-7 SM	26.9	20.9	26.3
7-10 SM	7.1	3.5	4.9
10 + SM	13.0	3.9	6.2
IDENTIDAD PARTIDISTA			
Panista	58.5	3.3	3.4
Priista	3.3	72.7	4.8
Perredista	1.5	1.2	49.9
De otro partido	2.0	2.2	3.0
Independiente	29.1	15.1	33.1

* En algunos casos sumando Ns/Nc y "otros" =100%

METODOLOGÍA ENCUESTA DE SALIDA NACIONAL				
POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Votantes en la elección para elegir Presidente de la República y Diputados Federales.			
FECHA DE LEVANTAMIENTO	2 de julio de 2006			
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Selección aleatoria de secciones electorales. Para realizar esto, se partió de las secciones electorales definidas por el IFE, por lo que estas se constituyeron en la unidad primaria de selección.			
TAMAÑO DE MUESTRA	520 secciones electorales distribuidas en todo el país.			
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Encuesta persona a persona a la salida de las casillas. La metodología que se siguió en el operativo en campo, fue el nombrar un responsable por sección electoral seleccionada, el responsable entrevistó a 1 de cada 3 personas que acudieron a votar en la sección seleccionada.			
PERSONAL INVOLUCRADO	580	Encuestadores	85	Capturistas de información
	193	Supervisores	28	Supervisores de captura
	10	Coordinadores de campo	7	Analistas de sistemas
	2	Responsable de campo y proyecto	8	Investigadores analistas
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY.			
NIVEL DE CONFIANZA Y EL ERROR ESTADÍSTICO MÁXIMO IMPLÍCITO	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 ±1.5% .			
FRASEO DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	<i>¿Por cuál partido votó para Presidente de la República?</i> Utilizando urna y boleta simulada			
	<i>¿Por cuál partido votó para Diputado Federal?</i> Utilizando urna y boleta simulada			
PORCENTAJE DE NO RESPUESTA	12.7%			
LEGAL	En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) vigente y en los términos de lo dispuesto en el acuerdo CG134/2006, párrafo 3 en el que se establece que <i>“En los términos de lo dispuesto por el artículo 190, párrafo 3, del mismo Código, se previene a quienes soliciten u ordenen la publicación o difusión original de cualquier encuesta de salida o conteo rápido que dé a conocer 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 Federal Electoral en el país, del 2 al 22 de julio de 2006.”</i> ¹ , se entrega dentro del plazo 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.			

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 ENCUESTA DE SALIDA NACIONAL

ACLARACIÓN	<p style="text-align: center;">“Los resultados oficiales de las elecciones federales son exclusivamente aquellos que dé a conocer el Instituto Federal Electoral y, en su caso el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación”.</p> <p style="text-align: center;"><i>Inciso 6; párrafo 3 del Acuerdo del Consejo General del IFE por el que se establecen los criterios generales para la realización y difusión de encuestas de salida. CG134/2006, Junio de 2006.</i></p>
CONTACTO PARA INFORMACIÓN	<p>PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE SALIDA: 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 SALIDA: 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 SALIDA: 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, Cobertura especial “Decisión 2006”, 02 de julio de 2006, 20:00 horas, hora del centro del país.</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>

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 **CG134/2006** 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 de salida, 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 **CG134/2006** para la realización y difusión de encuestas de salida 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.

ANEXO TÉCNICO

En atención al acuerdo **CG134/2006** del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se establecen los lineamientos y criterios generales de carácter científico que deberán observar las personas físicas o morales que pretendan realizar encuestas de salida y/o conteos rápidos para la jornada electoral del día 2 de julio de 2006 anexamos al reporte adjunto los siguientes elementos descritos en el apartado 6.

6.1. Diseño conceptual

- El cuestionario o instrumentos de captación utilizado

Estado	Sección	Folio	Hora	No. de votantes
[][]	[][][][]	[][][]	[][] : [][]	[][]
ELECCIONES 02 DE JULIO DEL 2006				
A. Poniendo ¿puede usted votar? (1) Sí <input type="checkbox"/> (2) No → ¿Por qué? (1) No tiene credencial para votar <input type="checkbox"/> (2) Otro <input type="checkbox"/> (9) NC			1. En su opinión ¿cuáles el principal problema del país? (ENCUESTADOR NO LEA OPCIONES) (01) Desempleo (02) Inseguridad (Delincuencia) (03) Democracia (Fraude) (04) Pobreza (Crisis) <input type="checkbox"/> (05) Corrupción Otro: _____ (98) N/E (99) NC	
B. Sexo (ENCUESTADOR ANOTE SIN PREGUNTAR) (1) Masculino (2) Femenino (9) NC <input type="checkbox"/>			2. En general ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera como está gobernado el Presidente Vicente Fox? (1) Acuerdo (2) Acuerdo en parte (esp.) (3) Desacuerdo en parte (esp.) (4) Desacuerdo (9) NS/NC	
C. ¿Cuándo años cumplidos tiene usted? _____ (99) NC <input type="checkbox"/>			3. Y, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera en que está trabajando el gobernador de su estado? (1) Acuerdo (2) Acuerdo en parte (esp.) (3) Desacuerdo en parte (esp.) (4) Desacuerdo (9) NS/NC	
D. ¿Hasta qué año escolar estudió usted (grado máximo)? (1) Ninguno (2) Primaria incompleta (3) Primaria completa (4) Secundaria incompleta (5) Secundaria completa <input type="checkbox"/> (6) Preparatoria incompleta (7) Preparatoria completa (8) Universidad incompleta (9) Universidad completa y más (99) NC			4. Independientemente del partido por el cual usted vota, ¿normalmente se considera panista, priista, pemecista o de otro partido? (1) Panista (2) Priista (3) Pemecista <input type="checkbox"/> (4) De otro partido (5) No se identifica con ningún partido → H (8) N/E → H (9) NC → H	
E. ¿Tiene usted teléfono en su vivienda? (1) Sí <input type="checkbox"/> (2) No (9) NC			5. ¿Qué tan... (ENCUESTADOR: MENCIONAR RESPUESTA DE LA PREGUNTA ANTERIOR) se considera usted? (1) Mucho <input type="checkbox"/> (2) Regular (esp.) (3) Poco (9) NC	
F. Tipo de localidad (1) Muy urbana (2) Urbana media <input type="checkbox"/> (3) Semiurbana (4) Rural (5) Caserío aislado			H. Sumando los ingresos de todas las personas que trabajan en su casa, ¿cuáles el rango de ingreso familiar mensual? (1) 0-1 Sal. Mm. (0 - 1,440) (2) 1-3 Sal. Mm. (1,440 - 4,320) (3) 3-5 Sal. Mm. (4,320 - 7,200) (4) 5-7 Sal. Mm. (7,200 - 10,220) (5) 7-10 Sal. Mm. (10,220 - 14,401) (6) 10-30 Sal. Mm. (14,401 - 43,203) (7) 30+ Sal. Mm. (43,203 - +) (9) NS-NC	
G. ¿Hace cuánto tiempo decidió usted votar como le hizo el día de hoy? (ENCUESTADOR: NO LEA OPCIONES) (1) Hoy <input type="checkbox"/> (2) Esta semana (3) En los meses anteriores (4) Desde el año pasado (5) Siempre voté igual (9) NS/NC				

- Definición de cada uno de los conceptos incluidos en el cuestionario:

En el cuestionario se manejaron los siguientes conceptos

- a) Variables socioeconómicas
- b) Problemática percibida
- c) Evaluación de autoridades
- d) Identidad partidista

- Tipo de entrevista utilizada

Cara a cara aplicada a los votantes en la elección para elegir Presidente de la República y Diputados Federales.

6.2. Diseño Muestral

- Definición de la población objetivo

Votantes en la elección para elegir Presidente de la República y Diputados Federales el 2 de Julio de 2006

- Procedimiento de selección de unidades

Selección aleatoria de secciones electorales. Para realizar esto, se partió de las secciones electorales definidas por el IFE, por lo que estas se constituyeron en la unidad primaria de selección.

Para el caso que nos ocupa, el diseño de la encuesta sigue los siguientes pasos:

1. **Cálculo del coeficiente de correlación intraclase (ρ):** Como un elemento básico para el conocimiento del fenómeno se calcula este coeficiente, que nos da una medida de la homogeneidad que encontraremos al interior de cada conglomerado, que en esta ocasión se conforman por los votantes entrevistados en una misma casilla. Para calcularlo tomamos los archivos de proyectos anteriores levantados por Consulta y que siguen esquemas de muestreo similares.
2. **Cálculo del efecto de diseño:** Utilizando la experiencia acumulada del número promedio de encuestas a lograr en cada casilla y del coeficiente de correlación intraclase, se calculó el efecto de diseño (DEFF), que es una medida de la pérdida o ganancia de eficiencia de nuestro diseño muestral con respecto al que se hubiera tenido, de tomar el mismo tamaño de muestra en un muestreo aleatorio simple.

Los resultados que se obtuvieron para las variables anteriores se muestran a continuación, tomando como dominio de estudio la República Mexicana.

	p	DEFF
PAN	0.13	5.23
PRI	0.08	4.85
PRD	0.10	4.10

- 3. Cálculo del tamaño de muestra (n):** De acuerdo a los errores máximos que estamos dispuestos a aceptar en las estimaciones a cierto nivel de confianza, y utilizando los cálculos del DEFF y las experiencias de tasa de no-respuesta, se calcula el número de entrevistas necesarias, las cuales al dividir las entre el tamaño promedio del conglomerado nos proporcionan la estimación del número mínimo de secciones electorales a visitar.

Los valores que se seleccionaron fueron los siguientes

- p es la proporción a estimar, que en este caso se consideró con valor de 0.50 por ser el valor que maximiza el tamaño de muestra y minimiza el error.
- t es el valor en tablas de distribución normal, para asegurar que las estimaciones sean con la confianza requerida; en nuestro ejercicio se toma $t=1.96$, lo cual nos asegura el 95% de confianza.
- d es el error máximo que se está dispuesto a permitir en nuestras estimaciones con la confianza fijada; para nuestros cálculos se toma $d= 1.5\%$ (es decir, 1.5 puntos porcentuales alrededor de la estimación).

DEFF: Se tomó el valor más grande que se obtuvo por partido, en este caso fue el del PAN: 5.23

La tasa de no respuesta que se consideró fue del 15%.

Una vez definidos los valores requeridos para este estudio, tenemos que el tamaño de muestra a seleccionar está dado por la siguiente fórmula: (Representa el número de personas que se tendría que entrevistar bajo un muestreo aleatorio simple).



Cuyo valor resultante es de 4,268.

Aplicando el efecto de diseño (DEFF) calculado y la tasa de no respuesta, tenemos que el tamaño de muestra final (n) es de aproximadamente de 520 secciones. (50 cuestionarios promedio en cada sección).

$$n = \frac{(4,268) (5.23)}{(50) (0.85)} = 525$$

- Procedimiento de estimación

Los resultados que se presenten en el estudio se derivan de 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.

- 1. Estratificación:** Como una forma de optimizar el diseño, se analizan las secciones electorales para clasificarlas en grupos homogéneos políticamente. Este procedimiento nos evita que la muestra, por cuestiones de azar, deje de representar a algún grupo de secciones política o geográficamente importantes.
- 2. Distribución de la muestra en los estratos:** Conociendo el número y la importancia relativa de cada estrato, se distribuye el número de secciones electorales a seleccionar en ellos, buscando tener en cada uno la oportunidad de calcular estimadores parciales y de realizar dentro de ellos las correcciones por no respuesta.

3. **Selección de secciones electorales:** Una vez calculado el número de secciones a seleccionar en cada estrato, se ordena la totalidad de las secciones en cada uno de acuerdo a su característica de urbano, mixto o rural y a su tamaño (logrando con esto una estratificación adicional no explicitada en el diseño, pero útil para incrementar la eficiencia), seleccionando la muestra con un esquema aleatorio sistemático con igual probabilidad. En las secciones seleccionadas se incluyen todas las casillas que las conforman.
4. **Estimación:** A la información captada en el centro de cómputo, se le aplican los modelos estadísticos que consideran los tamaños de muestra según las diferentes regiones sociopolíticas y geográficas del estado, generando una estimación del porcentaje de los votos validos que obtiene cada candidato.

- Tamaño de muestra

520 secciones electorales distribuidas en todo el país, en total se levantaron en ellas 32,078 cuestionarios

- Calidad de la estimación: Confianza y error máximo aceptable.

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 $\pm 1.5\%$.

- Tratamiento de la No - respuesta

La tasa de no respuesta a la entrevista fue de 12.7%, como se mencionó anteriormente los resultados que generados se derivan de estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión, en ellos se corrigen la no-respuesta en cada sección.

6.3. Levantamiento

- El perfil del entrevistador:

En total participaron 580 entrevistadores y 193 supervisores, en virtud de que el fin básico del operativo es garantizar la calidad, veracidad, oportunidad y confidencialidad de la información, el personal fue seleccionado en apego a los siguientes perfiles:

Perfil del Supervisor. Los Supervisores fueron seleccionados con el siguiente perfil:

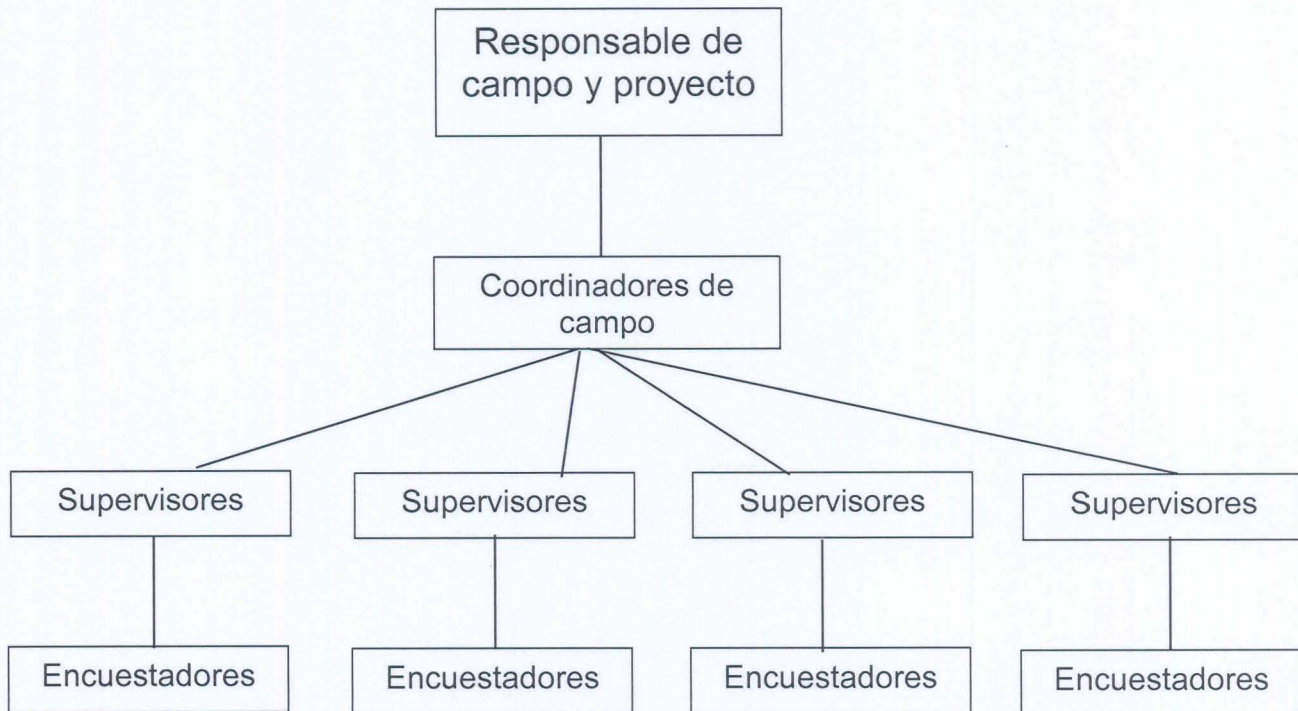
Sexo:	Ambos
Edad:	22 a 40 años
Escolaridad:	Preparatoria o equivalente,
Experiencia:	Haber realizado trabajos de campo con anterioridad, de preferencia a nivel nacional, o ya haber sido supervisor en operativos previos.

Además, se buscó que contaran con los siguientes atributos: excelente caligrafía; buena dicción; buena presentación; seguridad en sí mismo; habilidad para controlar grupos y ser líder efectivo; habilidad para manejar situaciones inesperadas, desagradables o de riesgo; conocimiento del área geográfica; capacidad de persuasión y convencimiento para lograr las entrevistas; honestidad y profesionalismo; alto grado de responsabilidad y moral; alto nivel de observación y capacidad de análisis.

Perfil del Encuestador. Los Encuestadores fueron seleccionados con el siguiente perfil:

Sexo:	Ambos
Edad:	18 a 30 años
Escolaridad:	Secundaria, mínimo

Además, se buscó que contaran con los siguientes atributos: Excelente caligrafía; buena dicción; buena presentación; conocimiento del área geográfica; capacidad de persuasión y convencimiento para lograr la entrevista; honestidad y profesionalismo; experiencia en levantamiento de encuestas.

- Estructura de campo:

PERSONAL INVOLUCRADO en el estudio

580	Encuestadores	85	Capturistas de información
193	Supervisores	28	Supervisores de captura
10	Coordinadores de campo	7	Analistas de sistemas
2	Responsable de campo y proyecto	8	Investigadores analistas

Funciones:

Los encuestadores realizan desde la apertura hasta el cierre de las casillas las entrevistas. Las personas son abordadas por los encuestadores una vez que han votado, nunca antes. Se solicita responder a la entrevista en forma voluntaria, sin tomar dato alguno de identificación de la persona. Enseguida, es el entrevistado quien deposita su cuestionario en una bolsa destinada para ello, de esta forma se preserva la confidencialidad absoluta de la persona entrevistada.

Existen dos momentos en el transcurso de la jornada electoral en los cuales un supervisor se encarga de recoger los cuestionarios que los encuestadores han aplicado. Estos son ordenados por folio, se contabilizan y los datos son transmitidos vía telefónica a nuestro centro de cómputo donde se les da tratamiento estadístico. Previamente se ha definido una ruta y horario para los supervisores de campo, los cuales tienen como función la recolección de los cuestionarios de los entrevistadores y la validación de su trabajo, así como brindar el apoyo necesario en caso de sufrir contratiempos. La función de los coordinadores de campo es resolver los problemas que se presenten en el operativo el día de la jornada electoral.

Una vez recopilada esta información, el supervisor transmite al centro de cómputo los resultados sección a sección, ésta información es recibida por los capturistas que mediante modelos estadísticos va generando la distribución del voto. La función de los supervisores de captura es resolver los problemas de transmisión que se presenten.

Finalmente la función de los responsables del proyecto y los investigadores analistas consiste en dar a la información el tratamiento estadístico que corresponde y realizar los informes de resultados en base a las estimaciones realizadas.

- Cargas de Trabajo.

En promedio estaba estimado que cada encuestador levantará alrededor de 50 cuestionarios, el resultado final fue una productividad de 55 cuestionarios por encuestador.

6.4. Procesamiento

- Procesamiento:

La base de datos obtenida es procesada en el paquete estadístico SPSS.

6.4. Difusión

- Medios de difusión y Tiempos

Nuestro estudio fue contratado por **TELEVISA S.A DE C.V.** con domicilio en Av. Chapultepec #18, Colonia Doctores, Del. Cuauhtémoc, México, Distrito Federal. Los resultado que de difundieron la noche del 2 de julio fueron exclusivamente para la elección de diputados federales en la estación XEW-TV 2, Canal 2 de Televisa, dentro de la Cobertura especial "Decisión 2006", 02 de julio de 2006.

CONGRESO	21:00	22:30
Partidos	%	%
	35	35
	28	28
	31	31
	5	5
	1	1
Total	100.0	100.0

De manera posterior se presentó en nuestra pagina www.consulta.com.mx el reporte anexo que analiza los perfiles y las distribuciones del voto en la elección presidencial al pasado 17 de julio.